

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

*ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO DE UN
PORTAL TURISTICO DE COMUNIDADES VIRTUALES DE LA
CIUDAD DE SANGOLQUI*

Alumna.

Meylin Cinthya Chung Chang

Director de Tesis

Marco Espinosa de la Cueva

Quito – Ecuador

2007-2008

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a mi familia, amigos tanto reales como virtuales; quienes contribuyeron con algunas ideas; a mi director Marquito, profesores, compañeros estudiantes e interesados en leer esta tesis.

Agradecimiento

Agradezco más que nada a mi familia, Sebas (e-bro), Fanny, Alex, Doc., Marquito, amigos y demás individuos que me ayudaron con PHP.

INDICE

	Página
INTRODUCCION	13
ABSTRACT	14
<u>1. CAPÍTULO I - COMUNIDADES VIRTUALES</u>	
1.1 Definición	15
1.2 Historia y Evolución	18
1.3 Usos y Beneficios	
1.3.1 Usos	20
1.3.1.1 Intercambio de Información	20
1.3.1.2 Ofrecer apoyo, empatía o expresar emociones	20
1.3.1.3 Conversar y socializar a través de comunicación simultánea	21
1.3.1.4 Debatir	21
1.3.2 Beneficios	22
1.3.2.1 Branding o Poder de Marca	22
1.3.2.2 Marketing de Relaciones	22
1.3.2.3 Reducción de costes	23
1.3.2.4 Provisión de ingresos	23
1.3.2.5 Desarrollo de nuevos productos	24
1.3.2.6 Introducción de nuevos productos	24
1.3.2.7 Creación de barreras a la entrada	24
1.3.2.8 Adquisición de nuevos clientes	25
1.4 Tipos de Comunidades Virtuales	25
1.4.1 Foros de Discusión	25
1.4.2 E-mail Groups	26
1.4.3 News groups	27
1.4.4 Chats	27
1.4.5 MUD	28
1.4.6 Gestores de contenido	29
1.4.7 Sistemas peer to peer	30
1.4.8 BBS	30
1.4.8.1 Chat Box	30
1.4.8.2 Comunidades de radioaficionados	30

	Página
1.4.8.3 Televisivas	31
1.5 Manejo de las Comunidades Virtuales	31
1.5.1 <u>Gobernador de las Comunidades Virtuales</u>	31
1.5.2 <u>Líder de la comunidad</u>	32
1.5.2.1 Junto con el Gobernador de la Comunidad	32
1.5.2.2 Junto con el facilitador de la comunidad, el coordinador administrativo y de eventos	33
1.5.2.3 Junto con el facilitador de la comunidad	33
1.5.2.4 Junto con el moderador de foros	33
1.5.3 <u>Facilitador de la comunidad</u>	33
1.5.3.1 Junto con el líder de la comunidad, el coordinador administrativo y de eventos	33
1.5.3.2 Junto con el líder de la comunidad	33
1.5.3.3 Junto con los expertos de la comunidad	33
1.5.4 <u>Mentores</u>	34
1.5.4.1 Junto con el coordinador administrativo y de eventos	34
1.5.4.2 Junto con el administrador de contenido	34
1.5.5 <u>Soporte tecnológico</u>	34
1.5.6 <u>Expertos de la Comunidad</u>	34
1.5.6.1 Junto con el facilitador de la comunidad	35
1.5.6.2 Junto con el administrador de contenido	35
1.5.7 <u>Coordinador administrativo y de eventos</u>	35
1.5.7.1 Junto con el líder de la comunidad y el facilitador de la comunidad	35
1.5.7.2 Junto con el mentor de la comunidad	35
1.5.8 <u>Administrador de contenido</u>	35
1.5.8.1 Junto con el experto	36
1.5.9 <u>Moderador de foros</u>	36
1.5.9.1 Junto con el líder	36
1.5.10 <u>Documentador</u>	36
1.5.11 <u>El Bedel</u>	36
1.5.12 <u>Miembros de la comunidad</u>	37

2. CAPÍTULO II - CANTON RUMIÑAHUI

2.1 Datos Generales	38
2.1.1 Clima	39
2.1.2 Relieve	39
2.1.3 Hidrografía	40
2.1.4 Orografía	40
2.1.5 Flora	40
2.1.6 Fauna	41
2.1.7 Cantonización	41
2.2 Sangolquí	42
2.2.1 Datos Generales.	42
2.2.2 Historia de Sangolquí	43
2.2.2.1 Origen de Sangolquí	43
2.2.2.2 Origen del Nombre “Sangolquí”	44
2.2.2.3 Sangolquí desde 1901 hasta 1938	46
2.2.3 Principales Atractivos de Sangolquí	48
2.2.3.1 Iglesia Matriz de Sangolquí	49
2.2.3.2 Parque Central Juan de Salinas	50
2.2.3.3 Parque El Turismo y Monumento al Tiempo	51
2.2.3.4 Monumento a Rumiñahui	53
2.2.3.5 Monumento al Maíz	54
2.2.3.6 Monumento al Colibrí	55
2.2.3.7 Monumento a la Sed	56
2.2.4 Principales Festividades en Sangolquí	57
2.2.4.1 Reseña Histórica de las Fiestas de Cantonización	57
2.2.4.1.1 Mayo, Fiestas de Cantonización	58
2.2.4.1.2 Pregón de Fiestas y Fuegos Pirotécnicos.	58
2.2.4.1.3 Elección de la Reina y su Corte de Honor	59
2.2.4.1.4 Desfile Cívico Militar.	59
2.2.4.2 Septiembre: Fiestas del Maíz y del Turismo	60
2.2.4.2.1 Reseña Histórica de Las Fiestas del Maíz y del Turismo	60

	Página
2.2.4.2.2 Historia sobre el Maíz.	61
2.2.4.2.3 Historia de las Fiestas del Turismo.	62
2.2.4.2.4 Fiestas del Maíz y del Turismo	63
2.2.4.2.5 Pregón de Fiestas y Fuegos Pirotécnicos.	63
2.2.4.2.6 El Paseo Chacarero	64
2.2.4.2.7 Toros Populares en Sangolquí.	65
2.2.5 Gastronomía	66
2.2.5.1 El Hornado de Sangolquí.	66
2.2.5.2 Fritada	67
2.2.5.3 Cuy con Papas	68
2.2.5.4 Caldo de Gallina	68
2.2.5.5 Llapingachos con Fritada	69
2.2.5.6 Tortilla	69
2.2.5.7 Menudo	69
2.2.5.8 Otros Platos Típicos de Sangolquí	69
 3. CAPÍTULO III - INVESTIGACION DE MERCADO	
3.1 Investigación de Mercado	71
3.2 Análisis De Mercado	72
3.2.1 <u>Segmentación</u>	72
3.2.1.1 Tasas De Analfabetismo Por Género Y Áreas	72
3.2.1.2 Tasa De Analfabetismo Por Género De La Parroquia De Sangolquí	73
3.2.1.3 Tasas De Analfabetismo Por Género, De Las Parroquias De Cotogchoa, Rumipamba Y Periferias	74
3.2.2 <u>Oferta</u>	75
3.3 Análisis De La Competencia	77
3.3.1 Hi5	78
3.3.1.1 <u>¿Qué es?</u>	78
3.3.1.2 <u>Contenido</u>	78
3.3.1.2.1 Suscripción	78
3.3.1.2.2 Perfil del usuario	79

	Página
3.3.1.2.3 Lista de amigos	79
3.3.1.2.4 Mensajes	79
3.3.1.2.5 Grupos	79
3.3.1.2.6 Diario	79
3.3.1.2.7 Fotos	79
3.3.1.3 <u>Ofertas</u>	79
3.3.1.3.1 Trabajo	79
3.3.1.3.2 Publicidad	80
3.3.1.4 <u>Ventajas</u>	80
3.3.2 You Tube	80
3.3.2.1 <u>¿Qué es?</u>	80
3.3.2.2 <u>Contenido</u>	81
3.3.2.2.1 Suscripción	81
3.3.2.2.2 Perfil	81
3.3.2.2.3 Buzón de Mensajes	81
3.3.2.2.4 Cuenta	81
3.3.2.2.4.1 Mis Videos	81
3.3.2.2.4.2 Favoritos	82
3.3.2.2.4.3 Suscripciones	82
3.3.2.2.4.4 Contactos	82
3.3.2.2.5 Lista de acceso rápido	82
3.3.2.2.6 Página principal o Inicio	82
3.3.2.2.7 Video	82
3.3.2.2.8 Canales	82
3.3.2.2.9 Comunidad	82
3.3.2.2.10 Buscador	83
3.3.2.3 <u>Ofertas</u>	83
3.3.2.3.1 Trabajo	83
3.3.2.3.2 Publicidad	83
3.3.2.4 <u>Ventajas</u>	84
3.3.3 Wikipedia	84
3.3.3.1 <u>¿Qué es?</u>	84
3.3.3.2 <u>Contenido</u>	84

	Página
3.3.3.2.1 Suscripción	84
3.3.3.2.2 Portada	85
3.3.3.2.3 Discusión	86
3.3.3.2.4 Edición de página	86
3.3.3.2.5 Historial	86
3.3.3.3 <u>Ofertas</u>	86
3.3.3.4 <u>Ventajas</u>	86
3.3.4 Cuencanos.com	87
3.3.4.1 <u>¿Qué es?</u>	87
3.3.4.2 <u>Contenido</u>	87
3.3.4.2.1 Suscripción	87
3.3.4.2.2 Página Principal ó Inicio	87
3.3.4.2.2.1 Miembros	87
3.3.4.2.2.2 Profesionales	87
3.3.4.2.2.3 Clasificados	88
3.3.4.2.2.4 Empresas	88
3.3.4.2.2.5 Fotos	88
3.3.4.2.2.6 Cuenca	88
3.3.4.2.2.7 Noticias	88
3.3.4.2.2.8 Lugares Turísticos	88
3.3.4.2.2.9 Top 500 Sitios Web	88
3.3.4.2.2.10 Estudio Fotográfico	88
3.3.4.2.2.11 Contáctenos	88
3.3.4.2.2.12 Búsqueda	88
3.3.4.3 <u>Ofertas</u>	89
3.3.4.4 <u>Ventajas</u>	89
3.4 Análisis FODA	90
3.4.1 Análisis FODA de Hi5	90
3.4.2 Análisis FODA de You Tube	90
3.4.3 Análisis FODA de Wikipedia	91
3.4.4 Análisis FODA de Cuencanos.com	91

4 CAPÍTULO IV - PLAN DE MUESTRAS

4.1	Plan de Muestras	92
4.2	Encuestas	93
4.2.1	Tabulación y Análisis de la Encuesta.	96
4.2.1.1	DATOS GENERALES	96
4.2.1.1.1	Edad * Género Tabulación	96
4.2.1.1.2	Lugar de Residencia	97
4.2.1.2	PREGUNTAS	98
4.2.1.2.1	¿Sabe usted operar un computador?	98
4.2.1.2.2	¿Conoce el manejo del internet?	99
4.2.1.2.3	¿Sabe que es una comunidad virtual?	100
4.2.1.2.4	¿Considera usted que la información de la ciudad de Sangolquí en la web es adecuada?	102
4.2.1.2.5	¿Considera que la información turística de Sangolquí que se encuentra en páginas web son de utilidad?	103
4.2.1.2.6	¿Le gustaría que exista una página web donde pueda interactuar con personas en la red y ofrezca información sobre la ciudad de Sangolquí?	104
4.2.1.2.7	Si la respuesta anterior fue SI. ¿Qué temas considera importantes para que se incluyan en la página web? (Enumere del 1 al 7, siendo 1 el más importante y 7 el de menor importancia)	105
4.2.1.2.8	¿Qué características considera usted importante para el uso de una página web interactiva? (Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el de menor importancia).	106
4.2.1.2.9	¿Estaría usted interesado en formar parte de una comunidad virtual (comunidad de internet) de la ciudad de Sangolquí, donde pueda usted colaborar con información sobre la ciudad, formar redes de amigos y editar información de la página web?	108
4.3	Marketing Mix	110
4.3.1	Marketing	110
4.3.2	Marketing Mix	110
4.3.3	Definición del producto	111

	Página
4.3.4 Precio	111
4.3.5 Plaza	111
4.3.6 Promoción	112
4.3.7 Personal	112
4.3.8 Evidencia física	112
4.3.9 Procesos	113

5 CAPÍTULO V - ESTRATEGIAS DE MARKETING

5.1	Misión	114
5.2	Visión	114
5.3	Estudio Legal	114
5.3.1	Dominio	115
5.3.1.1	Los Dominios Genéricos	115
5.3.1.2	Los Dominios Territoriales	116
5.3.2	Estructura del Dominio	118
5.3.3	Políticas dentro del Portal	119

6 CAPÍTULO VI - ESTUDIO TECNICO

6.1	Creatividad	120
6.2	Estructura	121
6.2.1	<u>Tipos de Estructuras</u>	121
6.2.1.1	Lineal	121
6.2.1.2	Jerárquica	122
6.2.1.3	Red	123
6.2.1.4	Mixta	123
6.2.2	<u>Estructura del Portal</u>	124
6.3	Diseño	125
6.3.1	Partes de la Página Web	131
6.3.1.1	<u>Primera Parte</u>	131
6.3.1.1.1	Registrarse/Entrar	131
6.3.1.1.2	Navegación	131
6.3.1.1.2.1	Portada	131

	Página
6.3.1.1.2.2 Portal de la Comunidad	131
6.3.1.1.2.3 Actualidad	132
6.3.1.1.2.4 Cambios Recientes	132
6.3.1.1.2.5 Página Aleatoria	132
6.3.1.1.2.6 Ayuda	132
6.3.1.1.3 Buscar	132
6.3.1.1.4 Herramientas	132
6.3.1.1.4.1 Lo que Enlaza	133
6.3.1.1.4.2 Cambios en Enlazadas	133
6.3.1.1.4.3 Subir Archivo	133
6.3.1.1.4.4 Páginas Especiales	133
6.3.1.1.4.5 Versión para Imprimir	133
6.3.1.1.4.6 Enlace Permanente	133
6.3.1.2 <u>Segunda Parte</u>	134
6.3.1.2.1 Artículo	134
6.3.1.2.2 Discusión	134
6.3.1.2.3 Editar	135
6.3.1.2.4 Historial	135
6.3.1.2.5 Chat	135
6.3.1.3 <u>Tercera Parte</u>	135
6.4 Programación	135
6.5 Publicación	139
6.6 Mantenimiento	139
CONCLUSIONES	140
RECOMENDACIONES	141
BIBLIOGRAFÍA	142
GLOSARIO	144
ANEXOS	155

INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo se refiere al estudio de prefactibilidad para el diseño de un portal turístico de comunidades virtuales de la ciudad de Sangolquí; es decir la posibilidad de crear una página web donde los usuarios y visitantes sean los que contribuyan con la información de la misma, estableciendo interactividad no solo entre el portal y el usuario sino entre portal – usuario y visitante de la página web.

La idea principal del proyecto es generar una fuente de información viable para las personas que ya estuvieron en el Ecuador ó estén interesadas en conocer y/ó visitar el país y la ciudad de Sangolquí; la *interfaz* de la página web será trilingüe (español, inglés y chino) mientras que la información de la misma será editable y podrá ser escrita en cualquier idioma según la preferencia del contribuyente, también habrá un espacio de *chat* donde los usuarios podrán comunicarse con personas de distintos países siendo no sólo es un portal de información sino de *redes sociales* (espacio donde las personas establecen amistad según afinidad por medio de cartas, teléfono, correo electrónico, mensajería instantánea).

El trabajo está dividido en seis capítulos. El Primer Capítulo – Comunidades Virtuales indica que es, usos y beneficios, el tipo de comunidades y el manejo de las mismas. El Segundo Capítulo es sobre la ciudad de Sangolquí (historia, atractivos, fiestas y gastronomía). El Tercero explica la investigación del mercado realizada para el proyecto, segmentación, análisis de la competencia, análisis FODA, mientras que el Cuarto Capítulo indica el plan de muestras, encuestas, tabulaciones y marketing mix.

Quinto Capítulo es un breve análisis sobre las estrategias de marketing y sobre el estudio legal de crear una página web y por último el Sexto Capítulo, indicando el estudio técnico del portal; creatividad, diseño, estructura, entre otros.

ABSTRACT

This dissertation is about the prefeasibility study of designing a touristic website of the city of Sangolquí based on virtual communities; in other words the chance to develop a website where users and visitors contribute with the site's information establishing not only site-user interactivity but site - user – site visitors as well.

The main idea of this project is to create a reliable information source to people who already came to Ecuador or the ones that are interested on knowing or visiting the country or the city of Sangolqui. The site's interface will be trilingual (Spanish, English and Chinese) whilst its information can be editable and written in any language under users' preferences, the website will also have a chat room to communicate with people around the globe; in other words, this website will not only be an information source but also an online community (group of people that primarily interact via communication media such as newsletters, telephone, email, online social networks or instant messages rather than face to face).

The present paper work is divided into six chapters. First Chapter – Virtual Communities is about what it is, uses and benefits, classification and its management. The Second chapter shows a brief information about the city of Sangolqui, history, tourist attractions, festivities and gastronomy. The Third chapter refers to market research, segmentation, competitive and SWOT analyses. The Forth chapter talks about sampling, surveys, charts and marketing mix of the website.

The Fifth chapter displays marketing strategies and site's liability and finally the Sixth chapter refers to the website's technical study involving creativity, design and structure to name a few.

CAPITULO I

Comunidad Virtual

1.1 Definición

Superficialmente el término *Comunidad Virtual* no es difícil de comprender pero su definición es confusa. Algunos diccionarios describen a Comunidad Virtual como; grupos que viven juntos y/o unidos por actividades, intereses y metas comunes; también la definen como grupos e individuos que cooperan para compartir recursos y satisfacer las necesidades de los demás. Algunos conceptos también mencionan goce y placer mientras otros asocian comunidad con un lugar físico como un pueblo o ciudad. La necesidad de respetar los sentimientos y propiedad de otras personas también es mencionada junto con la importancia de *sistemas de gobierno* que garantizan dichas acciones.

Expertos en dicho campo han tratado de abstraer la esencia de la Comunidad Virtual y definirla de tal manera cuyo concepto sea aceptado por la mayoría de personas. Entre varias definiciones el concepto más citado ha sido el de *Rheingold* (1994), definiendo a las Comunidades Virtuales como:

“Agregaciones sociales que surgen de Internet cuando la gente lleva a este medio sus argumentos sobre temas públicos con suficientes emociones humanas, para formar redes de relaciones personales en el *ciberspacio*. Una Comunidad Virtual es un grupo de personas que pueden o no conocerse cara a cara y que intercambian palabras e ideas a través de la mediación de *tableros de anuncios computarizados* o redes”.¹

Otra definición de Comunidad Virtual en un modelo más complejo fue dada por Wang, Yu y Fesenmaier en el 2002; en el que se propone que la Comunidad Virtual

¹ Rheingold, Howard; *The Virtual Community* (versión electrónica); <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>

queda definida por 3 aspectos distintos; lugar, símbolo y virtual que se encuentra representado en gráfico a continuación

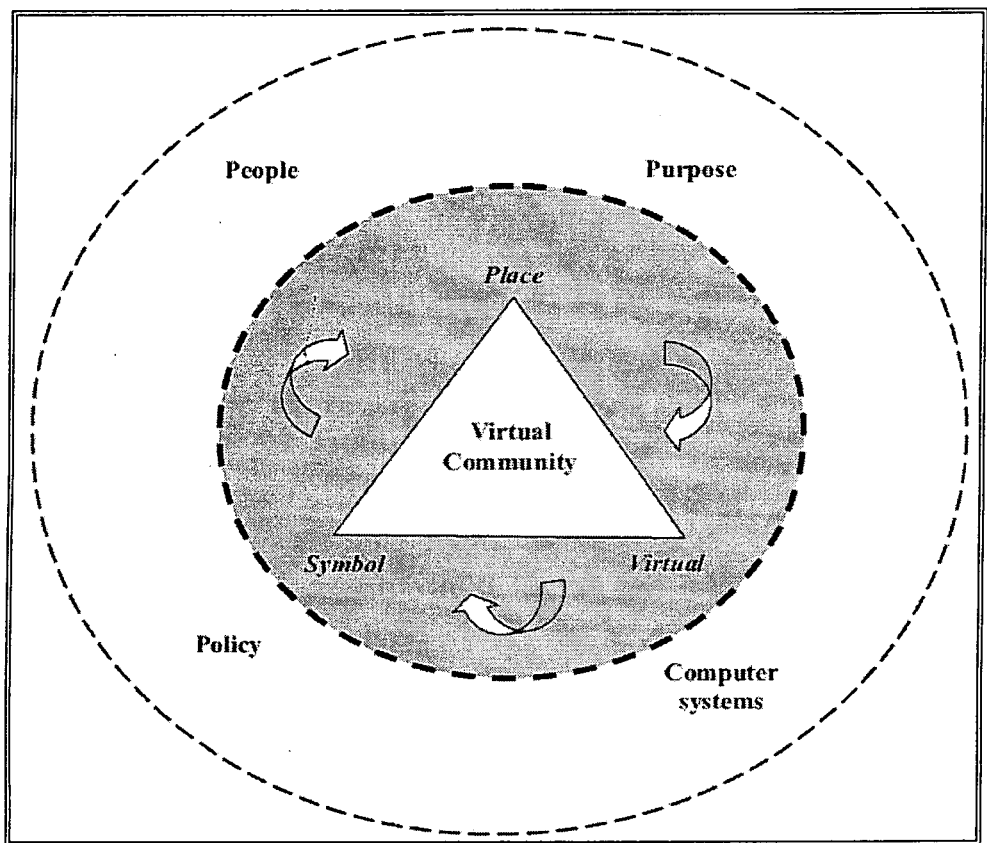


Fig 1: Modelo para la definición de la comunidad virtual. Fuente: Wang, Yu y Fesenmaier (2002)

Lo citado por los autores fue lo siguiente:

a) La Comunidad Virtual como un lugar.

Supone que la Comunidad Virtual es un lugar en el que los individuos pueden "mantener relaciones de carácter social o económico, explorar nuevas oportunidades". De esta forma, afirman los autores, las Comunidad Virtual "pueden ser percibidas como organizaciones sociales centradas alrededor de patrones comunes como la religión (comunidades de judíos), profesión (*WELL*) o interés (www.wine.com).

b) La Comunidad Virtual como un símbolo

Indica que la Comunidad Virtual, como otras formaciones sociales, posee una dimensión simbólica (Cohen, 1985). En este sentido, en el proceso de creación de la Comunidad Virtual, los individuos tienden a sentirse simbólicamente unidos a la misma, creándose una sensación de pertenencia. Una forma de valorar esa simbología consiste en analizar el grado en el que los miembros se muestran identificados con la Comunidad Virtual. Si es así, los individuos considerarán que la Comunidad Virtual es algo íntimo y afirmarán que se sienten parte de la Comunidad Virtual y que ésta es parte de su vida. En definitiva, la Comunidad Virtual adquiere un significado propio.

c) La Comunidad Virtual como virtual.

Las Comunidades Virtuales poseen rasgos comunes a las comunidades físicas (sistema de valores, normas, reglas, sensación de pertenencia, compromiso y asociación). Sin embargo, el rasgo diferenciador de la Comunidad Virtual es que esta se desarrolla, al menos parcialmente, en un lugar virtual, o mejor dicho, en un lugar construido a partir de *conexiones telemáticas*.

Algunas definiciones más simples sobre Comunidad Virtual son las siguientes:

- o **Cothrel (1999):** "Grupo de individuos que utiliza las redes de computadoras como modo de interacción primario".
- o **Kardaras, Karakostas y Papathanassiou (2003):** "Grupo de individuos que se comunica a través de medios electrónicos, como Internet, que comparten intereses, sin necesidad de localizarse en un mismo lugar, contactar físicamente o pertenecer a una determinada etnia".
- o **Fernback y Thompson (1995):** "Relaciones sociales forjadas en el ciberespacio a través del contacto repetido dentro de un espacio concreto (Ej. un chat) y alrededor de un tópico determinado".

En resumen podría decirse que Comunidad Virtual es una red social creada por personas que comparten los mismos o similares intereses; donde pueden interactuar entre si independientemente del contacto físico, lugar, hora, nacionalidad o religión; y cuya comunicación es facilitada por medio de computadoras.

1.2 Historia y Evolución

La idea de comunidad virtual ha sido el corazón de la Internet desde sus orígenes, y en el caso de comunidades no informáticas mucho más anteriores a la invención de la misma radio.

Se dice que la primera comunidad virtual se creó en año de 1978. Sin embargo, al estar tan ligada al desarrollo de la Internet, esta data desde 1969 cuando el Departamento de Estudios de Proyectos de Defensa Avanzada; comúnmente conocida como DARPA (Defense Advanced Projects Research Agency); de los Estados Unidos de Norteamérica, estableció una red computarizada diseñada para transmitir información militar; más que nada, fue una central de comunicación que servía como un medio de defensa contra la posibilidad de una guerra nuclear.

En el año de 1978 se dio origen a las *BBS (Bulletin Board Systems)*; traducido al español como Sistemas de Tablón de Anuncios; nombrados así a causa de sus funciones: lugares virtuales, concebidos como los boletines murales físicos, donde la gente podía pegar notas y anuncios para que los demás los leyeran. El BBS se desarrolló conjuntamente con lo que fue la primera Internet, la ARPAnet.

ARPAnet era un sistema de comunicación basada en el uso de computadoras desarrollado por los militares de los Estados Unidos para compartir información sobre investigaciones realizadas por un número selecto de participantes e instituciones afiliadas.

Una de las características que menos importancia tuvo para la red ARPA; pero muy popular entre los usuarios; fue la manera de comunicarse mediante *e-mail* o correo electrónico. A pesar de que no existía el apoyo militar para desarrollar mejor este tipo de comunicación; esta función permitía una forma rápida y privada para intercambiar

ideas entre los que tenían acceso a la red. Después de haberse popularizado su uso, inmediatamente se determinó que aparte del “trabajo oficial” otro tipo de ideas podían ser transmitidos.

Los mensajes y *posts* (publicaciones cortas) se volvieron mas y más frecuentes, el desarrollo de una comunidad virtual llamada “SF-Lovers” o “Amantes de la Ciencia Ficción”, se creó; y así, la idea de comunicarse con personas que uno nunca conoció, pero que podía comunicarse con estos sin la necesidad del teléfono estalló.

Cuando el Internet se volvió accesible para la mayoría de personas gracias al nacimiento de la *World Wide Web (WWW)*; otras comunidades y redes se desarrollaron. Una de las Comunidades Virtuales más importantes y antiguas es la “Well” (Whole Earth 'Lectronic Link), lanzada en 1985 por un grupo de entusiastas de la alta tecnología, en su mayoría radicados cerca de San Francisco. En la última década miles de usuarios de ordenadores se han comunicado entre sí a través de la Well y con el tiempo desarrollaron fuertes relaciones personales; entre ellos, Howard Rheingold, a quien se le atribuye la creación del término Comunidad Virtual.

Hoy en día, las comunidades virtuales son una herramienta muy útil desde un punto de vista empresarial, ya que permiten a las organizaciones mejorar su dinámica de trabajo interno, las relaciones con sus clientes o incrementar su eficiencia procedimental. En cuanto a su función social, las comunidades virtuales se han convertido en un lugar en el que el individuo puede desarrollarse y relacionarse con los demás, actuando así como un instrumento de socialización y de esparcimiento.

1.3 Usos y Beneficios

1.3.1 Usos

La Comunidades Virtuales son utilizadas para varios aspectos, entre ellos tenemos:

1.3.1.1 Intercambio de Información

Cuando uno usa el Internet siempre trata de buscar información que sea de interés personal, académico, de entretenimiento, científico, entre otros; al pertenecer a una Comunidad Virtual de acuerdo a un interés en específico se puede obtener información de primera mano; siendo uno el que reciba o contribuya con la misma.

Por ejemplo; Si alguien está interesado en aprender el idioma coreano sin necesidad de pagar un curso; éste puede pertenecer a uno o varios *foros* sobre el tema, donde podrá “*postear*” preguntas que tenga sobre el idioma, costumbres, música, gastronomía y muchos temas más; incluso se puede compartir archivos de texto, audio e incluso video para una mejor comprensión del idioma.

1.3.1.2 Ofrecer apoyo, empatía o expresar emociones

En una comunidad todos dependen de alguien y en cualquier circunstancia; por ejemplo; las personas que tienen problemas emocionales acudirán a sus seres más cercanos, ya sean familia o amigos para recibir el apoyo que necesita.

En una Comunidad Virtual, es el mismo caso; la diferencia radica en la clase de contacto el cual no es necesariamente físico, ni requiere movilización de la persona de un lugar a otro para encontrarse con sus amigos o familiares, solo se necesita de una computadora con acceso al Internet y un “lugar” donde el individuo se sienta total o parcialmente identificado y este dispuesto a compartir sus problemas y preocupaciones abiertamente con los miembros de la comunidad. El resultado puede ser el mismo o tal vez mejor de lo que uno esperaba, debido a que conocerá gente alrededor del mundo con la misma experiencia o incluso peor; de igual manera recibirá consejos y el apoyo

que necesita; de todas formas la gente que forma parte de las comunidades virtuales son personas reales.

1.3.1.3 Conversar y socializar a través de comunicación simultánea.

Comunicación simultánea no es más que una conversación a tiempo real como puede ser una llamada por teléfono; en el caso de una Comunidad Virtual se puede realizar mediante el *Chat* donde se podrá conocer gran variedad de personas y personajes con las cuales se puede interactuar sin necesidad de formalidad alguna, debido a que la forma común de expresarse en el mundo virtual es informal, en otras palabras; el uso de “Usted” y de términos como Ingeniero o Doctor son muy rara vez usados.

1.3.1.4 Debatir

Todo tema es debatible, y en las comunidades virtuales es muy común encontrarse con personas que están en desacuerdo con otras, ya sean en temas de farándula, científicos, políticos, económicos y demás; toda opinión es justa ante los ojos de quien lo escribe, pero no siempre para el que lee; y por dicho desacuerdo, los miembros de una comunidad pueden llegar a insultarse, enfadarse, escribir frases extremadamente obscenas y ofensivas para los lectores entre muchas acciones que se ven en el mundo real.

Para evitar que se agraven los problemas dentro de una comunidad virtual existen *moderadores*, que son personas que controlan y sancionan a los miembros que no cumplan con las reglas establecidas, también tienen total derecho para borrar o editar los “posts” que estos consideren inadecuados para la comunidad. La sanción más dura que se puede dar, es la expulsión de la comunidad por un tiempo determinado.

1.3.2 Beneficios

Los principales beneficios que aportan las comunidades virtuales en los negocios son:

1.3.2.1 *Branding* ó Poder de Marca

Las comunidades virtuales ofrecen a las empresas una herramienta muy efectiva para comunicarse con sus clientes, informar sobre cuales son sus productos y servicios que ofrecen. En este sentido, las comunidades virtuales favorecen la creación y conocimiento de marca, la lealtad de los clientes y mejorar la calidad percibida en los productos de la empresa.

En la industria de viajes, la presencia del Internet ha creado un gran número de marcas importantes como Travelocity y Expedia; ambas son portales donde se puede comprar tickets aéreos, hacer reservas en hoteles, comprar o realizar paquetes turísticos, rentar autos incluso tomar un crucero a precios bajos.

Otras compañías que han sido beneficiadas por haber adoptado un modelo de negocio basado en comunidades virtuales han sido Lonelyplanet y VirtualTourist, donde las personas suscritas a las páginas web antes mencionadas, contribuyen con sus conocimientos sobre turismo, sitios a visitar, que comer, como llegar, vivencias personales y demás temas de interés; creando de esta manera una red de amigos virtuales alrededor del mundo.

1.3.2.2 Marketing de Relaciones

Una Comunidad Virtual es reconocida por ser la forma más efectiva para realizar marketing relacional. Esta busca crear, fortalecer y mantener las relaciones de las empresas comercializadoras de bienes y servicios con sus clientes, buscando lograr el máximo número de negocios con cada uno de ellos.

La característica principal del marketing de relaciones es la individualización, puesto que cada cliente es único y se pretende que el cliente así lo perciba; en segundo plano

está la comunicación directa y personalizada y por último se trata de reducir los de mercadeo y de la promoción tradicional (prensa, radio y televisión).

El uso de una comunidad virtual en el ámbito empresarial favorece de muy buena manera a la compañía, puesto que cumple con dos de las tres características antes mencionadas. Primero la comunicación directa y personalizada; que puede darse mediante el chat, foros ó e-mail; y segundo; la reducción de coste de mercadeo y promoción, que de igual forma; se puede enviar la información por correo electrónico, foros de discusión, *lista de correos*, chats, publicidad dentro del portal y demás.

1.3.2.3 Reducción de costes

Las comunidades Virtuales pueden ser la forma más barata para la difusión de información y la interacción con el cliente, en el sentido de que las empresas ya no tendrán que realizar grandes gastos en publicidad para televisión, radio y prensa; disminuye también la tarifa telefónica, y también ya no habrá la necesidad de realizar muchas visitas para ofrecer un producto o servicio a clientes potenciales.

La reducción de costes, y la gran cantidad de usuarios de Internet que hay en la actualidad han sido las razones por la que muchas compañías han invertido en comunidades basadas en este medio. Se podría decir que las empresas turísticas tienen una gran ventaja a comparación de otro tipo de empresas, ya que sus productos y servicios están compuestos por información. La reducción de costes puede incrementar, a través de la distribución efectiva y organizada de la información utilizada por las empresas.

1.3.2.4 Provisión de ingresos

En algunos casos, las comunidades virtuales pueden generar su propia fuente de ingresos, permitiendo a ciertas empresas autorizadas, y con el permiso de los miembros, efectuar acciones publicitarias, patrocinios, comisiones por ventas o cobrando una tasa a los miembros de la comunidad virtual por utilizar algunos servicios especiales. Obviamente, la provisión de los ingresos en una comunidad virtual dependerá mucho del éxito y del tráfico (número de visitas) que tenga misma.

Un ejemplo claro del tipo de ingreso que pueden tener algunas Comunidades Virtuales; en especial la de juegos en línea; sería *RAGNAROK*; un juego que consiste en crear un personaje que tiene que desarrollarse (subir de nivel) al pasar tiempo, junto a otros usuarios, en un gigantesco mundo virtual, donde tendrán que batallar contra monstruos. El modelo de ganancia de ésta comunidad es ofreciendo el juego gratuitamente durante 15 días, pasado dicho tiempo los usuarios tendrán que pagar una cuota para poder seguir jugando.

1.3.2.5 Desarrollo de nuevos productos

Las comunidades virtuales son un lugar abierto para todo tipo de discusión, debates e ideas, por ende, se puede crear un producto y mejorar un servicio a través de la comunicación directa con los miembros de la comunidad ó analizando la comunicación entre los miembros con el fin de saber detalladamente lo que en realidad desean y necesitan los clientes.

1.3.2.6 Introducción de nuevos productos

Una empresa que oferta algún producto o servicio puede hacer uso de las comunidades virtuales para presentar a una ó a varias comunidades su nuevo producto, garantizando de ésta manera una aceptación más rápida, puesto que los miembros de la comunidad están mayormente informados sobre lo que la empresa les ofrece, debido a ser los primeros en informarse sobre lo más reciente en el mercado.

1.3.2.7 Creación de barreras a la entrada

Se entiende por barreras de entrada a los recursos que utilizan las empresas que operan en un determinado sector para impedir la entrada de nuevos competidores.

Una de las medidas importantes que actúan como barreras de entradas a nuevos competidores es mediante la diferenciación en los productos difícilmente imitables, el cual se consigue a través de la obtención de patentes, licencias y permisos, la imagen de marca o branding, la distribución del producto y la historia de la empresa.

En este sentido las comunidades virtuales sirven para el branding y la distribución del producto, mediante el uso de información adecuada y de una comunicación interactiva con los miembros de la comunidad.

1.3.2.8 Adquisición de nuevos clientes

Las comunidades virtuales favorecen la llegada de nuevos clientes. Además, estos clientes suelen ser más fieles al haber llegado a la empresa a partir de la recomendación de algún miembro de la comunidad. La publicidad que se da mediante las comunidades es igual que el famoso boca – boca, solo que la noticia llega en forma de texto, siendo por correo electrónico, chat ó mediante un foro.

1.4 Tipos de Comunidades Virtuales

Entre los tipos de comunidades virtuales más conocidas y usadas tenemos a:

1.4.1 Foros de Discusión

Conocidos también como foros de mensajes, de opinión o simplemente foros. Son una herramienta, sustentada en una *base de datos* alojada en un *servidor*; es decir, un *portal de contenidos*, mejor dicho de información que sea de interés para quienes lo visiten. Para acceder a éste se lo hace mediante el uso de un *navegador*, donde se puede leer los mensajes incluidos por el resto de miembros de la comunidad, elegir el tema de interés e incluir si se desea una respuesta a los mensajes visualizados (*ver anexo 1*).

El *software* que gestiona la base de datos y que publica los mismos en la *web*, determinará la forma en la que los usuarios visualizan los mensajes. En este sentido, algunos programas publican los mensajes de forma cronológica; del mensaje mas reciente al mas antiguo; mientras que otros agrupan los mensajes por tema, creando así "árboles" que facilitan el seguimiento de un debate

Por último, debe señalarse la necesidad de que estos sistemas incluyan la posibilidad de hacer llegar a los participantes los mensajes añadidos el mismo día o la última semana,

o bien un resumen de los mismos a través del correo electrónico. Algunos de ellos, incluso incluyen la posibilidad de avisar al individuo cuando alguien ha contestado a un mensaje publicado previamente.

Por ejemplo; si hay personas interesadas en el cine asiático, puede ser parte de foros que tratan sobre el tema, ahí podrá leer noticias de las películas en producción, más detalles sobre directores cinematográficos asiáticos, dar sus puntos de opinión e incluso *bajarse* películas.

1.4.2 E-mail Groups

La herramienta de comunicación más antigua en el desarrollo de comunidades virtuales es seguramente el e-mail, ya que se trata de una de las primeras tecnologías que se generalizaron en Internet. Normalmente, las comunidades virtuales organizadas mediante e-mail utilizan e-mails groups o listas de correo (*ver anexo 2*); es decir, un sistema de software, más o menos complejo, a través del cual los mensajes enviados por un miembro de la comunidad son reenviados al resto.

Actualmente, el uso de listas de correo como herramienta exclusiva en la gestión de comunidades virtuales es poco habitual. Lo normal es que se encuentre asociado a una página web que sirve de soporte y mecanismo promocional a la comunidad. En todo caso, existen algunos colectivos cuya única fuente de contacto es el e-mail, como por ejemplo ciertos grupos de investigación.

Existen miles de listas de correo (www.liszt.com), y en muchas ocasiones, suelen estar asociadas al envío de boletines (newsletter). Además, cabe señalar la conveniencia de que estas listas posean algún tipo de mecanismo de seguridad que impida que se inscriban en las mismas individuos cuyo perfil no sea el adecuado o que terceros añadan a otros en las listas sin su permiso (una posibilidad es utilizar el correo de confirmación). Por último, indicar que en muchas ocasiones estas listas necesitan de la moderación para evitar mensajes indeseados como el *spam*.

Los servicios de e-mail groups mas usados en la actualidad son los que ofrecen Yahoo y Google.

1.4.3 News groups

Similares a los foros de discusión en su filosofía, la diferencia existente con estos es que los mensajes pueden ser descargados automáticamente al ordenador del usuario mediante un software específico (como: *Outlook*). De esta forma se facilita la lectura y respuesta de los mensajes.

Los *news groups* son considerados como una de las herramientas más antiguas de la Red. Un ejemplo de News Groups sería la suscripción del correo electrónico al portal de la revista *Transport* para recibir las noticias más recientes del ámbito turístico (ver anexo 3).

1.4.4 Chats

Un chat es una herramienta que permite a un grupo de individuos conversar mediante mensajes de texto y en tiempo real. Existen los chats dispuestos en una página web (ver anexo 4), o se encuentran sistemas basados en software específico, como *IRC*. La filosofía de ambos es la misma, aunque *IRC* ofrece más funcionalidades.

Una evolución de los chats son los programas de mensajería instantánea (*MSN Messenger* y similares) con la diferencia fundamental de que se trata de mecanismos mucho más privados. En este sentido, los sistemas de mensajería instantánea no funcionan por canales, como los chats, sino que el usuario determina (autoriza) a personas de su confianza para poder charlar con ellos. De esta forma, con estos sistemas se crean canales privados. Además, las mejoras en la programación y la generalización de la *banda ancha*, están permitiendo que estos sistemas adquieran funcionalidades adicionales, como la conversación de voz y la videoconferencia, o la transmisión de *archivos multimedia*.

Los sistemas de mensajería instantánea están logrando unas tasas de crecimiento muy notables, y muchas empresas están comenzando a crear soluciones mejoradas dirigidas a entornos corporativos.

Entre los programas más populares para la mensajería instantánea tenemos, a nivel mundial MSN Messenger, Yahoo! Messenger, Skype, en Europa ICQ y en China QQ.

1.4.5 MUD

Un *MUD* (Multiple User Dimension, Multiple User Dungeon, o Multiple User Dialogue) es un sistema que permite a sus usuarios convertirse en el personaje que deseen y visitar mundos imaginarios en los que participan junto a otros individuos en juegos u otro tipo de actividad. Estos sistemas, suelen ser utilizados para *jugar online*, aunque existen en la actualidad otras funcionalidades como el aprendizaje.

Un ejemplo de comunidad virtual bajo la modalidad de MUD fue creada por Coca Cola, en la que los miembros autorizados; aquellos que incluyen un código disponible en las botellas del refresco; pueden elegir un personaje y personalizarlo a su gusto, para después participar en juegos en tiempo real con otros jugadores, con los que además puede conversar si lo desea.

Los MUDS son más conocidos por sus juegos en línea, siendo “Achaea, Dreams of Divine Lands” el más popular; dicho juego se basa en mitos y leyendas de la antigua Grecia y Roma e incluso de la época medieval, con el motivo de que los jugadores se vuelvan héroes mediante acciones heroicas, como puede ser salvar a un pueblo de las llamas de un dragón. La desventaja de esta modalidad de juego es su diseño textual; es decir, no hay gráficas, mas solo una lectura donde uno hace su historia.

Debido a la carencia de gráficas en los MUDS se desarrollaron los *MMORPG* (Massive Multiplayer Online Role-Playing Games); en español *juegos de rol* multijugador masivo online, el cual utiliza graficas en 3D y 2D, la esencia del juego es el mismo que los MUDS, la única característica es la visualización de los personajes del juego. Uno de los MMORPG más conocidos es *World of Warcraft* (ver anexo 5).

1.4.6 Gestores de contenido

Es un software que facilita la gestión de un sitio, en especial, en lo que hace referencia a la publicación de los contenidos en el mismo, tarea muy tediosa de tener que realizarla mediante programación convencional.

La ventaja de estos programas es que permiten gestionar con gran comodidad, no sólo la publicación de contenidos, sino otras herramientas como plataformas de *e-commerce*, foros de discusión, chats, etc. Además, es algunos casos se ofrece la posibilidad de otorgar permisos a los usuarios, por ejemplo para publicar noticias, por lo que son una herramienta muy útil para crear comunidades autogestionadas por sus propios miembros. En este sentido, pueden diferenciarse las comunidades virtuales cuya infraestructura es gestionada por una determinada organización promotora (Ej. www.cocacola.es), y aquellas que son gestionadas, al menos parcialmente, por sus propios miembros.

Según algunos expertos, es más recomendable buscar una combinación de ambas posibilidades, ya que con ello se garantiza una máxima estabilidad y fiabilidad de la estructura tecnológica, a la vez que los miembros de la comunidad se sienten más implicados en el desarrollo de la misma.

Las comunidades virtuales basadas en páginas web, gestionadas o no por un software específico, incluyen las siguientes funcionalidades:

- Una base de datos que administra el registro de nuevos usuarios y la actualización de los datos de éstos.
- Un foro de discusión.
- Recursos adicionales, como noticias, artículos, enlaces, etc., que puedan resultar de interés para la comunidad.

Un ejemplo claro de Comunidad Virtual Gestionadora de Contenidos es *Wikipedia* (ver anexo 6).

1.4.7 Sistemas peer to peer

En los últimos años se han venido desarrollando diversas soluciones de software que permiten a los individuos compartir archivos de gran tamaño. Este tipo de soluciones (como WinMX, Emule, Napster, etc.), suelen incluir funcionalidades adicionales como mensajería instantánea o chats, y además poseen sus propias comunidades vía web, en las que sus usuarios pueden encontrar los recursos que precisan para hacer un uso más eficaz de la herramienta (por ejemplo, www.emule-project.net o www.edonkey.ws/).

Entre los sistemas peer to peer más usados está el Emule, debido a la gran cantidad de usuarios que comparten sus archivos ya sean de música, video, imágenes, texto y programas (*ver anexo 7*).

1.4.8 BBS (Bulletin Board System)

Bulletin Board System (Sistema de Tablón de Anuncios). Su uso ha decrecido en la última década debido al incremento de usuarios de Internet; sin embargo hay grupos que se comunican mediante BBS, por ejemplo (conecta2.org). La plataforma usada por los BBS es muy simple y solo contiene texto, por eso no muchas personas están interesadas en su uso, sin mencionar lo poco atractiva que puede ser su presentación (*ver anexo 8*).

Además de las comunidades de carácter informático, existen las que se enlazan a través de otros medios:

1.4.8.1 Chat Box: Populares a inicio de los años 90, consistían en una central telefónica en la que coincidían varios usuarios; es decir, un sistema de chat con varios usuarios por medio del teléfono. En la actualidad el término “Chat box” es usado para describir sistemas de chat o charla instantánea incluidos en una página web.

1.4.8.2 Comunidades de Radioaficionados: Tan antiguas como la misma radio y vigentes aún, se encuentran por canales de radio abierta e intercambian información sin estar físicamente en el mismo sitio.

Seguramente este sistema de comunicación se ha visto muy seguido en películas americanas, donde hay personas conduciendo en la carretera por la noche tratando de comunicarse por medio de un *radio transmisor*; parecida a la que utilizan los policías para comunicarse; sintonizando una frecuencia radial libre; es decir sin locutor ni transmisión musical; y charlan o se informan sobre el estado de la carretera, la próxima gasolinera e incluso tratan temas personales.

1.4.8.3 Televisivas: Generalmente con un programa como anfitrión que concentra los contactos de los miembros e intercambia con ellos a través de la emisión televisiva. Por ejemplo, cuando un programa televisivo publica los mensajes enviados al canal de personas interesadas en conocer a otras alrededor del país.

Dichos mensajes suelen contener el nombre de quien envía, a quien desea conocer sea hombre o mujer y su número de contacto.

1.5 Manejo de las Comunidades Virtuales

Para asegurar el buen funcionamiento de las comunidades virtuales. Es importante tener en consideración los siguientes roles, aunque no sea necesaria su aplicación total en todas las comunidades virtuales. Cada comunidad definirá los roles en función de sus propios intereses.

1.5.1 Gobernador de las Comunidades Virtuales: Es el responsable de todas las comunidades de la empresa que junto con los líderes de las comunidades deben:

- Definir la identidad general de las comunidades
- Revisar periódicamente los elementos de la identidad para mantenerla alineada a la misión y visión de la organización patrocinadora
- Definir esquema de evaluación, estableciendo mecanismos a través de los cuales se evaluará el desempeño
- Definir los indicadores y referentes necesarios para el esquema de evaluación

- Definir métricas generales y particulares para evaluar el desempeño de las comunidades, revisándolas periódicamente para asegurar que permitan lograr los objetivos.
- Establecer mecanismos de compensación para reconocer y motivar la participación de los miembros
- Definir y revisar periódicamente las políticas generales
- Ajustar las políticas de acuerdo a los cambios que presenten en la identidad y al esquema de evaluación y motivación que se tengan.

1.5.2 Líder de la comunidad: Es el responsable de una comunidad en específico, delega responsabilidades al facilitador con el soporte de los roles operativos. Este desempeña varias funciones junto con los demás miembros a cargo del manejo de la comunidad, entre los roles que desempeña tenemos:

- Definir revisiones periódicas e indicadores para monitorear el desempeño y el cumplimiento del plan de trabajo.
- Establecer mecanismos de compensación para reconocer y motivar la participación de los miembros de las comunidades y revisarlos periódicamente.
- Establecer los medios y mecanismos apropiados para retroalimentar el desempeño de los miembros de la comunidad.
- Definir el periodo de rotación de roles o funciones, los criterios para determinar su rotación y hacer las asignaciones correspondientes.
- Definir claramente los lineamientos del registro de miembros.
- Debe definir reglas mínimas de participación y clarificar compromisos de participantes.
- Establecer políticas de manejo de conflictos y asegurar su cumplimiento

1.5.2.1 Junto con el Gobernador de la Comunidad

- Revisar la identidad general de la comunidad, definiendo los esquemas, indicadores de evaluación, establecer mecanismos de compensación, definir y revisar las políticas generales.

1.5.2.2 Junto con el facilitador de la comunidad, el coordinador administrativo y de eventos

- Elaborar un plan de trabajo para cumplir las metas definidas

1.5.2.3 Junto con el facilitador de la comunidad

- Asegurar la documentación de cada rol y perfil.
- Realizar las evaluaciones de las comunidades y los miembros con el fin de determinar acciones a realizar para mejorar el desempeño de miembros y comunidades

1.5.2.4 Junto con el moderador de foros

- Establecer políticas para una comunicación efectiva y asegurar su cumplimiento

1.5.3 Facilitador de la comunidad: Es el responsable de ayudar a que los miembros de una comunidad se conozcan entre sí, analiza e incorpora dinámicas grupales para una mejor integración de los miembros, otros roles que desempeña son:

- Detecta necesidades de capacitación y asegura que se lleven a cabo en tiempo y forma

1.5.3.1 Junto con el líder de la comunidad, el coordinador administrativo y de eventos

- Elaborar un plan de trabajo para cumplir las metas definidas

1.5.3.2 Junto con el líder de la comunidad

- Asegurar la documentación de cada rol y perfil
- Realizar las evaluaciones de las comunidades y los miembros con el fin de determinar acciones a realizar para mejorar el desempeño de miembros y comunidades

1.5.3.3 Junto con los expertos de la comunidad

- Establecer mecanismos para administrar el *capital relacional* y asegurar su aplicación (agregar, eliminar, categorizar contactos)

1.5.4 Mentores: Tienen el compromiso de ayudar a los nuevos miembros de la comunidad buscando información tanto interna como externa de la comunidad, también son los que organizan la información haciéndola mas accesible.

- Lleva a cabo la inducción de miembros
- Define claramente las competencias requeridas por cada rol, detecta necesidades de capacitación y lo comunica al facilitador de la comunidad.
- Garantiza que los servicios de capacitación ofrecidos a los miembros de las comunidades cumplan con su función de desarrollar las competencias requeridas para cada rol.

1.5.4.1 Junto con el coordinador administrativo y de eventos

- Asegurarse que los planes de desarrollo sean llevados a cabo correctamente.

1.5.4.2 Junto con el administrador de contenido

- Asegurarse que existan los mecanismos adecuados para dar seguimiento a los programas de capacitación para que se lleven a cabo en tiempo y forma.

1.5.5 Soporte tecnológico: Es el rol responsable de dar soporte en el uso de las herramientas tecnológicas a los miembros de la comunidad; ya sea sobre el manejo de la misma o uso de programas. Las personas involucradas en el soporte técnico deberán:

- Reportar al área de tecnologías de información cualquier mal funcionamiento o requerimiento de la *plataforma tecnológica*
- Proporcionar a los miembros un manual para el uso de la *plataforma tecnológica*
- Actualizar y poner a disposición una página de preguntas frecuentes
- Dar la información necesaria para saber con quién dirigirse en caso de algún problema o duda con la *plataforma tecnológica*
- Dar soporte a los miembros (foros, chat, etc.) en cuanto al uso y funcionamiento de la *plataforma tecnológica*

1.5.6 Expertos de la Comunidad: Es el rol responsable de mantener el dominio del conocimiento de la comunidad; es decir, conocer todo el entorno de la comunidad del cual están a cargo; sus funciones son:

- Identificar requerimientos de nuevos productos y servicios
- Administrar la experiencia de la comunidad (agregar, eliminar, categorizar lecciones aprendidas, mejores prácticas, casos)
- Administrar el inventario de herramientas, metodológicas y tecnológicas disponibles para la comunidad, en otras palabras saber que usa la comunidad.

1.5.6.1 Junto con el facilitador de la comunidad

- Establecer mecanismos para administrar el capital relacional y asegurar su aplicación (agregar, eliminar, categorizar contactos)

1.5.6.2 Junto con el administrador de contenido

- Definir las *taxonomías* a utilizar de la comunidad virtual (en foros, documentos en general, directorios de capital relacional, etc.)

1.5.7 Coordinador administrativo y de eventos: Es el rol responsable de administrar los eventos o actividades de la comunidad para los miembros. Este se asegura que los eventos programados en las comunidades se llevan a cabo en tiempo y forma

1.5.7.1 Junto con el líder de la comunidad y el facilitador de la comunidad

- Elaborar un plan de trabajo para cumplir las metas definidas

1.5.7.2 Junto con el mentor de la comunidad

- Asegurar que los planes de desarrollo sean llevados a cabo correctamente

1.5.8 Administrador de contenido: Es el rol responsable de administrar los contenidos que aporten los miembros de la comunidad

- Realizar revisiones sobre la taxonomía establecida para evaluar su correcto funcionamiento y en caso de ser necesario redefinirla
- Promover el uso de la experiencia en la comunidad (mejores prácticas, lecciones aprendidas, casos de éxito) para mejorar el desempeño individual y de la comunidad en general utilizando los diferentes medios que se tienen disponibles.

- Definir criterios y mecanismos para almacenar la información de valor, acorde a la taxonomía definida
- Definir las herramientas necesarias para almacenar y recuperar la información

1.5.8.1 Junto con el experto

- Definir las taxonomías a utilizar de la comunidad virtual (en foros, documentos en general, directorios de capital relacional, etc.)

1.5.9 Moderador de foros: Es el responsable de administrar los foros para estimular la participación de los miembros, puede ser miembro activo de la comunidad o alguien externo a este.

- Determina los lineamientos de administración de foros y asegurar su aplicación (respaldar, eliminar, etc.)

1.5.9.1 Junto con el líder

- Establecer políticas para una comunicación efectiva y asegurar su cumplimiento en los foros

1.5.10 Documentador: Es el responsable de documentar toda la información relevante generada para y dentro de la comunidad, sus funciones principales son:

- Desarrollar lineamientos y políticas de documentación (títulos de foros, títulos de correos, manejo de colores, abreviaturas, etc.)
- Asegurar la correcta documentación de la información generada en la comunidad
- Poner a disposición de todos los miembros de la comunidad la información generada en la misma
- En función de los criterios definidos por el administrador de contenidos asegurar la correcta clasificación de la información

1.5.11 El Bedel: A veces el ciberespacio puede ocasionar problemas debido a la creación de varios temas de discusión que con el paso del tiempo estos quedan en el olvido; por eso el *bedel* es el encargado de realizar dicha limpieza ya sea cerrando,

archivando o borrando los temas; también tiene la función de reubicar los temas que sean publicados en secciones erróneas de la comunidad.

1.5.12 Miembros de la comunidad: Es el rol que tienen todos los miembros de la comunidad y su principal función es colaborar con la misma, los miembros deberán:

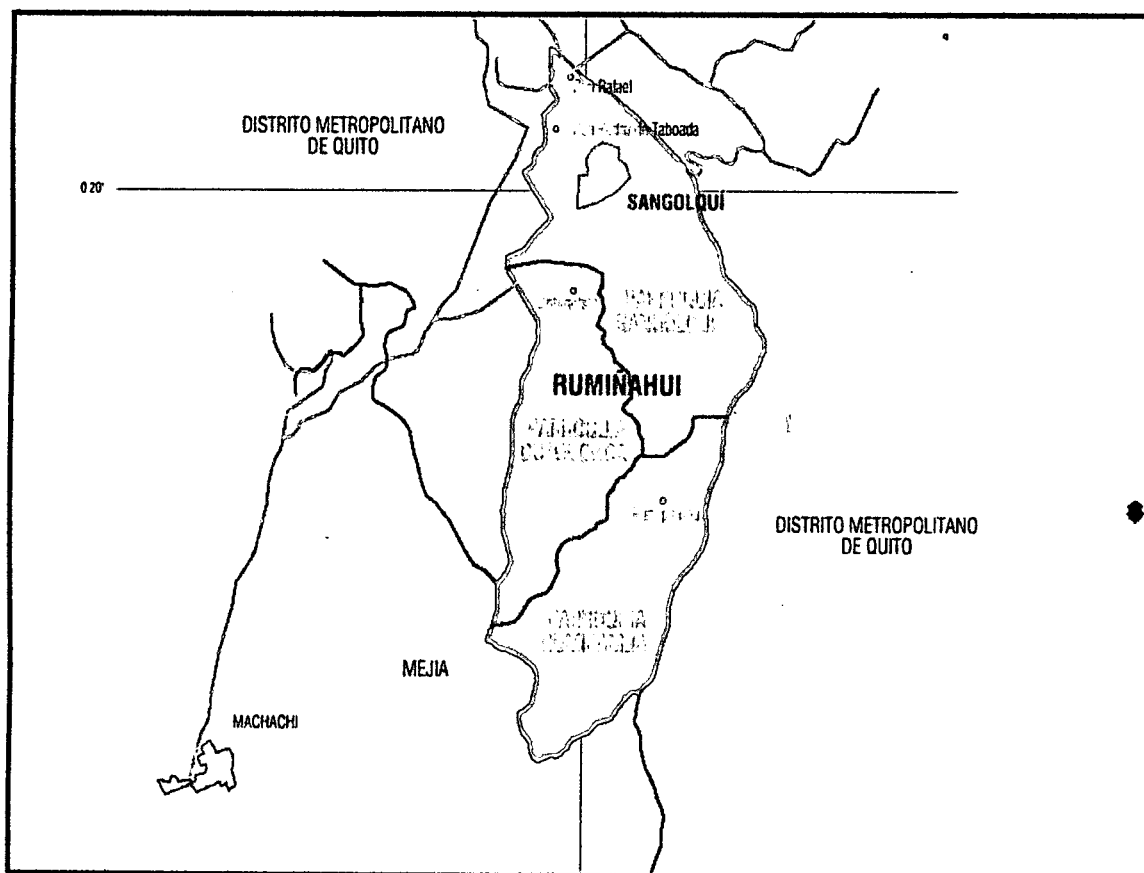
- Conocer la identidad de la comunidad
- Conocer los lineamientos y políticas de la comunidad
- Participar en la inducción a la comunidad
- Participar en las capacitaciones ofrecidas
- Compartir experiencia con el resto de los miembros
- Participar en foros
- Tener una participación respetuosa hacia los otros miembros
- Respetar las aportaciones de otros miembros de la comunidad
- Realizar aportaciones de valor enfocándose en el tema tratado
- Utilizar adecuadamente las herramientas
- Participar activamente en la generación de nuevos productos y servicios

Los roles antes mencionados en la mayoría de los casos es voluntario, las personas que estén dispuesta a realizar cualquiera de estos trabajos es libre de hacerlo con acuerdo previo ante el gobernador o líder de la comunidad. El único requerimiento que se necesita son las ganas de ayudar a los demás sean o no miembros de la comunidad.

CAPÍTULO II

Cantón Rumiñahui

2.1 Datos Generales



Cabecera Cantonal: Sangolquí

Superficie: 137.2 km².

Ubicación: Provincia de Pichincha, a 36.2 km de Quito.

Altitud: 2.550 metros m.s.n.m.

Población: 65.882 habitantes

Límites

Norte: Cantón Quito, urbanización la Armenia.

Sur: Monte Pasochoa y Cantón Mejía

Este: Cantón Quito

Oeste: Cantón Quito, Río San Pedro de Cuendina

Nor Oeste: San Pedro del Tingo.

División Política:

San Rafael	2 km ²
San Pedro de Taboada	4 km ²
Sangolquí	49 Km ²
Cotogchoa	34 Km ²
Rumipamba	40 Km ²

Las tres primeras son parroquias urbanas y las dos siguientes son parroquias rurales.

2.1.1 Clima.

El clima del Cantón Rumiñahui es muy agradable, oscila desde los 16 grados en promedio y a veces es caluroso en días soleados, llegando a marcar los 23 grados de temperatura, así como en las noches baja hasta los 8 grados. El clima del Cantón Rumiñahui es uno de los principales recursos naturales de la zona. Por otra parte, la precipitación anual es de 1000mm³ y su mayor concentración de lluvia se produce entre los meses de abril y octubre.

Toda la zona está sujeta a dos estaciones, verano e invierno principalmente se presenta en junio a septiembre y se caracteriza por una sequía algo prolongada y por fuertes vientos; los meses de mayor lluvia son de abril a octubre y esta se caracteriza por torrenciales continuas. La estación seca aumenta la temperatura y la lluvia aumenta la humedad.

2.1.2 Relieve.

El Cantón Rumiñahui ocupa gran parte del Valle de los Chillos, está rodeado de regiones naturales como el cerro Ilaló, al norte; las laderas y estribaciones del Pasocha y Sincholagua, al sur; los declives exteriores de la cordillera occidental, al este; los declives exteriores de la cordillera occidental, además de la cadena montañosa de Puengasí que separa a Quito del Valle de los Chillos, al oeste.

2.1.3 Hidrografía.

El Cantón Rumiñahui y el Valle de los Chillos están bañados por un gran número de quebradas (riachuelos) entre los más importantes están; la quebrada Talata, la quebrada Romopungo, la quebrada Yanahuayco, la quebrada Pucaypamba, la quebrada la Merced, la quebrada Santa Isabel, la quebrada Cuendina, la quebrada El Tingo, la quebrada Santo Domingo, la quebrada Zuruguaycu, etc.

La humedad del valle está acrecentada por varios ríos, los cuales son: río San Nicolás, el río Capelo, el río Santa Clara, el río Tinajillas, Cachaco, el río Pita, y el río San Pedro que es el más importante del valle; especialmente los ríos Santa Clara y el río Cachaco, cruzan por dentro de la ciudad de Sangolquí los cuales se unen al río San Pedro en la población de San Rafael.

2.1.4 Orografía

El Cantón Rumiñahui está rodeado por las siguientes elevaciones: el Cerro Ilaló al norte; la Cordillera Oriental de los Andes con el hermoso Antisana al este; la Cordillera Central, en la que se destaca el Pichincha, al oeste; al sur oeste están el Atacazo, Corazón y Viudita; El Paschoa, el Cotopaxi y Sincholagua al sur.

El terreno del cantón Rumiñahui es relativamente plano con ligeras ondulaciones, está a una altura promedio de 2 500 m sobre el nivel del mar, dentro del Valle de los Chillos.

2.1.5 Flora

La flora del Cantón Rumiñahui, está constituida por especies características del Callejón Interandino, como son los cultivos de maíz, arveja, hortalizas, árboles frutales: tomate, aguacate, y de una gran variedad de cítricos. En terrenos más altos se cultiva trigo, cebada, chochos; papas, habas, mellocos, ocas etc.

El clima agradable y el paisaje siempre verde del Cantón es acrecentada por pequeños bosques dispersos por todo el valle en los que sobresalen los árboles de eucalipto.

El este del Cantón está cubierto por bosques siempre verdes, estos bosques suben, variando sus características de acuerdo a la altura, donde asoma vegetación totalmente diferente, conocida con el nombre de páramo y caracterizada principalmente por la presencia de *gramíneas*, esta a su vez se pierde paulatinamente con la altura para dar paso primero a una vegetación alpina y luego a la nieve perpetua en adelante.

2.1.6 Fauna

La fauna de Sangolquí es muy poco notoria pues en estos últimos diez años ésta se empezó a convertir en una ciudad muy desarrollada pero se puede decir que la fauna de este sector está presentada por especies como el ganado vacuno, bovino, porcino, caballar, mular, caprino y asnal. Además de una infinidad de aves voladoras como: La tórtola (*Zenaida Auriculata*), mirlo (*Turdustuscater*), gallinazo negro (*Coragyps atratus*), etc.

Existen una gran variedad de aves voladoras entre las cuales tenemos: al curiquingue, el cóndor (*Vultur gryphus*), el pato de páramo o pato punteado, las tórtolas, el gallinazo negro (*Coragyps atratus*), los veraneros, etc.

2.1.7 Cantonización

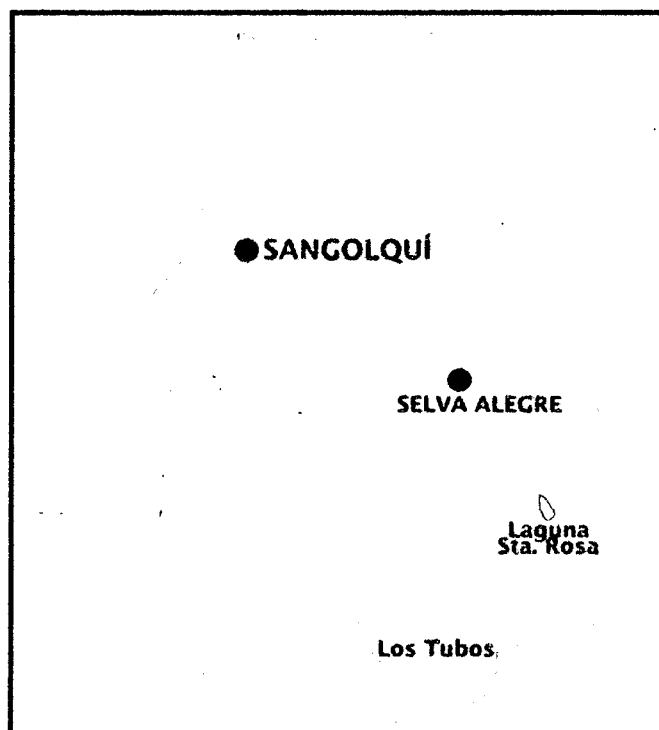
Desde mucho tiempo antes de 1938 existió la idea de elevarle a la categoría de Cantón; así encontramos al Párroco Eloy Ortega y también a Don Justiniano Estupiñán, quien tenía su hacienda en lo que hoy es la fábrica Danec, que en 1918 organizaron un comité pro cantonización, que no prosperó. Pero quedó el germen de hacerle Cantón.

Es en enero de 1938 que llega el señor Teodoro Arieta, Oriundo de Alausí, en calidad de jefe de la oficina de telégrafos y teléfonos; este, al ver el adelanto de la población y que podía reunir las condiciones para elevarla a la categoría de Cantón se interesó por tal misión; provocando inquietud en cuanta persona fomentaba amistad.

Se cuenta que un día se encontraba en la peluquería del señor Gustavo Sosa y al conversar con el profesor José Enrique Tello se propusieron invitar a las personas que consideraron puedan participar en tal propósito. Así fue, se reunieron en la oficina del

telégrafo y luego de hablar sobre el objetivo propuesto decidieron formar una directiva provisional.²

2.2 SANGOLQUÍ



Superficie de Sangolquí 49 Km².³

2.2.1 Datos Generales.

Capital de: Cantón Rumihahui

Superficie: 49 km²

Ubicación: Sur-este de la ciudad de Quito

Altitud: 2.392 m sobre el nivel del mar

Población: 56.794 habitantes

Límites:

Norte: San Rafael y el Tingo

Sur: Cotogchoa y Rumipamba

Este: Alangasí y Píntag

Oeste: Amaguaña y Conocoto

² <http://www.rumihahui.gov.ec/index.asp>

³ Ilustre Municipio del Cantón Rumihahui; *Mapa Turístico Cantón Rumihahui*

Sangolquí es la ciudad más importante del cantón Rumiñahui; además se encuentran las instituciones del gobierno del cantón así como las de salud, educación, servicios públicos, comunicación y además, los principales negocios.

2.2.2 Historia de Sangolquí

2.2.2.1 Origen de Sangolquí

Existe muchas teorías sobre su origen, los más entusiastas dicen que cuando llegaron los españoles al Reino de Quito, encontraron este hermoso valle y quisieron adoptarlo como su lugar de asentamiento, pero al ver que era estratégicamente impropio para sus fines, desistieron de esta idea.

Otros mencionan que cuando se decidió buscar un lugar para la Capital de la República, uno de los primeros lugares en los cuales se pensó, fue éste; pero ya que era muy rico en su flora y su tierra decidieron que éstas deberían ser las grandes haciendas de los más altos mandos de las ciudades. Pero una de las teorías poco mas concisas respecto a cómo apareció Sangolquí fue la del *Cacicazgo* de Urin-Chillo. Este cacicazgo estaba organizado de igual manera a cualquier otro, es decir, el poder se encontraba en el inca; luego seguía el gobernador, de allí el Cacique; ellos eran los que poseían poder sobre otros. Después venían los *Curacas* de los *Mitmas* y los Curacas de los *Mindalas*, luego los Curacas de los tres niveles inferiores y, por último, los *yanaconas* o esclavos. Se dice que este cacicazgo formó, posteriormente a Sangolquí.

Según las investigaciones, los primeros pobladores del actual Valle de los chillos se habrían asentado en la zona de El Inga, que comprendía el actual cerro Ilaló, hasta la parroquia de Tolóntag hace alrededor de 11.000 años a.n.e., los pobladores fueron nómadas, cazadores y recolectores. Utilizaron la piedra (*obsidiana* y *chert* principalmente) para elaborar sus puntas de lanza, cuchillos, raspadores, buriles, etc.

Más tarde, la zona se fue poblando por varias migraciones de indígenas que por el año 4.500 a.n.e. comenzaron a desarrollar la agricultura y la cerámica como principales actividades. Avanzando el siglo XV aproximadamente, los Quitus - Caras, amos y

señores de la antigua ciudad de Quito, emigraron al valle, debido a las bondades de su clima y sobre todo a la riqueza de su suelo. Para el año de 1460, empezaron a llegar los incas denominados "Mitmakunas" (indígenas desterrados de su tierra cuando se oponían a la conquista incaica). Se dedicaban principalmente al comercio. Los indígenas dividieron a esta región en Anan Chillo o chillo alto, que es la actual Amaguaña y Urin Chillo o Chillo bajo, que ahora es Sangolquí.

En 1534 en la lucha contra los conquistadores y junto a Rumiñahui muere el cacique Quimbalemba de Chillo al defender su valle. Juan Sangolquí fue el cacique sucesor y uno de los más ilustres personas indígenas de principios de la época colonial alrededor de 1580, las órdenes religiosas de la Compañía de Jesús, la Merced y San Agustín, adquirieron extensas tierras en chillo convirtiéndolas en haciendas, muchas de las cuales se conservan en la actualidad.

El poblado central de Urin Chillo creció hasta convertirse en la ciudad de San Juan Bautista de Sangolquí, nombre español dedicado a Juan el Bautista y al cacique Sangolquí. La región se dedicó a la producción del afamado "maíz de chillo" (de grano grande y amarillo), por lo cual recibió el calificativo del "Granero de Quito".

Luego de la expulsión de los Jesuitas de América a finales del siglo XVIII, muchas de las haciendas pasaron a manos de familias adineradas. Es el caso de la Hacienda de Chillo Compañía (*ver anexo 9*), propiedad de Juan Pío Montúfar, conocido como el Marqués de Selva Alegre y héroe de la independencia ecuatoriana, oriundo de Sangolquí. Fue en este valle donde en 1809 se reunieron los patriotas para conspirar contra la corona española y el sitio donde las tropas del mariscal Antonio José de Sucre tuvieron algunas batallas preliminares, gracias a la ayuda del indígena Lucas Tipán, que finalizaron con la gloriosa Batalla de Pichincha de Quito, el 24 de Mayo de 1822.⁴

2.2.2.2 Origen del Nombre "Sangolquí"

En la actualidad aún se desconoce el origen del nombre de la cabecera Cantonal del Cantón Rumiñahui, sin embargo existen muchas hipótesis del origen de dicho nombre, a continuación se mencionan 6 de ellas.

⁴ www.voltairenet.org/article155164.html

1. Según afirman, cuando hubo una erupción del Cotopaxi una tribu de las faldas del volcán arribó a Cotogchoa, pasando por unos desfiladeros del Pasochoa; el jefe de esa parcialidad, se llamaba Golquí y su mujer Sang, nombres que originarían a Sangolquí.
2. Otra versión la dio el notario del Cantón; decía que el nombre se compone de dos partes de la lengua de los Incas: Sango, que significa manjar de los dioses y Quí que equivale a abundancia. El notario dio esta significación al haber escuchado la leyenda que contaba como los Incas llegaron a las cercanías de estas zonas y encontraron una magnífica planta que pusieron el nombre de maíz con la cual crearon un exquisito plato de harina de maíz el cual era “Sango” (manjar de los dioses) y sus platos se los sirvieron “Quí” (abundantemente).
3. Del reino de los Panzaleos, el cual se ubicaba en Uyumbicho, casi todos los apellidos de sus pobladores terminaban en “Quiza”. Del reino de los Imbayas, el cual avanzaba hasta Alangasí, todos los apellidos terminaban en “Ango”. Se deduce que hubo una unión matrimonial por intereses, los cuales eran muy comunes en esos tiempos, y se formó una nueva tribu la cual se trasladó a un sector cercano el que se llamaría “Ango-Quiza” que con el tiempo y los cambios sería Sangolquí. (Jacinto Jijón y Caamaño.)
4. El señor Luis A. Páez dice que Sangolquí viene de las palabras “San” y “Golquí” ya que en esta región existió un hombre llamado Lorenzo Golquí, quién ayudó mucho en la enseñanza religiosa de la doctrina cristiana dentro de los latifundios; a este hombre, los jesuitas lo reconocieron como Santo por su gran apoyo; por tal razón se le puso a la parroquia el nombre de “San Juan Bautista de Sangolquí” nombre que consta en una placa que está ubicada en la hacienda de “Chillo - Compañía”
5. El siete de Enero de 1594, el Cabildo de Quito da el nombramiento para alcalde al señor “Juan Sangolquín”, el cual tomaría estas tierras como encomienda y le daría su apellido para nombrarlas. (Luis Armendáriz)

6. Nombre español dedicado a Juan el Bautista y al cacique Sangolquí, quien fué el cacique sucesor después de la muerte del cacique Quimbalemba de Chillo durante una guerra contra la conquista de los españoles.

2.2.2.3 Sangolquí desde 1901 hasta 1938

A los pocos años de muerto el Dr. Ortega, Sangolquí tuvo como Párroco al Dr. Julio Anatolio Andrade, quien con un fervor propio de un digno Ministro de Dios, inició la gigantesca obra de la Iglesia Matriz en 1.906, que hasta hoy, esbelta y majestuosa domina la ciudad. Cuando el dinámico sacerdote se ausentó quedó la obra, gracias o su aporte pecuniario y colaboración de los feligreses, levantado hasta la mitad.

En el año 1.907, la muy noble y distinguida familia Mercado Mateus vino a pasar los días de verano en Sangolquí, en la hacienda San Sebastián. Por la benignidad del clima y la bondad de los moradores, el señor Mercado cobró tanto aprecio a Sangolquí que inmediatamente se compró la hacienda Santa Clara y en 1908, instaló a pocos kilómetros del pueblo, la fábrica de cigarrillos "El Progreso", luego después la Fábrica de fósforos "Cotopaxi" y la de escobas, industrias en las que daba trabajo a más de 400 obreros entre hombres y mujeres de Sangolquí, Conocoto y Alangasí. Circulaba entonces mucho dinero en la ciudad, razón por la cual en el transcurso de pocos años se levantaron hermosos edificios particulares.

El señor Leopoldo Mercado munificente con sus bienes, no hacía partícipes de ellos solamente a sus obreros y allegados; continuamente enviaba fuertes donativos para la obra del templo parroquial. La construcción de la cúpula corrió totalmente a cargo de los obreros de "El Progreso" con la incondicionada ayuda de su bondadoso "patrón".

Al señor Leopoldo Mercado le debe Sangolquí la base material de progreso que hizo posible la cantonización. Durante su vida no hubo un necesitado que no acuda a sus puertas y que no sea agasajado con verdadero espíritu de caridad cristiana.

Si recibía servicios, el señor Mercado los pagaba con creces. A la escuela que lleva su nombre siempre la obsequió generosamente. Compadecido de la gente pobre que acudía a lavar ropa en el río Santa Clara, bajo el sol o la lluvia, el señor Leopoldo Mercado,

que ya había hecho construir el hermoso puente que da paso a su hermosísima hacienda, donó a la población unas lavanderías y servicios higiénicos junto al río Santa Clara.

Poca cosa es para agradecer al señor Mercado el haber bautizado con su nombre la calle que viniendo de su hacienda pasa por delante del templo parroquial. La memoria de este benefactor, a quien Dios recogió para darle el merecido premio ya hacen más de 18 años, quedará para siempre gravada en la memoria de los sangolquileños. (Noviembre 17 de 1.944).

El señor Carlos López, con ayuda del Venerable Párroco, señor Dr. Félix Granja, instaló el primer servicio de alumbrado eléctrico con un pequeño dínamo instalado en el molino "La Palma" (1.914). Fue el mismo quien puso la primera botica.

El señor Dr. Julio César Montalvo merece de Sangolquí el recuerdo y agradecimiento ya que, obtuvo del Municipio Capitalino la donación de la primera tubería para el agua potable y la primera carreta para la recolección de la basura con su respectiva acémila y aderezos.

Mediante su influjo se construyeron los servicios higiénicos que se hallan en las carreras Montúfar y Sucre. Además obtuvo del Municipio de Quito el permiso para formar la Junta de Embellecimiento, que se mantuvo con los cobros de impuestos en las ferias dominicales, y que ejecutó magníficas obras. Nada se ha hecho aún en Sangolquí para perpetuar su memoria.

Siendo Teniente Político el señor Mariano Guayasamín, obtuvo permiso del señor Presidente de la República, Sr. Dr. Gonzalo Córdova, para invertir las recaudaciones de multas en el adecentamiento del actual Atrio del templo parroquial y sus gradas.

Por ese entonces, 1918, hubo un inusitado fervor por cantonizar Sangolquí. Encabezaba este movimiento el señor Justiniano Estupiñán. Fracasó el intento.

El primer club deportivo "El Progreso" se organizó en ese año. Fue su directorio el siguiente: Presidente, Sr. Luis Gordillo; Vicepresidente, Sr. Luis Pazmiño; Secretario, señor Luis Álvarez; y. Tesorero señor José María Zúñiga.

Muchas amistades se trabaron con los pueblos vecinos y con los cantones de la Provincia, especialmente con Machachi y Alóag, gracias a los encuentros deportivos.

En el año de 1923, vino como Párroco el señor Dr. Secundino Ortiz Ulloa, sacerdote sumamente entusiasta que logró dar empuje a lo obro de la Iglesia Matriz, inaugurándola el 7 de Enero de 1926.

En el año 1926, el señor Ángel Modesto Borja estableció el servicio de buses: Sangolquí - Quito. Cuando retiró este servicio el señor Borja, el señor Arcos Díaz, puso dos buses que los administró el señor Luis Zúñiga. Luego le siguieron los ciudadanos: Nicolás Espinosa y Ramón Gordillo; el señor Rafael Rojos, el Dr. Arregui, la señora Balbina Villafuerte, el señor Luis Zúñiga*, el señor Leopoldo Báez, el señor Pedro Cevallos y así continuaron adelante ingresando otras unidades hasta que en lo actualidad la Cooperativa "Los Chillos" cuenta con más de 40 buses y 7 colectivos modernos.

Sangolquí venía ya enrumbándose por caminos de progreso, pero faltaban iniciativas y empuje para alcanzar mejores días. Todos parecían contentos con el nivel que ya había alcanzado, bajo la tutela absoluta de la capital. Pero, mientras otros duermen, alguien vela. Por eso, los señores: Alonso Báez y José Enrique Tello, planeaban la manera de cantonizar Sangolquí. El señor Báez obtuvo datos de la Tesorería Municipal de Quito, acerca de las entradas de Sangolquí, que llegaban entonces a la suma de \$95.000,00 anuales. Todo se facilitaba, menos el dinero para afrontar los gastos, y como nadie se interesaba aún por dichas gestiones, quedó todo en las buenas intenciones de los iniciadores para seguir madurando hasta épocas más propicias.⁵

2.2.3 Principales Atractivos de Sangolquí

Sangolquí, tierra altiva y tradicional de nuestra serranía, conocida por la pujanza de su gente trabajadora, sorprende a propios y extraños cuando teniendo como aliado a los números y las estadísticas se constituye como el primer cantón del país en poseer el mejor nivel de vida para sus habitantes, lo que equivaldría a decir que es la mejor ciudad ecuatoriana para vivir y mostrar, ya que cuenta con grandes atractivos turísticos

⁵ Hinojosa Ángel. *Sangolquí: Historia, tradiciones, anécdotas y leyendas*. Sangolquí, Ecuador: ED. Abya-Yala, 2002

en su entorno urbano, llenos de historia y tradición que hacen que esta ciudad se convierta en un patrimonio cultural de la nación.

La regeneración urbana de Sangolquí muestra una ciudad renovada tanto en su arquitectura como en el autoestima de su gente, además permite disfrutar de hermosos colores, y detalles arquitectónicos de sus monumentos, parques, y centros culturales que hacen que la visita a esta ciudad (*ver anexos 10 al 15*), sea una experiencia inolvidable. Entre sus atractivos turísticos principales tenemos:

2.2.3.1 Iglesia Matriz de Sangolquí



Foto: Archivo

En el corazón de Sangolquí se levanta majestuoso el templo parroquial, que por cerca de una centuria, ha configurado la autentica imagen de un pueblo creyente.

La gran hazaña de su construcción comienza en 1906 con la iniciativa del *presbítero* Dr. Julio Anatolio Andrade. Sangolquí es tierra pródiga en hombres hábiles y artistas. Uno de sus mejores exponentes fue Don Pío Guayasamín, constructor y prestigiado por un extraordinario talento artístico, sin estudios académicos, fue el encargado de diseñar los planos y ejecutar la obra, gratuitamente. Puso en el trabajo todo su ingenio. Escogió como estilo el romano, para que el nuevo templo fuera un *trasunto* de las grandes basílicas de la ciudad eterna.

El alegre trajinar del pueblo bajo la bóveda de su majestuoso templo, duró muy poco tiempo. El 9 de agosto de 1938, la ciudad y el valle fueron sorprendidos por un violento sismo que redujo a escombros algunas de sus construcciones. El templo fue gravemente afectado. El párroco de entonces era el Dr. Temistocles Cisneros. Con decidida voluntad y fortaleza que lo habían inspirado siempre, inicio la obra de reconstrucción.

La iglesia tiene poco mas de cien años de construcción, en la que coinciden el simbolismo y la funcionalidad. Destacan armoniosamente en su fachada, las columnas y el tímpano propio de la arquitectura griega con las torrecillas y *hornacinas* de corte romano, en medio se levanta grácil y esbelta la torre principal con su campanario. Su bello pretil de piedra es la entrada a este templo de Fe.

A inicios del nuevo milenio el gobierno del Cantón Rumiñahui da un gran paso en el empeño de preservar nuestro Patrimonio Histórico, con la iluminación de la iglesia, la cual plantea una combinación de luces y colores que realzan sus columnas y tímpanos de corte griego, y las torrecillas y hornacinas de corte romano. Actualmente ofrece un panorama maravilloso lleno de colorido, plasmado en el cielo nocturno sangolquileño, convirtiéndose así en un importante atractivo turístico que invita a ser visitado.

02.2.3.2 Parque Central Juan de Salinas



Foto: Archivo

Su construcción original, data del siglo XVIII, con una arquitectura tradicional popular de la zona rural. El parque central ha recobrado vida con el uso de colores cálidos, amarillos y ocre (tierra) para las casas que lo circundan, inventariadas con valor patrimonial; en contraste con colores fríos, azules, en los planos de fondo para aquellas casas que ya han sufrido alteraciones. Se destaca el uso de blanco antiguo para los detalles y ornamentos.

En el centro del parque se halla ubicada una pileta, que es la misma que estuvo en la época colonial en la Plaza Grande en Quito hasta 1909 y fue instalada en Sangolquí en 1915, por el Coronel Juan Manuel Lasso, Presidente del Consejo de Quito en ese entonces.

También podemos resaltar sus bellos y muy bien cuidados jardines que con sus plantas ornamentales, y su verde césped contribuyen a la conservación ambiental de Sangolquí. Además, está compuesto por farolas, bancas de piedra, y árboles endémicos de la zona.

2.2.3.3 Parque El Turismo y Monumento al Tiempo



Foto: Archivo

Al igual que el Parque Central, el Parque El Turismo también fue objeto de grandes cambios innovadores. Varios trabajos de remodelación se hicieron notar en el año 2003,

ya que su aspecto no era de un lugar turístico. El gobierno del Cantón Rumiñahui vio la necesidad de transformar este lugar en un sitio de primera clase, además porque era un símbolo del turismo sangolquileño.

En el remozado parque El Turismo, se destaca el monumento al Tiempo, este tiene forma de un cilindro de concreto de aproximadamente 8 metros de altura, su construcción está hecha de piedra y tierra, decorado con incrustaciones de metal dorados y negros con diseños que remiten a las culturas ancestrales, cuya simbología representa al sol, vida y divinidad para nuestra naturaleza y eje de toda su cosmovisión. Tratando de crear una obra acorde al riquísimo pasado de la población de Sangolquí, se concibió este monumento que pretende ser un homenaje a su historia y pueblo ecuatoriano cuya cultura fue demolida.

El diseño y entorno del monumento hace referencia a los antiguos calendarios solares y permite conocer el recorrido cíclico del sol, utilizados por los indígenas para marcar el inicio de las estaciones, equinoccios y los solsticios, épocas de siembra, de cosecha y todas las actividades periódicas del ser humano. Este bello monumento fue donado por el alcalde de Quito Paco Moncayo.

Además podemos observar los bellos y extraordinarios jardines con vegetación ornamental propia de la región, lo que hace más natural el diseño de este parque. No se puede olvidar también la vista nocturna de sus alrededores, gracias a sus lámparas importadas de Italia. Su atractivo aspecto e inigualable iluminación nocturna el Parque El Turismo es escenario de actos culturales propios de las fiestas de Cantonización.

2.2.3.4 Monumento a Rumiñahui



Foto: Archivo

El 11 de noviembre de 1978 se firma el convenio para iniciar la construcción y es el maestro Oswaldo Guayasamín, de raíces sangolquileñas, máxima figura de las artes plásticas ecuatorianas quien realizó los planos generales de este colosal monumento del héroe indio “RUMIÑAHUI”, defensor de la nacionalidad ecuatoriana.

La obra duro nueve años en construcción, mide ocho metros de altura y está realizada en bronce repujado, hierro, hormigón, y cemento. El piso de este monumento es de cerámica roja que representa la quema de Quito encabezada por el General Rumiñahui, sus palabras fueron: “Solo fuego y cenizas para los invasores”.

Las lanzas simbolizan al pueblo indio en pie de lucha; los brazos extendidos del monumento, significa la victoria y resistencia de la cultura indígena. Este símbolo posee una altura de 18, 30 metros, sobre estas lanzas se impone un sol giratorio que representa al Dios de los antepasados.

Esta obra fue posible realizar gracias al apoyo brindado por la junta monetaria del Consejo Provincial de Pichincha y bonos presupuestados por la municipalidad. En la Actualidad, el Gobierno del Cantón Rumiñahui, se ha preocupado por mantener la integridad de este símbolo sangolquileño, es por eso que lo restauró, lo iluminó, y lo protegió con una verja en el perímetro de la plaza cívica, lugar donde se encuentra el monumento.

2.2.3.5 Monumento al Maíz



Foto: Archivo

En el año de 1989, el pueblo de Sangolquí recibió la gran ofrenda de hierro y hormigón de seis metros de alto y dos de diámetro.

Fue construido por el pintor ecuatoriano Gonzalo Endara Crow, y nos recuerda la fertilidad del Valle de los Chillos. Para las culturas ancestrales, el significado del maíz traspasó las fronteras de lo terrenal. Su importancia era vital para el sustento y desarrollo de los pueblos americanos. Gonzalo Endara Crow, en respuesta a su permanente búsqueda de aquel hálito de vitalidad existente en las cosas sencillas, supo emular en la escultura a ese dorado “regalo de los dioses”. Al tomar cuerpo en el hierro

y el hormigón la mazorca se volvió multicolor, representando igualmente a la tierra, el fuego y el agua.

El monumento al maíz surgió para remover rendir tributo al maíz, alma y vitalidad del espíritu indo-americano.

2.2.3.6 Monumento al Colibrí



Foto: Archivo

Este monumento fue creado en el año de 1989 por el artista ecuatoriano Gonzalo Endara Crow, para su elaboración utilizó la *técnica de NAIF*. Sus materiales de construcción fueron: hierro, hormigón y cemento. Este monumento mide seis metros de altura.

Aves y huevos, inquietud constante en el espíritu de Endara Crow. Encontró en ellos un sinónimo de un presente viviente. Inspirada en la vitalidad, la creación pictórica, en la que el artista reúne inmensos huevos destinados a convertirse en la morada eterna de un colibrí que despliega sus alas para no volar, sino para protegerlos.

Frágil y delicado el pequeño colibrí refleja en su plumaje toda la riqueza y el colorido de la universalidad andina. Viste su cuerpo con tonos multicolores, el verde que refleja la constante renovación de la madre naturaleza, el color negro que retrata a la tierra, la

solemnidad del sol que se refleja en el amarillo, anaranjado y el oro; el grana, símbolo de lucha, esfuerzo, guerra y sangre; y con el azul oscuro energía salud.

2.2.3.7 Monumento a La Sed



Foto: Municipio del Cantón Rumiñahui

Nuevo atractivo turístico en el Cantón Rumiñahui es el monumento a LA SED, trabajo de remodelación el Parque de San Rafael, obra que consta de dos piletas inteligentes y un mural denomina El Rondador, obra del pintor Luis Napoleón Valencia representante de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

La escultura a “La Sed” de 3 metros de alto y un pedestal de 5 metros elaborado por el escultor quiteño Flavio Eddie Crespo, obra de tributo al maestro Eduardo Kingman, muestra el expresionismo indígena. La obra está representada por un campesino que al momento de su descanso, busca el agua y parece no encontrarla, por el hombre sentado, tomando agua del pilche, casi lamiéndolo. Obra de denuncia y puede tener múltiples interpretaciones, en primera instancia a los problemas sociales que tiene el ser humano especialmente el campesino por la marginación histórica que ellos han tenido. ⁶

⁶ Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui

2.2.4 Principales Festividades en Sangolquí

2.2.4.1 Reseña Histórica de las Fiestas de Cantonización

El gobierno del Cantón Rumiñahui presidido por el Sr. Marcelo Ayala, alcalde, y el consejo en pleno rinden homenaje a su tierra natal y a la ciudadanía en general por la conquista lograda el 31 de Mayo de 1938. Desde Enero de ese año después de la idea brillante del Sr. Teodoro Arrieta dada en la peluquería del Sr. Sosa, cuando exclamó asombrado por la hermosa plaza central que tenía la parroquia rural del Cantón Quito, Sangolquí, que esta tierra debería cantonizarse.

Los sangolquileños dieron respuesta inmediata, se formaron comités y subcomités, comisiones a todo nivel, fue una verdadera efervescencia de civismo y de amor a su terruño, no quedó una sola familia sin actuar y respaldar la idea, las mujeres inclusive se despojaron de joyas, hicieron cuotas personales, y juntaron la mayor cantidad de dinero para la causa, los hombres sesionaron permanentemente, “viajaban” a la capital constantemente; se realizaron dos corridas de toros populares, varias reuniones sociales, hasta llegar al mes de Mayo donde se habían logrado varias conquistas entre ellas invitar al jefe supremo de la república Gral. Enrique Gallo a la inauguración de una casa cuna donde se le abordó el criterio general de este pueblo aguerrido, trabajador y unido de cantonizar a Sangolquí.

En ese acto el Sr. Don Rafael Tinta, concedió una condecoración de honor y por su puesto de oro al Jefe Supremo así como también la participación decidida y llena de reconocimiento cívico y de gratitud a tres valerosas mujeres: Doña Lucila Espinoza, Carmen Petrona Guayasamín, VDA. De Cevallos, Jesús Cevallos de Sosa, por ser ellas la cabeza principal del subcomité femenino que lograron después de realizar importantes gestiones la firma del decreto de cantonización un 31 de Mayo de 1938.⁷

⁷ Hinojosa Ángel. *Sangolquí: Historia, tradiciones, anécdotas y leyendas*. Sangolquí, Ecuador: ED. Abya-Yala, 2002

2.2.4.1.1 Mayo, Fiestas de Cantonización.



Bandera y Escudo del Cantón Rumiñahui

Foto: Archivo

En el mes de mayo se celebra la Cantonización de Rumiñahui con actividades sociales, culturales, taurinas, deportivas propias del cantón que realza las costumbres y tradiciones. Como números principales de esta celebración están, el *pregón* de fiestas, la elección de la Reina del cantón y su corte de honor que tendrá el deber de trabajar por los más necesitados durante su reinado, y finalmente el desfile cívico militar que cuenta con la presencia de establecimientos educativos públicos y privados de la zona.

2.2.4.1.2 Pregón de Fiestas y Fuegos Pirotécnicos.

Hace unos años atrás el *pregón* de las fiestas de cantonización se realizaba con una noche de antorchas, así también con la presentación de bandas de guerras, la participación del municipio y personas importantes que son encargados de este evento tan significativo e importante para Sangolquí, así también las asociaciones, carros alegóricos, comparsas, etc.

Todos los que participan en este programa de fiestas de cantonización hacían su llegada al estadio en el cual se presentan artistas de diferentes tipos de música para todas las personas que asisten y por la noche queman una gran variedad de fuegos pirotécnicos donados por las personas que contribuyan para que este *pregón* tenga éxito.

Para este evento, que se realiza año tras año, se encarga la comisión de fiestas con el objetivo de hacerlo de una manera ordenada e inolvidable.

2.2.4.1.3 Elección de la Reina y su Corte de Honor.

El festejo no podía estar completo sin una reina: Judith Hidalgo Díaz registra su nombre como la primera soberana de las fiestas del Maíz y del Turismo.

Antes en la época colonial, todas las damas sangolquileñas participaban en este evento importante por las diferentes fiestas. El único requisito que se necesita para ser Reina del Cantón Rumiñahui es tener más de 16 años de edad y que tenga el auspicio de alguna empresa o institución. Una semana antes de la elección, las participantes preparan una coreografía para presentarse ante el público.

El jurado calificador encargado de la elección de la Reina de este Cantón, tiene una difícil y dura tarea ya que no sólo toma en cuenta su belleza externa sino también por la forma en la que la participante pueda desenvolverse.

2.2.4.1.4 Desfile Cívico Militar.



Desfile de Banda de Guerra

Foto: El Comercio

El 31 de Mayo de cada año es una fecha importante y muy valiosa para rescatar el Civismo de Sangolquí; que se ejecutan actos que comienzan a las 5:00 a.m. con las

salvas y dianas, mas tarde se da lugar a un hermoso desfile en el cual participan: miembros militares con todos los equipos que poseen, las bandas de guerras con sus respectivas señoritas bastoneras de las escuelas, colegios, universidades, instituciones privadas, con un recorrido desde Club de Oficiales del ejército hasta el Monumento a Rumiñahui donde se encuentra el alcalde, autoridades del cantón e invitados.

2.2.4.2 Septiembre: Fiestas del Maíz y del Turismo.



Reina del Cantón

Fuente: Municipio del Canton Rumiñahui

2.2.4.2.1 Reseña Histórica de Las Fiestas del Maíz y del Turismo.

En la década de los 50 mucha gente de Quito, aprovechando de las vacaciones escolares, arrendaba habitaciones en el centro de Sangolquí, para gozar de las bondades turísticas de esta ciudad, esto determinó, que se pensara en organizar las Fiestas del Turismo, con la colaboración de los “turistas”, siendo el número central de los programas, los toros populares.

En el año 59 se trata de estructurar las Fiestas del Turismo con la elección de la primera reina, para lo que encargan su organización a los señores Jaime Díaz y Guillermo Carrera, sangolquileños vinculados con el Diario El Comercio. Como Sangolquí tenía su fama por la abundancia y calidad del maíz, surgió la idea que a esta fiesta se le debe

llamar “La Fiesta del Maíz y del Turismo”. La dignidad de la primera reina recayó en la persona de la señorita Judith Hidalgo Díaz.

Las damitas participantes eran todas las sangolquileñas, hijas de honorables familias de la población; así fueron las fiestas de Sangolquí, llenas de alegría y de participación popular, porque se hacía valer y se tomaba en cuenta a las bellas damitas de Sangolquí.

2.2.4.2.2 Historia sobre el Maíz.

Un aspecto a la producción agrícola los testigos entrevistados en 1559 invariablemente nombran al maíz como el más importante de los cultivos, sus testimonios acerca de la producción son sin duda de un mínimo estimativo.

Al anónimo de 1573 ofrece buenos datos cuando se trata de agricultura, ha dejado algunas notas sobre la tecnología del maíz: siembran el maíz en camellones, habiendo poco más de un pie de uno a otro; hacen un agujero con el dedo, echándose dos granos de maíz y uno de frijoles, los cuales, van creciendo, se ciñen y abrazan con las cañas del maíz y así tienen fuerza para levantarse del suelo.

El maíz dura comúnmente seis, siete y ocho meses, conservase mejor en mazorca, cuando se coja en tiempo seco. El maíz era servido en la vivienda, en el camino o en el trabajo ya sea en forma de tostado o cocido como mote. Era consumido social o ceremonialmente en una amplia variedad de ocasiones, principalmente en una forma de preparación en cada una de las casas.

El Valle de los Chillos, en la época colonial, por su clima y abundante humedad fue esencialmente agrícola cultivándose preferentemente el maíz que fue conocido con el nombre de Maíz de Chillo, por sus granos gruesos de color amarillo intenso, sus mazorcas robustas y anchas, sus tallos muy altos y gruesos. La fertilidad de la zona llegó a producir cosechas de excelente maíz hasta veinticinco años consecutivos sin necesidad de abonarlos.⁸

⁸ Artieda V. Rina. *Tierra y maíz para las fiestas*. Revista Rumiñahui. (03), Sangolquí, Ecuador: Markas, Dic. 2003. pp. 41-43.

2.2.4.2.3 Historia de las Fiestas del Turismo.

Según versiones del ya fallecido Profesor José Enrique Tello Yáñez, profundo conocedor de la historia de este bello jirón de la patria, las corridas populares de toros, principal e infaltable número de las fiestas de septiembre, se remontan a la época de la Colonia, en la cual Sangolquí y todo el Valle de los Chillos fueron sitios preferidos por los conquistadores por la bondad de su clima, exuberancia de su suelo y singular paisaje.

Allá por el año 1923, cuando Sangolquí era una de las tantas parroquias rurales del Cantón Quito, un distinguido ciudadano ya fallecido, y cuya fotografía ocupa honroso sitio en la sala de sesiones del Consejo Municipal, Doctor Julio César Montalvo, reunió en su solariega quinta conocida hoy con el nombre de Villa Carmen, a un distinguido y numeroso grupo de hacendados y gente del gran mundo capitalino, que solía veranear en el Valle y les propuso institucionalizar la fiesta para organizarla mejor, ponderando las bellezas naturales de Sangolquí y su enorme atractivo turístico.

Al día siguiente, los concurrentes organizaron un paseo y al pasar por la plaza principal de la población, hoy Parque Juan de Salinas, cabalgando brillosos caballos con el Doctor Montalvo al frente de la alegre caravana, éste grito a voz en cuello “Viva el turismo en Sangolquí”, el mismo que fue coreado alborozadamente por los paseantes y los vecinos del lugar.

Días después, el Doctor Montalvo ofreció un banquete en su quinta a los Congresistas y elemento representativo de la ciudad y pidió a los Asambleístas que mediante Decreto Legislativo se declare a Sangolquí como “Ciudad Sede del Turismo Nacional e Internacional”, lo cual fue aceptado en forma unánime se cristalizó unos días después en el Congreso, el 5 de septiembre de 1951.⁹

⁹ Hinojosa Ángel. *Sangolquí: Historia, tradiciones, anécdotas y leyendas*. Sangolquí, Ecuador: ED, Abya-Yala, 2002

2.2.4.2.4 Fiestas del Maíz y del Turismo

El clima del Cantón Rumiñahui es tibio, tanto en el invierno como en el verano, con temperaturas promedio de 15.2 °C fue apeteído por las familias de Quito que recurrían atraídos por sus múltiples y variados paisajes paradisíacos, la robustez de su flora, la admirable calidad de su ganado, el aspecto hermoso de sus quintas, el plateado curvilíneo de sus ríos y la terminación abundante de su cosecha de excelente maíz. En el mes de Septiembre, dio nacimiento a principios del siglo pasado la fiesta del maíz y del turismo que hasta hoy en día atraen a turistas nacionales y extranjeros.

Las Fiestas del Maíz y del Turismo se celebran la primera semana del mes de Septiembre. Esta rescata la identidad de un pueblo fértil para la siembra del maíz y turístico; además el chagra sangolquileño es objeto de homenajear por su dedicación en el campo y dejar en los callejones interandinos escrito su pujanza e historia. Como números principales se encuentran el pregón de fiesta y fuegos pirotécnicos, el paseo del chacarero, y, además, la muy tradicional corrida de toros populares el cual lo identifica como pueblo interandino.

2.2.4.2.5 Pregón de Fiestas y Fuegos Pirotécnicos.

En el pregón de las fiestas del maíz y del turismo se puede observar la gran diferencia al pregón de las fiestas de cantonización, ya que es un desfile de carretas adornadas, la mayoría con el maíz que es el producto agrícola característico de esta fiesta, además en este pregón participa la reina del cantón con su respectiva corte de honor en dichas carretas; también existen las participaciones de danzas folclóricas (*ver anexo 16*).

2.2.4.2.6 El Paseo Chacarero.



Desfile del Chagra

Foto: Alex

Las fiestas chacareras, que iniciaron hace más 24 años en Machachi, son ahora parte de la cultura mestiza y testimonio elocuente de la vigencia del chagra; los acontecimientos de gran importancia cultural alrededor del cual se desenvuelven las corridas de toros, las competencias de lazo, la doma de potros y novillos, el concurso de caballos de paso y de vaquería.

La importancia del significado del Paseo del Chagra se basa, sin duda, en haber logrado determinar el fundamento de la integridad regional, entendiéndose como tal al conjunto de hechos históricos y humanos que distinguen a este país de los demás o que lo caracterizan por su acendrada influencia agraria

Machachi, Sangolquí, Pintag, Riobamba, Ambato, en fin todos aquellos pueblos andinos especialmente en los días de fiesta, logran una interrelación armónica entre el paisaje, el hombre y el caballo.¹⁰

¹⁰ Corral B. Fabián. *Semblanza y recuerdo del Chagra*. Revista Rumiñahui. (01), Sangolquí, Ecuador: Markas, Sep. 2003. pp. 29-31

2.2.4.2.7 Toros Populares en Sangolquí.



Toros Populares

Foto: Archivo

Dicha tradición data de muchos años atrás; Sangolquí, celebra anualmente las Fiestas del Turismo, las mismas que coinciden con el Natalicio de la Virgen María, conocido comúnmente como el Día de las Marías.

Si bien es cierto que los festejos incluyen números deportivos, culturales y de otra índole, lo que constituye el centro de la fiesta son las corridas populares de toros que, siguiendo una inveterada costumbre heredada de los conquistadores españoles, se realizan en una improvisada plaza, durante cuatro días consecutivos.

2.2.5 Gastronomía

2.2.5.1 El Hornado de Sangolquí.



Hornado del Paradero Dieguito

Foto: Archivo.

La tradición de preparar el Hornado de Sangolquí tiene por lo menos ochenta años que ha permitido el que se hayan formado verdaderos “clanes” que en una rivalidad muy sana, conservan su tradición de la mejor manera, llegando inclusive a considerar que el proceso es un “verdadero secreto del Estado” al que no tiene acceso nadie, aún entre los grupos que elaboran el hornado.

Su proceso comienza por la crianza del cerdo que se lo hace bajo el ciudadano directo de los “hornaderos”, la alimentación es a base de harina de maíz y de haba el cual se denomina la “chaquirahua”, esta alimentación sirve para que la manteca “salga arenosa”. A cierta edad se le castra para el engorde. Como parte de este proceso era trasquilado el lomo al que se le pintaba manteca de color para finalmente faenarlo.

El siguiente paso es el aliñado que está compuesto de manteca, achiote, comino, sal pimienta, cebolla, culantro, perejil y ajo dejándole un día entero hasta que se macere y “agarre el sabor”. Posteriormente este es ingresado al horno de carbón, se retira del horno para que se enfríe y se extrae la manteca aliñada, luego se ingresa al horno otra vez hasta que se reviente el cuero; una vez cocido el cerdo, ya está listo para su consumo.

Es característico observar la presentación del hornado a lo largo de la Av. General Enríquez, lo presentan adornado con ajíes y tomates provocando su consumo. Adjunto fríen tortillas de papas, choclos, chochos y tostado, mote y el clásico “chiriucho” que es un aderezo lampreado y picante.

En la población existen muchos locales que expenden el producto, se calcula cerca de cien locales que están distribuidos por toda la población.

2.2.5.2 Fritada



Cocción de Fritada

Foto: Municipio del Cantón Rumiñahui

Consiste en cocinar la grasa del cerdo cortada en pedazos medianos en agua con sal, cebolla y ajo hasta que se ablanden, posteriormente se cocina la carne a fuego lento en la misma mezcla hasta que estén bien cocidas, y cuando solo falte que se dore agregar papas y maduro para que cojan sabor.

Este plato se sirve con mote, tostado, tortilla de papa, aguacate, choclo y una ensalada de cebolla con tomate.

2.2.5.3 Cuy con Papas



Señora asando cuy

Foto. Alex

Aunque en muchos países se considera al cuy como mascota, en lugares como Bolivia, Perú, Colombia y Ecuador se lo considera como comida. En las cercanías de Sangolquí y en especial en la zona de Selva Alegre dicho plato es muy cotizado.

Para la preparación del cuy se debe aliñar el animal con ajo, cebolla paiteña, cebolla blanca, pimienta, comino y sal dejándolo reposar durante una noche o 12 horas, luego se lo cocina al carbón durante hora y media aproximadamente. Se lo sirve con papas cocidas, tostado, lechuga y tomate.

2.2.5.4 Caldo de Gallina

Es una sopa de gallina con zanahoria picada en cuadros pequeños, papa, perejil y la presa de gallina.

2.2.5.5 Llapingachos con Fritada

Es un plato de tortilla de papa rellena de queso y cebolla; se lo acompaña con huevo frito, fritada, mote, choclo, tostado, aguacate y maduro.

2.2.5.6 Tortilla



Cocción de Tortilla

Foto: Archivo

Es tortilla de papa servida con lechuga, pedazos de carne de res y remolacha.

2.2.5.7 Menudo

Es una sopa de viseras del ganado el cual viene con hígado, riñón, tripas, papas y cuero.

2.2.5.8 Otros Platos Típicos de Sangolquí

Son las humitas que es una comida criolla hecha con la pasta de maíz o granos de choclo triturados, a la que se agrega una fritura preparada generalmente con cebolla y queso y sal para las humitas de sal y para las humitas de dulce se le agrega a dicha pasta azúcar al gusto y pasas luego con la hoja del maíz se le envuelve y esta lista para ponerles en ollas para que se cocinen.

También son las tortillas de maíz las cuales son preparadas con harina de maíz elaborada en casa, mantequilla, huevos, sal y manteca, el relleno se lo hace con papa, perejil, queso y cebolla.

Otras delicias de la cultura gastronómica local son el seco de gallina, el mote con chicharrón, emborrado de plátano (masa frita rellena de maduro cocido), papas con cuero, choclo mote, yahuarlocro, choclo con queso y mucho mas (*ver anexos 17 al 22*).

Cabe recalcar que la mayoría de los platos mencionados son consumidos en todo el país pero se da su origen en la serranía ecuatoriana; sin embargo el hornado y el menudo son reconocidos por ser oriundos de la ciudad; por lo que Sangolquí es conocido como la “Capital del Hornado”.

CAPITULO III

Investigación De Mercado

3.1 Investigación de Mercado

Ante la dificultad de conseguir información turística fidedigna de la ciudad de Sangolquí y de sus alrededores en la web; y en caso de haber, esta solo propicia datos muy generales de la ciudad; por ello se ha planteado la creación de una *página web* turística de comunidades virtuales donde se podrá encontrar información específica de la ciudad como historia, leyendas, gastronomía, curiosidades, costumbres, fiestas, entre otros temas que los usuarios consideren necesario.

El objetivo de la *página web* no es solo proporcionar información sino también crear interactividad entre las personas, y que ellas mismas sean quienes colaboren con la información del portal. De igual forma se podrán comunicar entre los usuarios suscritos a la *página*, ya sea mediante participación en *foros* o *chat* (conversación instantánea); este último tendrán acceso tanto miembros como visitantes del portal.

Antes de diseñar dicha *página web* se procederá a realizar encuestas para conocer el grado de interés de las personas hacia el presente proyecto, que temas consideran necesarios en este tipo de *página* y si estarían interesados en participar en una comunidad virtual de la ciudad de Sangolquí. La idea de realizar una *página web* con este tipo de diseño es debido al auge de las redes sociales en estos últimos años; muchas personas, profesionales, incluso empresas empezaron a realizar publicidad de sí mismos mediante este modo, puesto que su costo es barato o gratuito, es de fácil acceso, y especialmente por su interactividad; ya sea por *chat*, *mail*, *post* e incluso *video conferencias*.

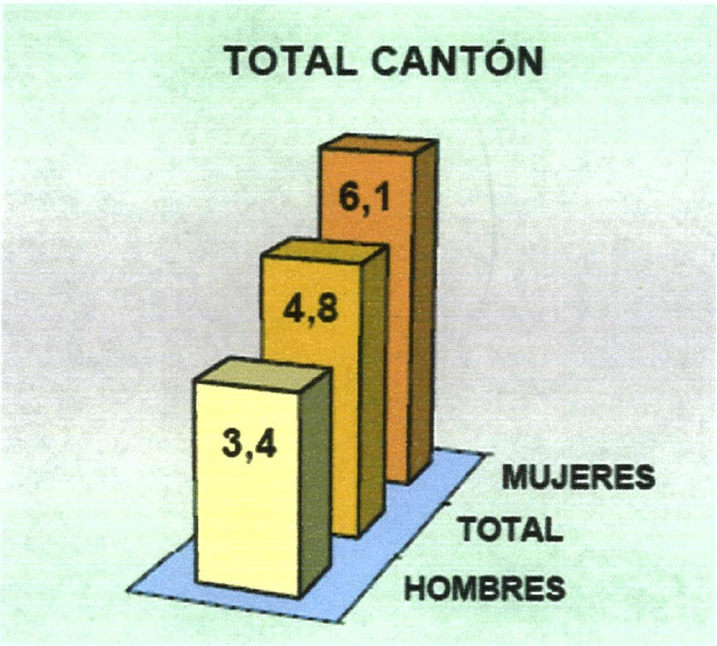
Se podría decir que las *páginas web* basadas en comunidades virtuales tienen mayor aceptación en la actualidad por que la comunicación es rápida y entretenida, no solo busca proporcionar información específica, sino también formar lazos de amistad.

3.2 Análisis De Mercado

3.2.1 Segmentación

Antes de definir a quien estará dirigido el proyecto hay que analizar la tasa de analfabetismo de la población del Cantón Rumiñahui y de Sangolquí (zona urbana) y de sus alrededores; a razón de conocer cuantas personas del sector están aptas para acceder a los servicios de comunicación por medio de computadoras; para ello se presenta los datos del censo realizado en el año 2001

3.2.1.1 Tasas De Analfabetismo Por Género Y Áreas
Censo 2001

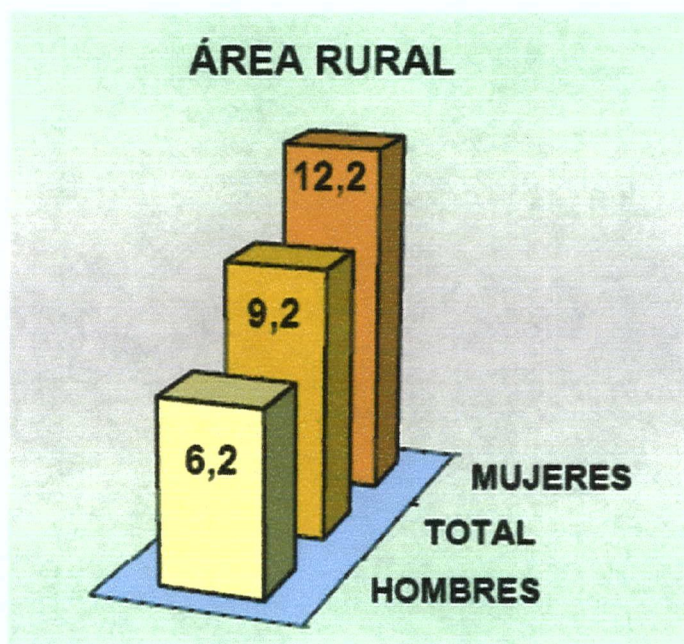


Fuente: INEC

El cuadro indica que existe una tasa de analfabetismo en el Cantón Rumiñahui de 4,8%, esto incluye a las zonas urbana y rural; siendo reconocida la parroquia de Sangolquí como área urbana y como áreas rurales a las parroquias de Cotogchoa, Rumipamba y periferias.

También indica que el mayor nivel de analfabetismo en el cantón se da en el género femenino con un 6,1%, mientras que en los hombres es de 3,4%.

3.2.1.3 Tasas De Analfabetismo Por Género, De Las Parroquias De Cotogchoa, Rumipamba Y Periferias
Censo 2001



Fuente: INEC

La zona rural del cantón Rumiñahui cuenta con una tasa de 12,2% y 6,2% de mujeres y hombres analfabetos respectivamente, dando un promedio de 9.2% de analfabetismo en las parroquias de Cotogchoa, Rumipamba y periferias del cantón.

Los resultados presentados anteriormente indican un nivel bajo de analfabetismo en el Cantón Rumiñahui respecto a su población (65882 habitantes en el 2001); es decir solo 3162 personas no saben leer ni escribir (al año 2001).

Después de haber analizado los datos, se concluye que el proyecto estará dirigido a todas las personas que estén interesadas en saber poco más de la ciudad de Sangolquí y de sus alrededores, no existe una segmentación específica; en cuanto a individuos que visiten la página se refiere; puesto que la información es apta para todos los individuos de cualquier edad y género, la única limitación que hay es hacia las personas analfabetas ya que no leen ni escriben, los individuos que no saben operar un computador y desconocen el uso del internet; sin embargo estos dos últimos no son

una limitación ya que existen cursos sobre el uso y manejo de los mismos; todo dependería si desean aprender o no.

En cuanto a las personas que vayan a colaborar con la información del portal se requerirá que tenga un mínimo de edad de 14 años, tienen mayor conocimiento del manejo del internet y sus herramientas, además son mucho más activos en el campo cibernético en comparación de los menores de 14 años. Lo mencionado anteriormente no indica que un adolescente de 13 o niño de 8 años no se desenvuelva bien con el uso del internet, pero se considera necesario fijar un límite de edad para poder ofrecer información fidedigna a los visitantes del portal.

La información a manejar será de carácter general; es decir habrá información histórica, cultural, gastronómica, comercial, turística, curiosidades, y demás temas que cada miembro del portal considere necesario publicar. Todo esto, con el propósito de tener una sola página web con toda la información relevante de la ciudad de Sangolquí y de sus alrededores.

Existe información de la ciudad de Sangolquí en la web, sin embargo es difícil de buscar o se encuentran datos muy globales; es decir si se trata de encontrar datos específicos probablemente tomara mucho tiempo o simplemente no existe la información requerida. Por ejemplo, si escribe “Sangolquí turismo” en un buscador como Google las primeras opciones que aparecen son de promociones de alojamiento, transporte, compra y venta e información de lugar, en cuanto a lo turístico las páginas web hacen referencia a ciertos lugares de la ciudad para visitar en especial del “Sendero Ecológico Chorrera del Pita”.

3.2.2 Oferta

La oferta de comunidades virtuales, es muy amplia existen desde foros hasta juegos, sin embargo la mayoría de estas son internacionales, como *World of Warcraft*; uno de los juegos online más reconocidos a nivel mundial.

Según *Alexa*; sitio web que provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web dado; la página web más visitada del país es *Google Ecuador*; por

ser el buscador más utilizado; seguida por *Windows Live* anteriormente conocida como *Hotmail* y *Hi5*.

Hi5 por ejemplo es un portal web de redes sociales donde personas de cualquier parte del mundo se pueden contactar con otros usuarios pertenecientes a la red de Hi5 en el cual pueden extender sus lazos de amistad, compartir fotos, publicar o escuchar música y crear grupos de interés. En el Ecuador se registra a 630000 usuarios y continua en crecimiento dicho numero, debido a su popularidad tanto entre jóvenes como adultos dentro del país.

Otro sitio muy concurrido por los cibernautas es *Wikipedia*; un portal donde se publican artículos de todo tema ya sea científico, social, económico; entre otros; con las respectivas fuentes bibliográficas; calificándose a sí misma como una enciclopedia virtual, y por último está *Google Earth*, aunque en la realidad este no ofrece mucho contacto entre los usuarios se caracteriza por ofrecer un *software* donde se ve el planeta tierra con vista satelital, encontrar ciertas ciudades, ver edificios en *tercera dimensión (3D)*, incluso poner fotos en los lugares que una persona haya visitado, además; dentro de su página web (earth.google.com) existe un espacio donde sus usuarios participan en *foros*.

A pesar de la popularidad de este tipo de páginas web, son muy pocas las que son creadas por ecuatorianos, la mayoría son *foros* de emigrantes ecuatorianos residentes en España u otros países ó las creadas por las cadenas radiales como la radio “La Bruja”. Otro de estos es el uso de *blogs*; donde las personas crean una especie de diario virtual escribiendo sobre sus vidas, la sociedad, problemas incluso publicidad de sí mismos, con el fin de darse a conocer en la red y recibir comentarios (*post*) de conocidos y desconocidos; a ellos se los conoce comúnmente como *bloggers*.

Los medios de comunicación, en especial la prensa tienen páginas web que no solo informan a los *internautas* sobre las noticias locales e internacionales, sino que también han creado espacios donde los lectores pueden interactuar entre sí, mediante el uso de *foros* y *blogs*; uno de ellos es el diario “El Comercio”.

Probablemente una de las mejores comunidades virtuales realizada por ecuatorianos es *Cuencanos.com*; cuyo objetivo fue poner en contacto a todos los cuencanos dispersos

por el mundo; de igual manera el portal Lojanos.com; ambos sitios web ofrecen a los *internautas* compartir fotos, participar en foros y chats y noticias.

Sin lugar a dudas la oferta de comunidades virtuales es muy amplia, hay redes internacionales, nacionales, provinciales incluso por cantones; pero una comunidad virtual de la ciudad de Sangolquí no la hay.

3.3 Análisis De La Competencia

A pesar de que no exista una competencia directa en la actualidad de comunidades virtuales de la ciudad de Sangolquí se tomará en cuenta para este estudio las 3 primeras páginas web más visitadas del Ecuador basadas en comunidades, música y video y de referencia según los datos del sitio web *Alexa* seguido por el análisis de *Cuencanos.com* ya que es una de los mejores sitios web de comunidades virtuales realizado por ecuatorianos.

En la siguiente tabla se presenta los 20 sitios web más frecuentados en el Ecuador al mes de Julio del 2008.

Nº	Pagina web	Tema
1	Google Ecuador	Portales y Buscadores
2	Windows Live	Portales y Buscadores
3	Hi5	Comunidades
4	Yahoo!	Portales y Buscadores
5	Microsoft Network (MSN)	Portales y Buscadores
6	You Tube	Música y Video
7	Google	Portales y Buscadores
8	Blogger.com	Comunidades
9	Wikipedia	Referencia
10	Facebook	Comunidades
11	Rapidshare	Internet
12	Mercado Libre	Clasificados
13	Microsoft Corporation	Portales y Buscadores

14	Google España	Portales y Buscadores
15	Wamba.com	Comunidades
16	Diario El Universo	Noticias
17	Taringa.net	Comunidades
18	Porta	Telecomunicaciones
19	WordPress.com	Comunidades
20	Sónico	Comunidades

Julio 2008 ¹¹

Del cuadro anterior, se analizarán los sitios web con fondo anaranjado, debido a su popularidad en el país.

3.3.1 Hi5



3.3.1.1 ¿Qué es?

Es una Comunidad virtual o red social muy conocida a nivel latinoamericano; es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual.

3.3.1.2 Contenido.

Al ser un portal de redes sociales, el contenido de la misma es de:

3.3.1.2.1 Suscripción.- Para poder acceder a la página se requiere previamente inscribirse a la misma, caso contrario no servirá crear una red de amigos.

¹¹ www.alexacom

3.3.1.2.2 Perfil del usuario.- Publica los datos personales, intereses, lista de amigos y un espacio para los comentarios que *postean* las amistades del usuario.

3.3.1.2.3 Lista de amigos.- Indica con fotos las amistades que hay en lista, link directo para mandar mensajes a estos e incluso un botón para borrarlos de la lista, se puede expandir dicho directorio utilizando la función de búsqueda, donde se puede escribir el correo electrónico de la persona a buscar o sino los nombres o lugar de residencia. Otra manera de añadir amigos y obtener más usuarios para Hi5, es mediante una invitación que se manda a los e-mails de las personas que desee.

3.3.1.2.4 Mensajes.- Es una especie de buzón de correo electrónico; únicamente miembros de la red Hi5 pueden enviar y recibir mensajes.

3.3.1.2.5 Grupos.- Esta sección es un buscador de grupos de cualquier tipo, todo depende en que está interesado el usuario, existe desde grupos musicales hasta de tendencias sexuales.

3.3.1.2.6 Diario.- Es un blog dentro de la página web de Hi5.

3.3.1.2.7 Fotos.- Es una especie de álbum virtual para publicar fotos que se desee en la página de Hi5, para ello se requiere ser miembro del portal. En esta sección los amigos de usuario pueden dejar comentarios de las fotos publicadas.

3.3.1.3 Ofertas

3.3.1.3.1 Trabajo

Hi5 tiene una sección exclusiva para publicar los puestos disponibles para trabajar dentro de la compañía; todo trabajo se debe realizar en San Francisco – Estados Unidos. Los puestos disponibles son varios dependiendo del departamento al que desea aplicar, entre estos están, operación en ventas, base de datos, ingeniería en software y diseño.

3.3.1.3.2 Publicidad

Dentro del portal de Hi5, las personas o empresas interesadas pueden hacer publicidad de su negocio; para ello se tiene que contactar a un representante de la pagina según el área de residencia.

Mediante la identificación de *dirección IP* y el perfil demográfico que publican los miembros de la red; Hi5 emite mensajes publicitarios con precisión; de acuerdo a la edad y sexo de los miembros del portal; ofreciendo una amplia gama de productos publicitarios como banners orientados al target, anuncios personalizados y los mejores lugares para publicar sus anuncios.

3.3.1.4 Ventajas

La mayor ventaja de Hi5 es ser una red internacional, no solo almacena datos de personas del Ecuador, sino también del mundo y con ello ampliar la red de amigos que tiene un usuario.

Otra ventaja es que está disponible en más de 15 idiomas como en español, inglés, francés, portugués, ruso, hebreo, alemán, griego, italiano, turco, tagalog, chino, Vietnamita, coreano, japonés, hindú checo, húngaro, rumano; entre otros.

3.3.2 You Tube



3.3.2.1 ¿Qué es?

Es un sitio web que permite a los internautas compartir vídeos o música de forma digital a través de Internet e incluso permitiendo a músicos novatos y profesionales dar

a conocer sus canciones al mundo; You Tube aloja gran variedad de clips de películas, programas de televisión, videos musicales y videos caseros; además pertenece a Google Inc.

Es considerado un portal plurilingüe ya que está disponible en 15 idiomas los cuales son inglés, español, ruso, portugués, alemán, polaco, italiano, hebreo, irlandés, francés, neerlandés, coreano, japonés, griego, chino tradicional y chino simplificado.

3.3.2.2 Contenido

3.3.2.2.1 Suscripción.- Sección para registrarse a You Tube y ser dueño de su propio canal.

3.3.2.2.2 Perfil.- Cada nombre de usuario es un canal en la red de You Tube; éste indica la edad, lugar de residencia del usuario, la fecha en que se ha suscrito a la página, videos vistos, *links* para enviar mensajes, añadir comentarios y compartir el canal, lista a los videos suscritos, videos subidos, videos favoritos, lista de amigos y de comentarios.

3.3.2.2.3 Buzón de Mensajes.- Como el nombre lo indica, es un buzón de mensajes que solo los miembros de You Tube pueden usar. Se puede tanto enviar como recibir mensajes, invitaciones para ver videos y de amigos, mensajes enviados y la lista de contactos.

3.3.2.2.4 Cuenta.- Sección para editar la información personal, videos, contactos, suscripciones, mensajes, clave, y demás asuntos relacionados con el manejo y diseño del perfil del canal de cada miembro. Entre las principales opciones están:

3.3.2.2.4.1 Mis Videos.- En este espacio se puede subir videos, ver una lista de los videos favoritos del usuario, crear una lista de videos a ver y mejorar la presentación del ejecutor de videos que incorpora You Tube y a su vez escoger el contenido del mismo.

3.3.2.2.4.2 Favoritos.- Se puede ver, añadir o borrar los videos preferidos del usuario.

3.3.2.2.4.3 Suscripciones.- Indica la lista de canales suscritos mostrando a su vez los videos que tiene cada canal (usuario).

3.3.2.2.4.4 Contactos.- Es la lista de amigos donde se puede bloquear usuarios, mandar mensajes o borrarlos.

3.3.2.2.5 Lista de acceso rápido.- Esta opción permite a los miembros acceder a los videos que se han marcado para ver, de este modo no es necesario esperar a que se cargue un video, verlo y posteriormente buscar la siguiente parte o los videos que desee; es decir es una opción para programar lo que se quiere ver.

3.3.2.2.6 Página principal o Inicio.- Muestra los canales suscritos, los videos recomendados, los videos más vistos, videos promocionales, el buzón de mensajes, los videos con los que ha contribuido, y la información video gráfica del usuario.

En caso de no ser miembro de You Tube la página principal indica los videos que se están viendo, videos promocionales y los videos con mayor audiencia.

3.3.2.2.7 Video.- Sección la cual indica los videos más vistos y una lista de videos disponibles de acuerdo al tema, como autos y vehículos, comedia, educación, entretenimiento, noticias y políticas, música y demás.

3.3.2.2.8 Canales.- Al igual que la sección de videos esta presenta los canales más vistos, a si mismo indica la lista de canales según categorías, por ejemplo director, comediante, músicos, políticos, anunciantes, y mucho mas.

3.3.2.2.9 Comunidad.- Se puede ver los diferentes grupos creados en You Tube de acuerdo al tema o interés, también se puede participar en foros.

3.3.2.2.10 Buscador.- Permite buscar videos o canales, solo se debe escribir cualquier tema. Por ejemplo: “Ecuador” y esta buscara todos los videos que tengan escrito Ecuador.

3.3.2.3 Ofertas

3.3.2.3.1 Trabajo

*“You Tube ofrece trabajo, que está extremadamente orientado al trabajo en equipo y creativo, cada empleado contribuye en las decisiones que la compañía realiza. Además recibirá todos los beneficios tradicionales (salario competitivo, seguro medico y dental, derecho a acciones) usted tendrá la oportunidad de influenciar directamente a un servicio revolucionario utilizado por millones de personas cada día. Oh, tendrás aperitivos gratis y tu camiseta You Tube”.*¹²

Se puede trabajar tanto en Estados Unidos como en Europa y Asia; los trabajos ofertados son en diversos campos como en publicidad y ventas, ingeniería en software, finanzas, marketing, administración del producto, operación y tecnología.

3.3.2.3.2 Publicidad

Al igual que Hi5, You Tube invita a empresas hacer publicidad de sí mismas, garantizando los mejores resultados ya que los anuncios publicados en la página estarán basados en la información del perfil demográfico de los usuarios.

Existen diferentes formas de realizar la publicidad, entre los principales está: banners, video de publicidad (comercial) y anuncios dentro de los videos.

Para poder realizar publicidad se debe contratar dicho servicio ofrecido por You Tube, y crear su propio canal, es decir los anuncios no se pondrán en todos los videos que estén en la base de datos de la página, estos solo se publicarán en los canales que han

¹² <http://www.google.com/support/jobs/bin/static.py?page=youtube.cs&lc=youtube>

contratado el servicio; por ejemplo; el canal de Universal Music Group solo publicará anuncios en sus videos, mas no de otros usuarios.

3.3.2.4 Ventajas

Posee una extensa lista de videos de todo el mundo, y es el tercer sitio web más visitado del planeta según Alexa.com.

You Tube tiene numerosas ofertas con empresas proveedoras de contenidos como CBS, BBC, Universal Music Group, Sony Music Group, Warner Music Group, NBA, The Sundance Channel y muchos más

En algunos países la función de subir archivos a la cuenta You Tube desde el celular está disponible.

3.3.3 Wikipedia



3.3.3.1 ¿Qué es?

“Es un proyecto para escribir comunitariamente enciclopedias libres en todos los idiomas. Fue fundada por Jimmy Wales y Larry Sanger basándose en el concepto *wiki*, que permite crear colectivamente documentos web sin que sea necesaria la revisión del contenido antes de su aceptación para ser publicado en la red”.¹³

3.3.3.2 Contenido

3.3.3.2.1 Suscripción.- Opción para ser miembro del equipo Wikipedia.

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Acerca_de

3.3.3.2.2 Portada (Página Principal ó Inicio).- Indica los artículos destacados, artículo bueno, imagen del día , noticias, calendario de acontecimientos, frase del día, curiosidades y los distintos portales de Wikipedia, los cuales son:

- **Ciencias Naturales y Formales.**- Astronomía, biología, física, matemática, química y botánica.
- **Ciencias humanas y Sociales.**- Derecho, economía, egiptología, filosofía, historia, lingüística, mitología, política, psicología, religión y sociología.
- **Artes.**- Anime y manga, arquitectura, cine, literatura, música, teatro, danza pintura y televisión.
- **Sociedad.**- Gastronomía, comunicación, deportes videojuegos, LGBT (homosexualidad, bisexualidad y transexualidad).
- **Tecnología.**- Exploración espacial, biotecnología, informática, ingeniería medicina y tecnología.

También lista los proyectos realizados por la Fundación Wikimedia como:

- **Commons** .- Imágenes y Multimedia; es una especie de fototeca virtual.
- **Wikcionario** .- Diccionario libre multilingüe
- **Wikisource**.- Biblioteca libre
- **Wikinoticias**.- Noticias libres
- **Wikiquote**.- Colección de citas
- **Wikiespecies**.- Directorio de especies
- **Meta-Wiki**.- Coordinación de proyectos para la Fundación Wikimedia.
- **Wikiversidad**.- Plataforma educativa libre para crear proyectos de aprendizaje a cualquier nivel educativo, como el de participar en un grupo de aprendizaje, crear contenidos didácticos (exámenes, ejercicios de prácticas) y foros de discusión.

Además de lo mencionado anteriormente despliega una lista de idiomas disponibles en Wikipedia, un cuadro de herramientas para subir archivos, ver una versión imprimible del artículo que se esté revisando, opción para editar, un buscador y por último la sección de enlaces.

La sección de enlaces indica links a la página principal, al portal de la comunidad donde se puede establecer contacto con los usuarios suscritos a wikipedia mediante foros o un canal de chat a través del canal de IRC, noticias de actualidad, cambios recientes del sitio web, "*página aleatoria*"; envía al lector a cualquier artículo de wikipedia al azar; sección de ayuda (tutorial para usar wikipedia, editar artículos y reproducir archivos, reglas y políticas) y de donativos; los pagos se pueden realizar con tarjeta de crédito, *paypal*, cheque, depósito o transferencia bancaria.

3.3.3.2.3 Discusión.- Dicha página tiene como objetivo servir de discusión a los artículos; es decir si los usuarios encuentran errores en las publicaciones o tengan preguntas acerca del tema pueden mandar sugerencias a esta página con sus firmas, para que los encargados en la edición corrijan o respondan las inquietudes.

3.3.3.2.4 Edición de página.- Se puede cambiar cualquier artículo publicado, con excepción de la "Portada".

3.3.3.2.5 Historial.- Esta sección sirve para ver los últimos artículos que han sido editados o puestos a discusión por los usuarios.

3.3.3.3 Ofertas

En el sentido laboral, la Fundación Wikimedia ofrece trabajo en San Francisco ya que la oficina matriz se encuentra allí, pero trabajo en otros lugares de estados Unidos y el exterior también están disponibles; de igual forma el trabajo es voluntario por lo que se recibe un sueldo bajo.

3.3.3.4 Ventajas

Es un sitio web muy utilizado por adolescentes y niños, esto indica que la gente joven en realidad está interesada en aprender y contribuir al mismo tiempo. Aunque la información publicada en Wikipedia no es 100% viable, es un buen sitio de referencia.

Es posible encontrar información de medicina, física cuántica, matemáticas, economía, biología, videojuegos, tecnología, entretenimiento y mucho más. Por último la página web tiene artículos en 251 idiomas; desde español hasta *interlingua*.

3.3.4 Cuencanos.com



3.3.4.1 ¿Qué es?

Es un portal web de comunidades virtuales, creada con el fin de mantener a los cuencanos del mundo en contacto, donde se puede intercambiar saludos, comentarios fotos y videos a diario.

3.3.4.2 Contenido

3.3.4.2.1 Suscripción.- Opción para ser miembro del portal y mantenerse en contacto con los demás usuarios registrados.

3.3.4.2.2 Página Principal ó Inicio.- Tiene publicidad sobre empresas, una sección de clasificados, anuncios de profesionales, fotos, temas sociales, encuestas, libro de visitas, y un registro de correos electrónicos para recibir boletines, video del día, noticias e información sobre Cuenca. Toda esta información son links de referencia, puesto que existe un menú en la página que contiene información más extensa de los temas mencionados, el menú tiene los siguientes temas:

3.3.4.2.2.1 Miembros.- Despliega la lista de los miembros de Cuencanos.com y una sección de búsqueda por apellido, nombre, edad de hombres y mujeres y ubicación.

3.3.4.2.2.2 Profesionales.- Es un directorio de profesionales indicando el currículo de los mismos y sus números de contacto.

- 3.3.4.2.2.3 Clasificados.-** Anuncios de compra y venta de cualquier objeto o propiedad.
- 3.3.4.2.2.4 Empresas.-** Es un directorio de empresas, según nombre, tipo de empresa, productos o servicios que realiza.
- 3.3.4.2.2.5 Fotos.-** Se puede ver las fotos publicadas por los miembros de la comunidad.
- 3.3.4.2.2.6 Cuenca.-** Indica información general de la Ciudad de Cuenca, como historia, fiestas, cultura y modismos cuencanos.
- 3.3.4.2.2.7 Noticias.-** Se publica noticias generales de deportes, música, cine, farándula, Cuenca, Azuay y del deportivo Cuenca.
- 3.3.4.2.2.8 Lugares Turísticos.-** Hay una lista de los lugares turísticos de cuenca según tipo, ya sea aeropuerto, edificios, universidades, mercados, hoteles, iglesias entre otros.
- 3.3.4.2.2.9 Top 500 Sitios Web.-** Es una sección para ver los sitios web mas visitador por los cuencanos con opción a votar para registrar en la base de datos de Alexa.com
- 3.3.4.2.2.10 Estudio Fotográfico.-** La pagina no está disponible por el momento.
- 3.3.4.2.2.11 Contáctenos.-** Sección para chatear con los creadores del portal Cuencanos.com o contactarse con ellos por medio de correo electrónico o teléfono.
- 3.3.4.2.2.12 Búsqueda.-** Como el nombre lo indica es un buscador que solamente trabaja con los datos del portal.

Toda la información en los directorios son de empresas u personas que son miembros del portal, si se desea publicar algo obligatoriamente se debe suscribir.

3.3.4.3 Ofertas

El portal no solo se basa en mantener conectados a los cuencanos, también diseña páginas web, en la lista se encuentran:

- Mall del río
- Pazhuca tours
- Farmacias farmashop
- Radio la roja
- Deportivo cuenca

3.3.4.4 Ventajas

Cuencanos.com existe gracias a la colaboración de los cuencanos alrededor del mundo quienes realizan donaciones mediante las tarjetas de crédito y también a través de los anuncios publicitarios que se encuentran en la página.

La mayor parte de los anuncios son de carácter turístico y de salud como Hospital del Río, Hoteles Ecuador, Hostería Rodas, entre otros.

3.4 Análisis FODA

3.4.1 Análisis FODA de Hi5

HI5	
FORTALEZAS	Portal multilingüe Extensa base de datos de usuarios Acceso rápido Personalización de los perfiles según las preferencias del usuario Mantenimiento del portal mediante publicidad. Oferta de trabajo en oficinas de Hi5
OPORTUNIDADES	Asociación con Gmail, Hotmail, Yahoo, AOL para invitar amigos a unirse a Hi5
DEBILIDADES	Problemas de acceso a la página web
AMENAZAS	Competencia de otras comunidades virtuales Pérdida de popularidad e interés por parte de los usuarios reales y potenciales.

3.4.4 Análisis FODA de You Tube

YOU TUBE	
FORTALEZAS	Extensa base de datos de videos Acceso rápido Personalización de canales según las preferencias del usuario Subir videos directamente a You tube por medio del celular
OPORTUNIDADES	Aumento de Video publicidad de empresas y profesionales
DEBILIDADES	Subir videos por medio de celulares no está disponible en todos los países. Demora para cargar los videos
AMENAZAS	Competencia de otros servidores de video

3.4.3 Análisis FODA de Wikipedia

WIKIPEDIA	
FORTALEZAS	Portal multilingüe Extensa base de datos de información Acceso rápido Edición simple Única enciclopedia virtual con referencia bibliográficas Financiamiento mediante la Fundación WikiMedia, una organización sin fines de lucro. Libre de Publicidad.
OPORTUNIDADES	Mayor interés de los usuarios para contribuir con información
DEBILIDADES	Mantenimiento mediante donaciones. Información poco certera
AMENAZAS	Poco interés de los internautas para colaborar con la enciclopedia virtual en cuanto a información se refiera. No haya personas que realicen donaciones para el mantenimiento de Wikipedia.

3.4.4 Análisis FODA de Cuencanos.com

CUENCANOS.COM	
FORTALEZAS	Portal de gran concentración de cuencanos Mantenimiento de la pagina por publicidad
OPORTUNIDADES	Realizan páginas web
DEBILIDADES	Mal funcionamiento del portal.
AMENAZAS	Competencia de otras comunidades virtuales Disminución de interés de los cuencanos hacia el portal

CAPITULO IV

Plan De Muestras

4.1 Plan de Muestras

El Cantón Rumiñahui tiene una población de 65882 habitantes (datos del 2001), mientras que la parroquia de Sangolquí cuenta con 56794 habitantes, cifra en la cual se basara el presente estudio debido a que el proyecto se centra en un portal turístico de comunidades virtuales de la ciudad de Sangolquí, por ello se ha tomado dicha cifra como el Universo para poder determinar el tamaño de la muestra.

A continuación se presenta un cuadro de distribución de la población del Cantón Rumiñahui según el censo realizado en el año 2001.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI, SEGÚN PARROQUIAS			
PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	65.882	32.275	33.607
SANGOLQUÍ (URBANO)	56.794	27.743	29.051
ÁREA RURAL	9.088	4.532	4.556
PERIFERIA	5.768	2.868	2.900
COTOGCHOA	2.843	1.422	1.421
RUMIPAMBA	477	242	235

Para poder calcular el tamaño de la muestra se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$N = \frac{M}{E(M-1)} - 1$$

Donde: **M** es el universo

E es el margen de error

Siendo:

$M = 56794$ (Número de habitantes en la ciudad de Sangolquí)

$E = 0.05$

Teniendo como resultado

$$N = \frac{56794}{0.05 (56794 - 1)} - 1 = 19 \text{ encuestas}$$

Considerando que 19 no es un número suficiente para obtener la información requerida se decidió triplicar su valor y redondearlo a **60** encuestas; asumiendo que es el número indicado para coleccionar los datos requeridos y realizar el análisis correspondiente para el desarrollo del presente proyecto.

4.2 Encuestas

La encuesta servirá para la recopilación de datos sobre la opinión de los encuestados acerca de la creación de una página web de comunidades virtuales. Esta se llevó a cabo en la ciudad de Sangolquí, puesto que se considera necesario la opinión de la gente local debido a su mayor conocimiento de la ciudad y su realidad.

La encuesta realizada fue la siguiente:

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

ENCUESTA

Encuesta para diseñar un portal web de información turística y de redes sociales de la ciudad de Sangolquí y sus alrededores, donde usted tendrá la oportunidad de conocer gente, formar lazos sociales, colaborar y editar información de la página web de forma rápida y sencilla.

Por favor lea y conteste todas las preguntas planteadas, su opinión es importante para este estudio.

Datos Generales.

- | | | |
|--|----------------------|--------------------------|
| 1. Sexo: Masculino ☐ | Edad: 14 - 20 | ☐ |
| Femenino ☐ | 21 - 30 | ☐ |
| | 31 - 45 | ☐ |
| | 46 o más | ☐ |

2. Lugar de residencia.

- Centro de Sangolquí ☐
- Cerca de Sangolquí ☐
- Cantón Rumiñahui ☐
- Otro ☐ Especifique

Preguntas

3. ¿Sabe usted operar un computador?

SI ☐ NO ☐

4. ¿Conoce el manejo del internet?

SI ☐ NO ☐

5. ¿Sabe que es una comunidad virtual?

SI ☐ NO ☐

Si contestó SI, ¿En qué comunidades ha participado?

1.
2.
3.

6. ¿Considera usted que la información de la ciudad de Sangolquí en la web es adecuada?

SI ☐ NO ☐

7. ¿Considera que la información turística de Sangolquí que se encuentra en páginas web son de utilidad?

SI ☐

NO ☐

8. ¿Le gustaría que exista una página web donde pueda interactuar con personas en la red y ofrezca información sobre la ciudad de Sangolquí?

SI ☐

NO ☐

9. Si la respuesta anterior fue SI. ¿Qué temas considera importantes para que se incluyan en la página web? (Enumere del 1 al 7, siendo 1 el más importante y 7 el de menor importancia)

- Turismo
- Cultura
- Fiestas populares y religiosas
- Historia y leyendas de Sangolquí
- Curiosidades
- Comercio
- Gastronomía

10. ¿Qué características considera usted importante para el uso de una página web interactiva? (Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el de menor importancia).

- Fácil acceso
- Interacción entre los usuarios (chat, foros, mensajes)
- Fotos y videos
- Edición rápida por los usuarios
- Información específica
- Opción de idiomas

11. ¿Estaría usted interesado en formar parte de una comunidad virtual (comunidad de internet) de la ciudad de Sangolquí, donde pueda usted colaborar con información sobre la ciudad, formar redes de amigos y editar información de la página web?

SI ☐

NO ☐

¿Con qué tema?

Muchas gracias por su colaboración.

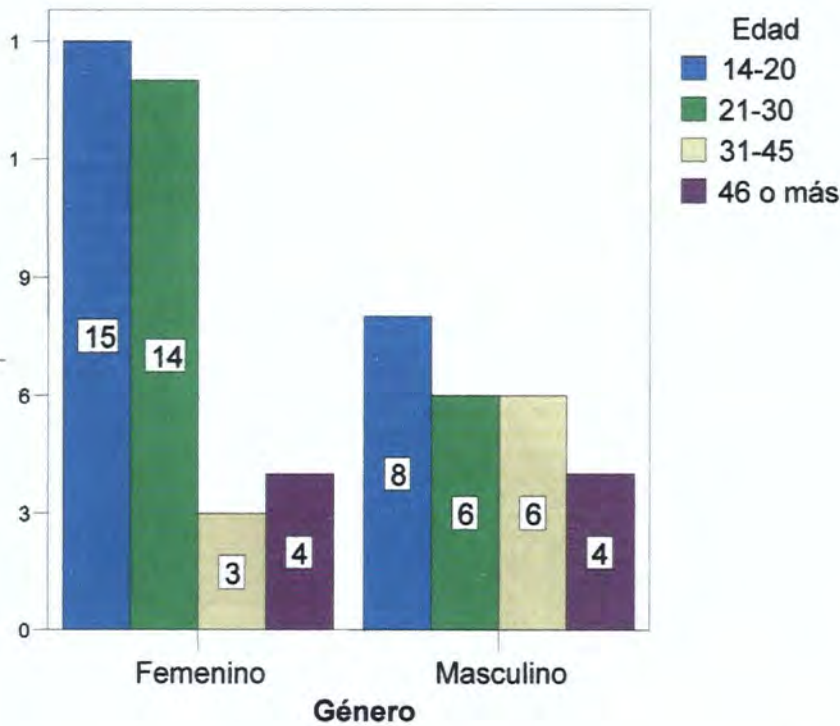
4.2.1 Tabulación y Análisis de la Encuesta.

4.2.1.1 DATOS GENERALES

4.2.1.1.1 Edad * Género Tabulación

		Género		Total
		Femenino	Masculino	
Edad	14-20	15	8	23
	21-30	14	6	20
	31-45	3	6	9
	46 o más	4	4	8
Total		36	24	60

Bar Chart

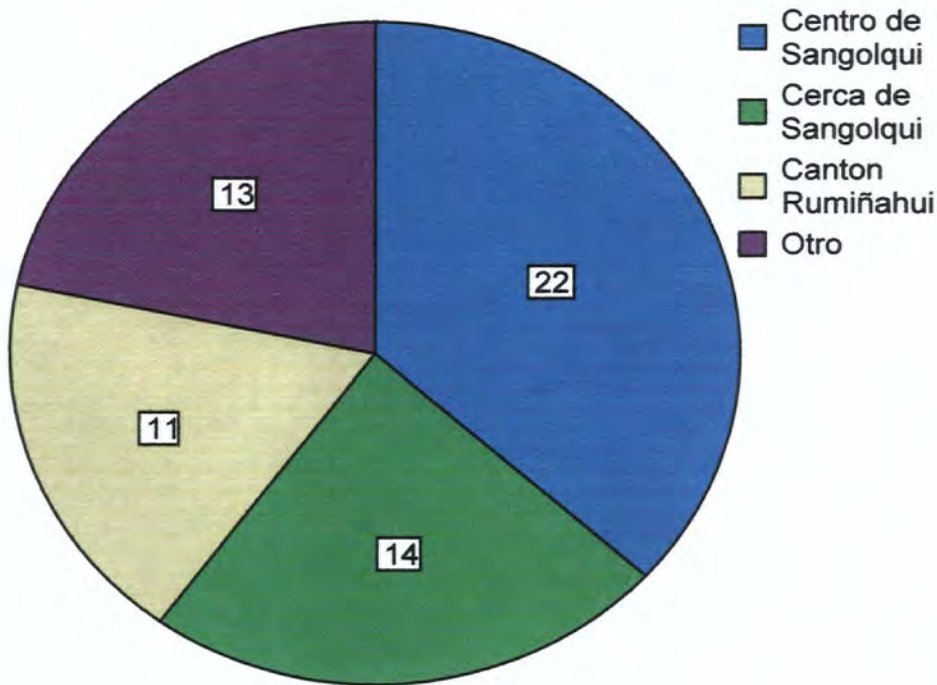


Análisis: De 60 personas encuestadas 36 fueron mujeres, dentro del género femenino predomina los rangos de edad entre 14-20 años y 21-30 años siendo 15 y 14 personas encuestadas respectivamente; mientras que el género masculino representa la minoría con 24 personas donde la mayoría de los encuestados están dentro del rango de 14-20 años de edad. Por consiguiente se supone que la mayoría de la población de la ciudad de Sangolquí es de género femenino.

4.2.1.1.2 Lugar de Residencia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Centro de Sangolqui	22	36,7	36,7	36,7
	Cerca de Sangolqui	14	23,3	23,3	60,0
	Canton Rumiñahui	11	18,3	18,3	78,3
	Otro	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Lugar de Residencia



Análisis: 22 personas de 60 encuestadas viven en el centro de Sangolquí, representando el 37%, el 23% vive cerca de Sangolquí; siendo el barrio San Fernando, Selva Alegre, Santa Rosa, 18% vive en el Cantón Rumiñahui (Rumipamba y Cotogchoa) mientras que el 22% de los encuestados vive en las afueras, siendo estos turistas o visitantes de las ciudades de Quito, Ibarra, Quevedo.

4.2.1.2 PREGUNTAS

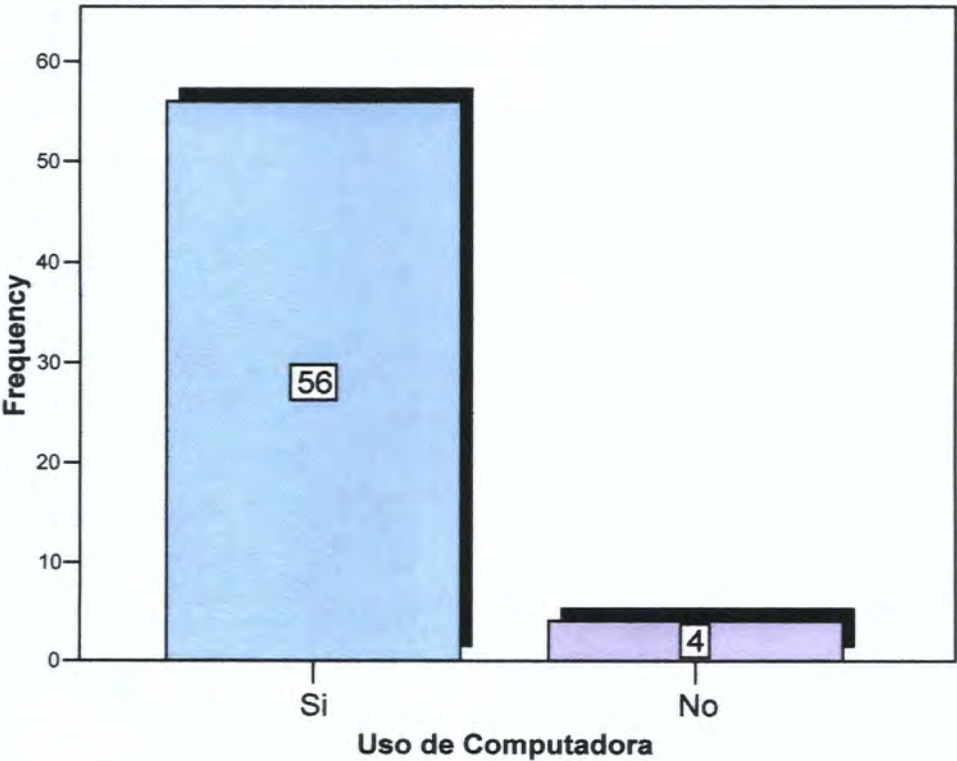
4.2.1.2.1 ¿Sabe usted operar un computador?

SI ☐

NO ☐

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	56	93,3	93,3	93,3
No	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Uso de Computadora



Análisis: La mayoría de las personas encuestadas saben utilizar el computador los cuales representan el 93%, mientras que un 7% contestó que no usa computadoras; ya sea porque no es familiar con la máquina, edad, o por no poseer una.

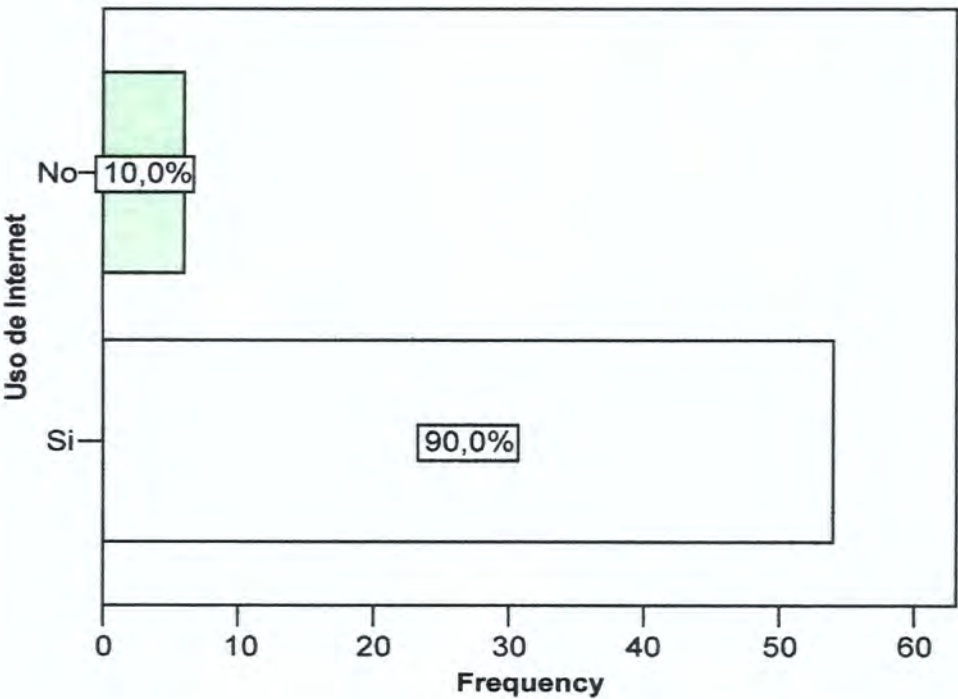
4.2.1.2.2 ¿Conoce el manejo del internet?

SI ☐

NO ☐

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	54	90,0	90,0	90,0
	No	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Uso de Internet



Análisis: El acceso a internet es muy común en la ciudad de Sangolquí, y esto se ve reflejado en la encuesta; el 90% de las personas entrevistadas utiliza el internet; mientras que solo el 10% no lo hace. Cuatro de las 6 personas que representan el 10% son aquellos que no saben utilizar una computadora, mientras que las 2 personas restantes son familiares con el uso de computadoras pero no del internet ya sea por no tener acceso a éste o desconocimiento de su uso.

4.2.1.2.3 ¿Sabe que es una comunidad virtual?

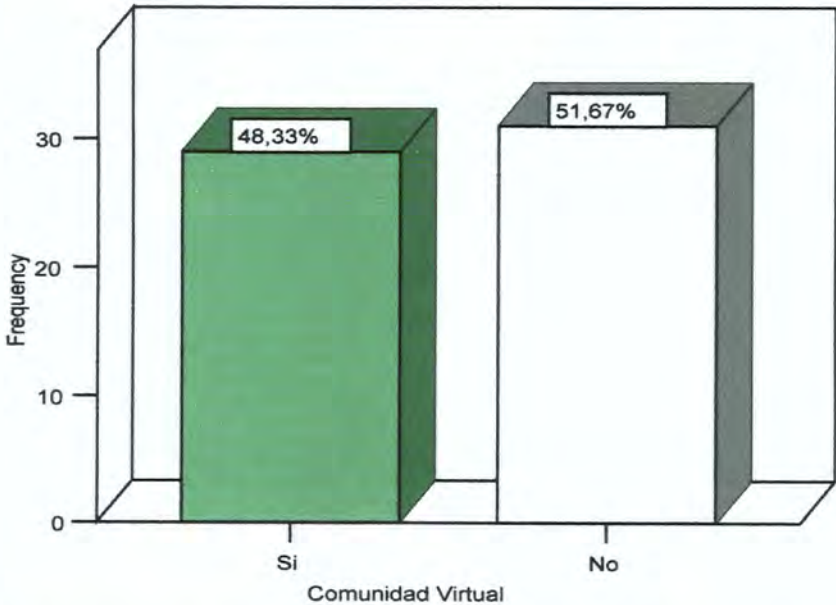
SI ☐ NO ☐

Si contestó SI, ¿En qué comunidades ha participado?

- 1.
- 2.
- 3.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	29	48,3	48,3	48,3
No	31	51,7	51,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

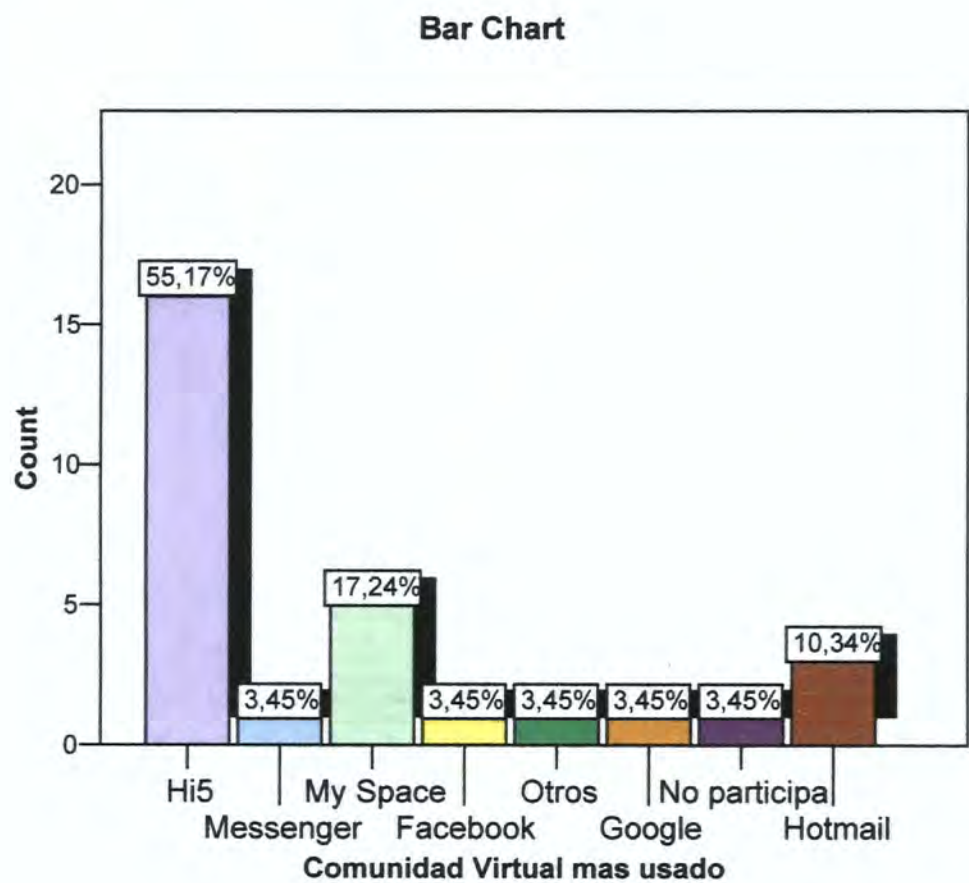
Comunidad Virtual



Análisis: A pesar del 90% de las 60 personas encuestadas que saben usar el internet, el 48% de estas desconoce lo que es una Comunidad Virtual, ya sea porque no ha participado en las mismas o por que desconoce el significado de la palabra. El 52% (31 personas) indicó no saber que es, aunque en realidad la mayoría de éstas hacen uso de las comunidades virtuales. (Hi5, My Space, foros, chats, etc.). Aunque no esté

registrado en las encuestas realizadas, se procedió a preguntar a las personas si sabía que Hi5 era una Comunidad Virtual, a la cual la mayoría quedó sorprendido, debido a que su uso es muy frecuente pero el término definitivamente les fue muy desconocido.

Las personas que respondieron afirmativo a la pregunta planteada listaron las siguientes comunidades virtuales:



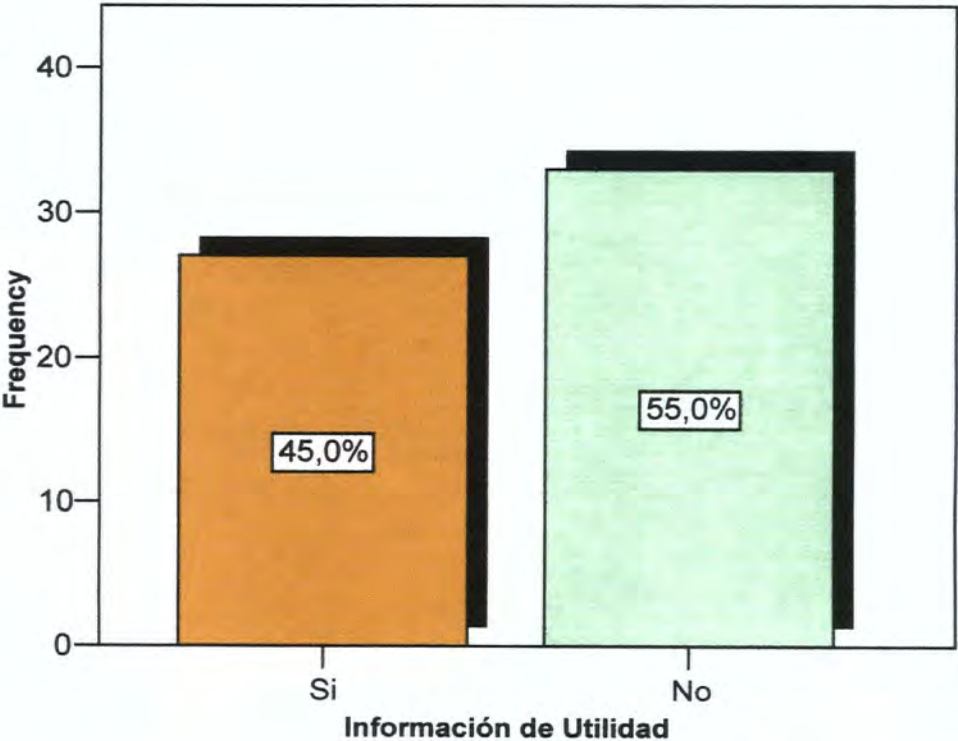
Se muestra claramente que la mayoría de persona encuestadas usan Hi5; una de las redes sociales más grandes que hay y muy utilizado en Latinoamérica, en segundo lugar se encuentra My Space el cual es reconocido mundialmente, tercer lugar está Hotmail, aunque en realidad es conocido como *MSN* cuya licencia pertenece a *Microsoft*, y por último están *Facebook*, *Google* y otros (*Yahoo*, *Tagged*).

4.2.1.2.5. ¿Considera que la información turística de Sangolquí que se encuentra en páginas web son de utilidad?

SI ☐ NO ☐

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	27	45,0	45,0	45,0
	No	33	55,0	55,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Información de Utilidad

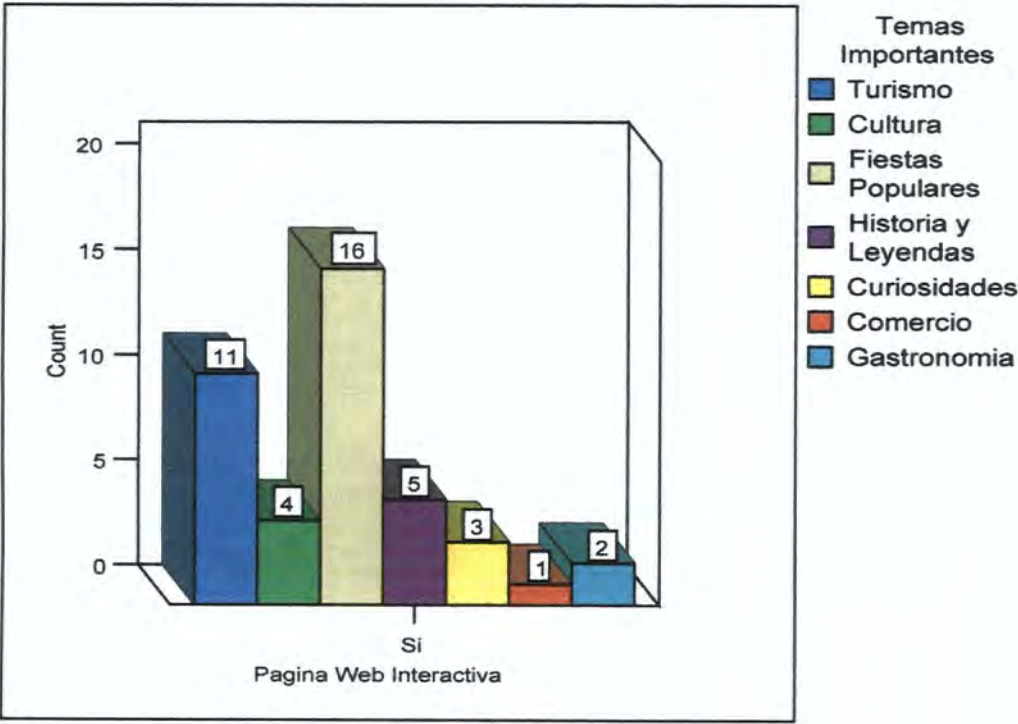


Análisis: Acerca de la información turística de la Ciudad de Sangolquí en la web el 55% respondió que la misma no es de utilidad; mientras que el 45% de ellas dijo que si lo es. Aunque la diferencia de criterios no es mucha, esto indica que es necesario publicar más información turística en la web para poder satisfacer mejor al mercado.

4.2.1.2.7 Si la respuesta anterior fue SI. ¿Qué temas considera importantes para que se incluyan en la página web? (Enumere del 1 al 7, siendo 1 el más importante y 7 el de menor importancia)

- Turismo
- Cultura
- Fiestas populares y religiosas
- Historia y leyendas de Sangolquí
- Curiosidades
- Comercio
- Gastronomía

Bar Chart



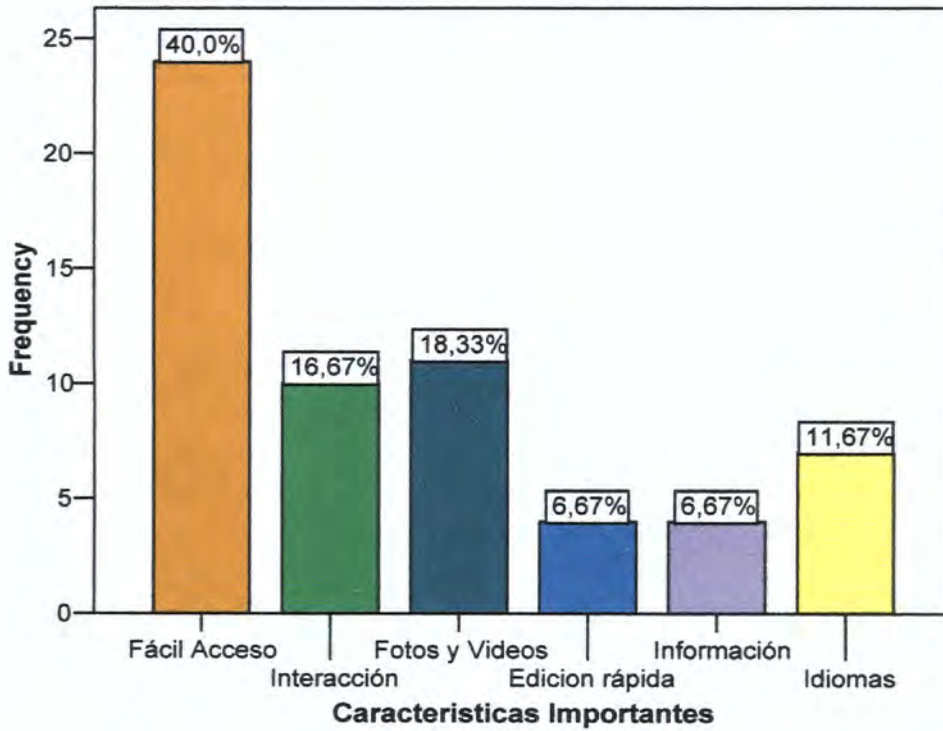
Análisis: Del 70% de los que respondieron “SI” a la pregunta anterior, estos consideraron los temas listados como los más importantes en el siguiente orden. En primer lugar fiestas populares, segundo turismo, tercero historias y leyendas, cuarto cultura, quinto curiosidades, sexto gastronomía y último comercio, con 38%, 26%,12%,10%,7%,5% y 2% cada uno respectivamente.

4.2.1.2.8 ¿Qué características considera usted importante para el uso de una página web interactiva? (Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el de menor importancia).

- Fácil acceso
- Interacción entre los usuarios (chat, foros, mensajes)
- Fotos y videos
- Edición rápida por los usuarios
- Información específica
- Opción de idiomas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facil Acceso	24	40,0	40,0	40,0
	Interaccion	10	16,7	16,7	56,7
	Fotos y Videos	11	18,3	18,3	75,0
	Edicion rápida	4	6,7	6,7	81,7
	Información	4	6,7	6,7	88,3
	Idiomas	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Características Importantes



Análisis: Del 60% de encuestados el 40% de ellos considera que el fácil acceso a la página web es de suma importancia, en segundo lugar con un 18% está la disponibilidad de fotos y videos, tercer lugar con un 17% dicen que es importante la interacción con los demás usuarios mediante chat, foros o correos electrónicos y cuarto lugar está la disponibilidad de la página en diferentes idiomas.

Con estas respuestas se puede deducir que la página web debe ser simple y a la vez llamativa, donde los usuarios no tengan que esperar mucho tiempo para que la página se abra, debe contar también con fotos y videos dependiendo del tipo de información y un espacio para que los usuarios se conozcan, conversen y discutan de temas de la página, personales o triviales.

4.2.1.2.9 ¿Estaría usted interesado en formar parte de una comunidad virtual (comunidad de internet) de la ciudad de Sangolquí, donde pueda usted colaborar con información sobre la ciudad, formar redes de amigos y editar información de la página web?

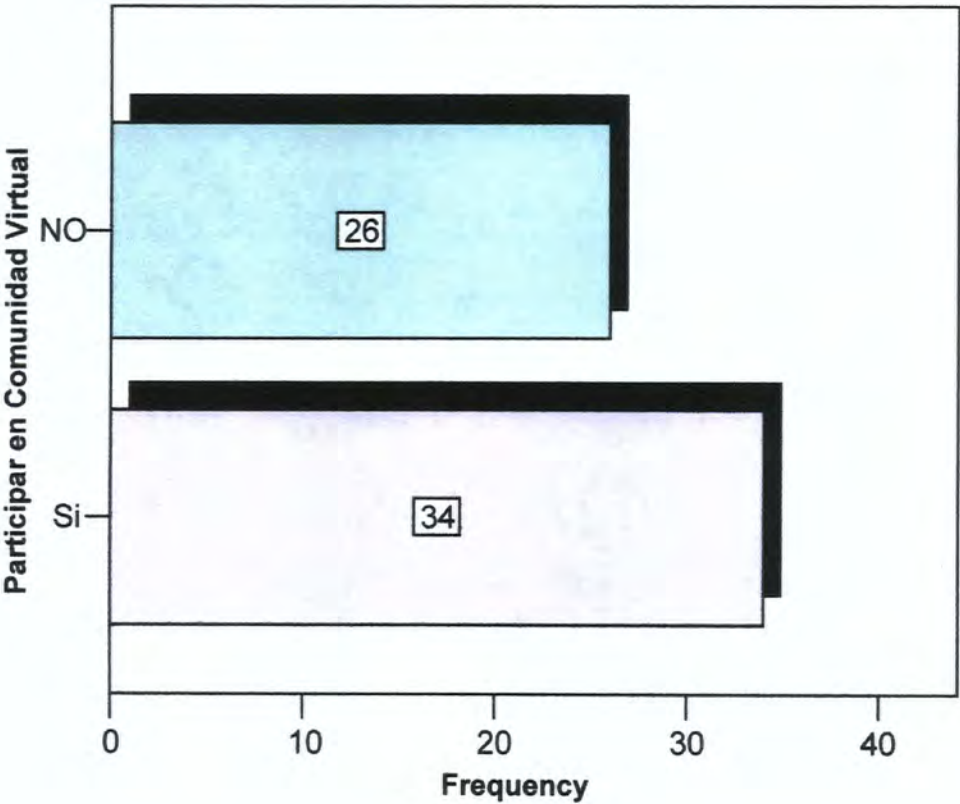
SI ☐

NO ☐

¿Con qué tema?

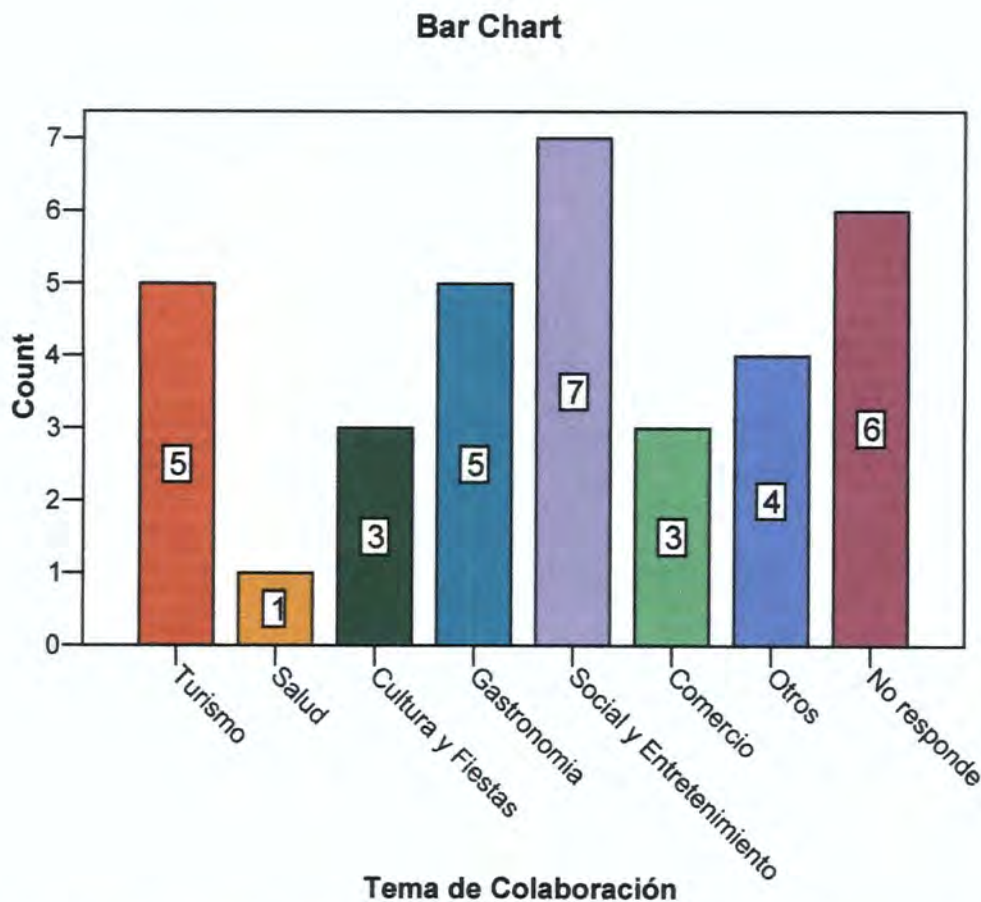
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	34	56,7	56,7	56,7
	NO	26	43,3	43,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Participar en Comunidad Virtual



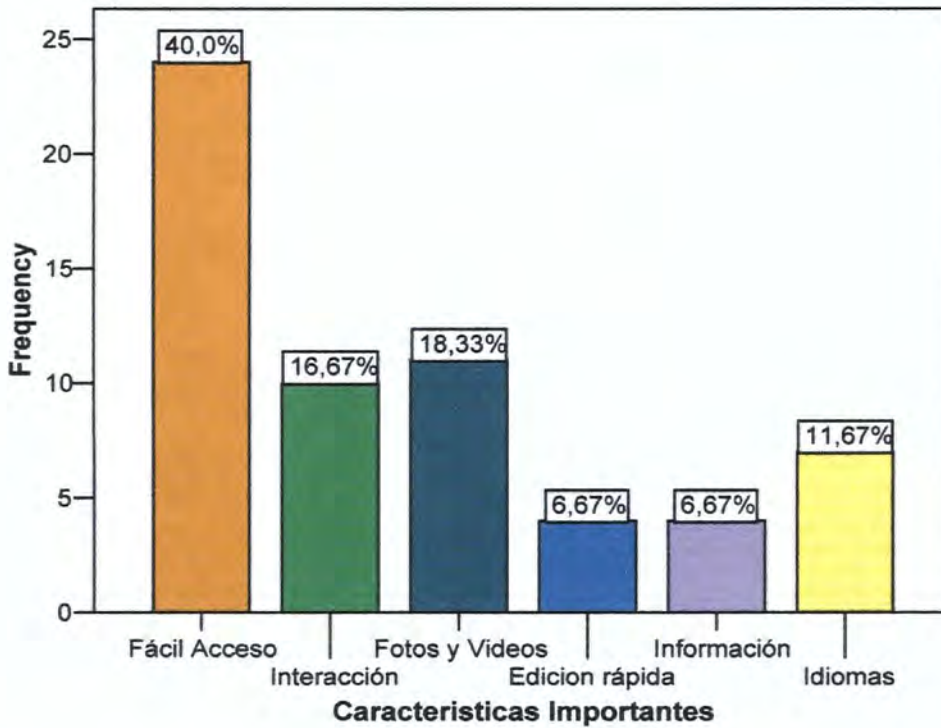
Análisis: A pesar del interés de las personas por la creación de una página web de comunidades virtuales, parece que gran parte de los encuestados no estaría dispuesto a colaborar con información representando el 43%; mientras que 57% de los encuestados si estarían interesados en formar parte de la comunidad y colaborará con la misma; la diferencia no es mucha, sin embargo de esta depende del éxito o fracaso del portal.

Las personas que respondieron SI a la pregunta planteada listaron los siguientes temas con los que ellos colaborarían.



Como se puede ver en el gráfico de barras 7 de 34 personas colaborarían con temas sociales y de entretenimiento, 5 de 27 sobre turismo, 5 de 22 sobre gastronomía, 4 de 17 con otros temas; los cuales incluyen educación, temas generales y religiosos, 3 de 13 con cultura y fiestas, 3 de 10 con temas de comercio y negocios y el resto se distribuye en salud y sin respuesta sobre los temas a contribuir.

Características Importantes



Análisis: Del 60% de encuestados el 40% de ellos considera que el fácil acceso a la página web es de suma importancia, en segundo lugar con un 18% está la disponibilidad de fotos y videos, tercer lugar con un 17% dicen que es importante la interacción con los demás usuarios mediante chat, foros o correos electrónicos y cuarto lugar está la disponibilidad de la página en diferentes idiomas.

Con estas respuestas se puede deducir que la página web debe ser simple y a la vez llamativa, donde los usuarios no tengan que esperar mucho tiempo para que la página se abra, debe contar también con fotos y videos dependiendo del tipo de información y un espacio para que los usuarios se conozcan, conversen y discutan de temas de la página, personales o triviales.

4.2.1.2.9 ¿Estaría usted interesado en formar parte de una comunidad virtual (comunidad de internet) de la ciudad de Sangolquí, donde pueda usted colaborar con información sobre la ciudad, formar redes de amigos y editar información de la página web?

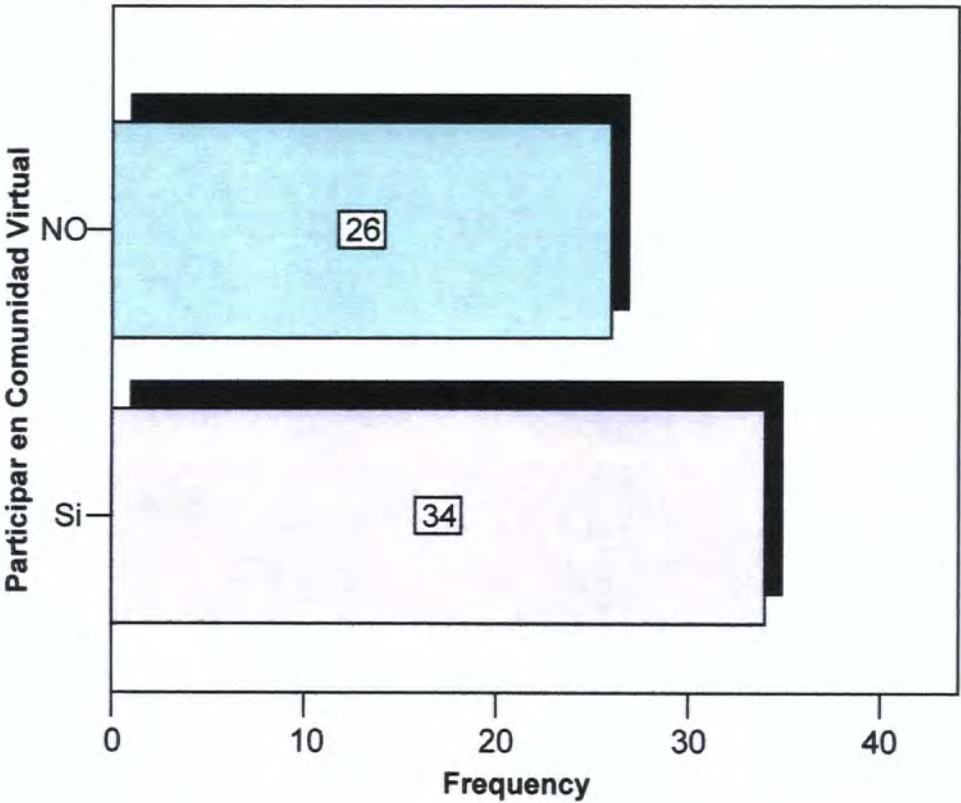
SI ☐

NO ☐

¿Con qué tema?

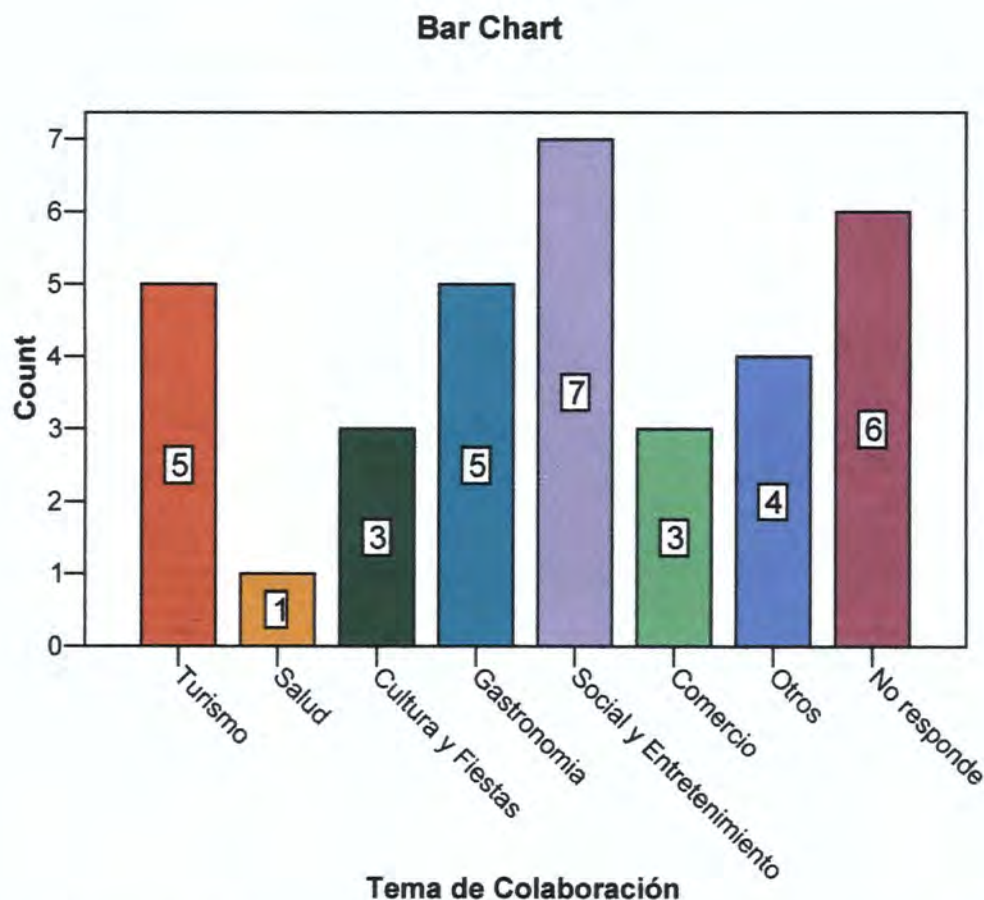
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	34	56,7	56,7	56,7
	NO	26	43,3	43,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Participar en Comunidad Virtual



Análisis: A pesar del interés de las personas por la creación de una página web de comunidades virtuales, parece que gran parte de los encuestados no estaría dispuesto a colaborar con información representando el 43%; mientras que 57% de los encuestados si estarían interesados en formar parte de la comunidad y colaborará con la misma; la diferencia no es mucha, sin embargo de esta depende del éxito o fracaso del portal.

Las personas que respondieron SI a la pregunta planteada listaron los siguientes temas con los que ellos colaborarían.



Como se puede ver en el gráfico de barras 7 de 34 personas colaborarían con temas sociales y de entretenimiento, 5 de 27 sobre turismo, 5 de 22 sobre gastronomía, 4 de 17 con otros temas; los cuales incluyen educación, temas generales y religiosos, 3 de 13 con cultura y fiestas, 3 de 10 con temas de comercio y negocios y el resto se distribuye en salud y sin respuesta sobre los temas a contribuir.

4.3 Marketing Mix

4.3.1 Marketing

Una de las definiciones más conocidas es la de Philip Kotler; considerado como el padre del marketing; en el cual describe al marketing como el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al intercambiar bienes y servicios.

Mientras que, Stanton, Etzel y Walker, autores del libro *"Fundamentos de Marketing"*, explican que el marketing "pone de relieve la orientación hacia el cliente y la coordinación de las actividades de marketing para conseguir los objetivos de desempeño corporativo"¹⁴

En conclusión se puede decir que marketing es un proceso social en el cual se busca satisfacer las necesidades y/o deseos de los clientes con el objetivo de obtener beneficios a corto, mediano o largo plazo.

4.3.2 Marketing Mix

También conocida como la mezcla de marketing, cuya definición comprende los elementos bajo el control de la organización que pueden emplearse para satisfacer a los clientes o comunicarse con ellos. La mezcla tradicional de marketing se compone de las 4 P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción).

Debido a que por lo regular los servicios se producen y consumen de manera simultánea, con frecuencia los clientes se presentan en la empresa, interactúan directamente con el personal de esta y forman parte del proceso de producción del servicio; el reconocimiento a estas variables ha dado lugar a 3 P's adicionales (Personal, Evidencia Física, Proceso).

¹⁴ STANTON, ETZEL y WALKER; *"Fundamentos de Marketing"*, 11ma. edición; Mc Graw Hill; México, 2002, Pág. 11

4.3.3 Definición del producto

Es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas.

El producto es un portal web turístico de comunidades virtuales de la ciudad de Sangolquí donde las personas podrán interactuar con los demás usuarios, mediante chat o foro, a su vez colaboraran con la información de la ciudad sobre cualquier tema; histórico, leyendas, fiestas populares, gastronomía, turismo y demás temas que sean del interés de cada persona con la opción de editar los artículos publicados por los miembros de la comunidad; siguiendo las políticas y reglas del mismo.

4.3.4 Precio

Es el monto de intercambio asociado a la transacción. El precio no tiene relación con ninguno de los costos asociados al producto; sino que debe tener su origen en la cuantificación de los beneficios que el producto significa para el mercado, y lo que éste esté dispuesto a pagar. Para la fijación del precio se considera los precios de la competencia, el posicionamiento deseado y los requerimientos de la empresa.

Por ser un servicio de internet que ayudará a la comunidad a obtener mayor información sobre la ciudad, será gratuito.

4.3.5 Plaza

Define dónde comercializar el producto o el servicio que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Al ser una página web, su plaza será dentro del internet en el cual los *cibernautas* tendrán acceso las 24 horas del día y los 365 días del año. No existe restricción alguna para buscar la información que sea del interés del usuario.

4.3.6 Promoción

Son todas las funciones realizadas para que el mercado sepa de la existencia del producto/marca, incluida la venta, ayuda a la venta, oferta del producto o servicio por teléfono, Internet u otros medios similares, los anuncios publicitarios, y la publicidad mediante otros vehículos.

La promoción será local, por lo tanto se hará uso de flyers los cuales serán distribuidos en restaurantes, cafés de internet, y en los sitios donde se den cursos de computación dentro de la ciudad de Sangolquí, de igual forma se publicará en revistas de distribución gratuita del Valle de los Chillos.

4.3.7 Personal

Son todos los actores humanos que juegan un papel en la entrega del servicio y que influyen en las percepciones del comprador como son el personal de la compañía, el cliente y los otros clientes que se encuentran en el ambiente del servicio.

En el caso de la página web, el personal son todos los individuos encargados en el desarrollo, creación y mantenimiento del portal, incluyéndose también a los miembros de la comunidad, ya que son los actores principales para ofrecer información a los demás *cibernautas*.

4.3.8 Evidencia física

Es el ambiente en el que se entrega el servicio y en el cual interactúa la empresa y el cliente, así como cualquier componente tangible que facilite el desempeño o la comunicación del servicio.

El ambiente donde se entregara el servicio es el internet mediante un *navegador*, haciéndose tangible el acceso mediante el uso de una computadora que esté conectada al internet y tenga acceso al *World Wide Web (WWW)*

4.3.9 Procesos

Son los procedimientos, los mecanismos y el flujo de las actividades necesarias para la prestación del servicio; es decir, la realización del servicio y los sistemas de operación.

En cuanto a los procesos del portal, solo se requiere de tener acceso al internet, escribir la dirección de la pagina web en el navegador, explorar y leer; en caso de no ser miembro de la comunidad; caso contrario, se siguen los pasos anteriores seguido por el registro del usuario, contraseña y si lo considera necesario podrá editar el texto que desee.

CAPITULO V

Estrategias De Marketing

5.1 Misión

Dar a conocer a los *internautas* tanto nacionales como internacionales mayor información de la ciudad de Sangolquí, ofreciendo todos los datos importantes del lugar como historia, lugares turísticos, festividades, cultura, gastronomía, ocio, negocios y demás.

5.2 Visión

Ser la mejor fuente de información turística virtual de la ciudad de Sangolquí con la participación activa de los usuarios del portal, potenciando de esta manera el aumento de visitantes a lugar.

5.3 Estudio Legal

La creación de una página web no requiere de algún permiso estatal o de alguna organización, el internet al igual que la información disponible en la misma es pública por su propia naturaleza; por lo tanto cualquier persona que desee está en la capacidad de crear una página web. La única política que hay sobre los portales web se basa sobre el nombre del dominio, mas no una política de funcionamiento y operación del internet..

Lo que si existe es una “Regulación de los Centros de Acceso a Internet y Ciber Cafés” emitido por el CONATEL en el 2005 (ver anexo 23); por lo tanto conforme a la regulación del CONATEL la elaboración de la pagina web no infringe articulo alguno.

5.3.1 Dominio

Todas las direcciones de Internet - URL (Uniform Resource Locator) - obedecen a un sistema mundial de nomenclatura. El *nombre del dominio* - Domain Name - es la dirección principal que ubica al portal web dentro de la red mundial de Internet. Por ejemplo. www.turismo.gov.ec

Los nombres de todos los dominios tienen tres niveles. El primero define el propósito principal del Sitio web y la ubicación geográfica (opcional) del portal. En este caso se trata de una página gubernamental - por sus siglas GOV - ubicada en Ecuador - EC -. Las siglas más comunes son EDU, GOV, COM, NET y ORG y existe un código específico (Código ISO) para cada país .

El segundo nivel determina el nombre de la organización, - Turismo - en este caso. Finalmente el tercer nivel puede ser usado para identificar un Servidor Web dentro de una dirección de Internet, para lo cual se usan comúnmente las siglas www (World Wide Web).

Existen 2 tipos de dominio: los dominios genéricos y los dominios territoriales.

5.3.1.1 Los Dominios Genéricos: (también son denominados dominios internacionales o globales), son los dominios básicos en Internet y los más utilizados a nivel mundial; están organizados de forma conceptual según sus terminaciones, los nombres de dominio genéricos tienen terminaciones formadas por 3 letras.

.com: Para empresas comerciales. Es el dominio más difundido en Internet.

.org: Para organizaciones sin ánimo de lucro, instituciones y fundaciones.

.net: Para empresas relacionadas con Internet

.info: Es utilizada por sitios web cuyo principal cometido es la difusión o publicación de contenidos informativos.

.biz: Esta terminación proviene de la abreviación de business (negocios en inglés) y su utilización está enfocada a la temática de los negocios.

.edu: Son utilizados para fines educativos.

5.3.1.2 Los Dominios Territoriales: (también llamados dominios geográficos), son los dominios mantenidos por cada país. Estos dominios territoriales son utilizados por las organizaciones y empresas que desean establecerse en Internet y proteger la identidad de su marca o su nombre comercial en un país concreto. Los dominios territoriales (Código ISO) tienen sus terminaciones compuestas por 2 letras.; en el caso de Ecuador es EC.

Existen 2 tipos de dominios territoriales; de segundo nivel (.ec) y de tercer nivel (com.ec, info.ec, etc).

Los nombres bajo las extensiones de tercer nivel pueden ser registrados por ¹⁵:

- Personas Naturales o Jurídicas
- Ecuatorianos o Extranjeros
- Sin requisito de presencia local

EC	Uso general.
COM.EC	Uso Comercial en general.
INFO.EC	Información en general.
NET.EC	Proveedores de Servicios de Internet.
FIN.EC	Entidades e Instituciones de Servicios Financieros.
MED.EC	Entidades e Instituciones Medicas, de Salud, Farmacéuticas, y relación con temas de Medicina.
PRO.EC	Para profesionales en general como abogados, arquitectos, contadores , etc.

*Aplica solo a Ecuador

¹⁵ <http://www.nic.ec>

Los nombres bajo las siguientes extensiones pueden ser registrados por:

- Personas Jurídicas
- Registradas en Ecuador
- Con presencia Local
- Existen requerimientos específicos

ORG.EC	Solo para Entidades e Instituciones sin fines de lucro, Organizaciones no gubernamentales que están registradas en Ecuador.
EDU.EC	Solo para Entidades, Instituciones u Organizaciones Educativas tales como Colegios, Universidades, Escuelas e Institutos registrados en Ecuador.
GOV.EC	Solo para uso del Gobierno de la Republica de Ecuador y entidades gubernamentales.
MIL.EC	Solo para uso de las Fuerzas Armadas del Ecuador

*Aplica solo a Ecuador

Cualquier ecuatoriano puede hacer uso de los dominios genéricos, sin embargo para el uso de los dominios territoriales; se requiere aplicar al Registro de Nombres de Dominio bajo el ccTLD .EC (Country Code Top Level Domain o Código de País de Dominio de Nivel Superior), el cual es administrado por *NIC.EC*, por delegación de *ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)* a través de *IANA (Internet Assigned Names and Numbers)*. Caso contrario no se podrá hacer uso de los mismos.

De igual forma, nadie dentro del país está permitido hacer uso del *nombre de dominio* de ECUADOR ya que es un nombre restringido y es de uso exclusivo del estado; así mismo pasa con algunos nombres de ciudades y cantones del país.

5.3.2 Estructura del Dominio

Están sujetos a las siguientes condiciones en su estructura:

Los únicos caracteres válidos para un nombre de dominio son las letras del alfabeto (A-Z), los dígitos (0-9), y el guión (-). No se permiten letras acentuadas, ni eñes, ni subrayados. No se distingue entre mayúsculas y minúsculas. El primer y último carácter del dominio no pueden ser guión, así como no pueden existir dos o más guiones seguidos.

La longitud mínima requerida es de 3 caracteres y la longitud máxima es de 65 caracteres. Aunque técnicamente se permite hasta 65 caracteres, es recomendable que el máximo sea de 25 caracteres por motivos prácticos. No hay restricciones de números de dominios por registrante.

En ningún caso se admitirá el registro de un nombre de dominio cuando dicho nombre:

- Esté formado por términos o expresiones que resulten ofensivos, malsonantes, afecten a la moral o al orden público o que resulten contrarios a la Ley del Ecuador
- Haga referencia a aspectos o temas oficiales del país sin tener la debida autorización para ello.
- Coincida con nombres protocolo, aplicaciones y terminologías de Internet como por ejemplo: "http", "web", "www", "ftp", "telnet", "email", etc.
- Coincida idénticamente, y bajo el mismo nivel, con un nombre de dominio existente en la base de datos de NIC.EC
- Coincida con nombres restringidos para registro de acuerdo a políticas de NIC.EC.¹⁶

En el presente caso, el nombre de dominio RUMIÑAHUI está restringido por ser de uso del estatal, sin embargo el término SANGOLQUI si está disponible y sin alguna

¹⁶ <http://www.nic.ec/info/estructura.htm>

restricción con los diferentes dominios que registra el NICec, los nombres disponibles hasta el 30 de enero del 2009 son:

- Sangolqui.ec
- Sangolqui.com.ec
- Sangolqui.info.ec
- Sangolqui.net.ec
- Sangolqui.fin.ec
- Sangolqui.pro.ec
- Sangolqui.med.ec
- Sangolqui.org.ec
- Sangolqui.edu.ec
- Sangolqui.gov.ec
- Sangolqui.mil.ec

5.3.4 Políticas dentro del Portal

Las políticas y reglas que funcionarán dentro del portal son guías para los usuarios, estableciendo más que nada normas de comportamiento y derechos de autor; por ejemplo:

- No escribir vocabulario obsceno ni mensajes ofensivos dentro del portal.
- Citar siempre los autores de un artículo en caso de que la información haya sido tomada de textos.
- Si la información es tomada de una página web, citar la dirección.
- No atacar a los usuarios del portal.
- Los artículos publicados no deben ser neutrales y con fundamentos, no escribir artículos que tengan puntos de vista personales, en caso de establecer una discusión sobre algún tema hacerlo en el foro de la comunidad.
- En caso de que un usuario siga con comportamiento inadecuado dentro de la comunidad, el *webmaster* tiene todo el derecho de bloquear y borrar su cuenta.

Puesto que el presente proyecto es un estudio de prefactibilidad, las políticas, reglas y el contenido del portal pueden variar según lo decida el *webmaster*.

CAPITULO VI

Estudio Técnico

Para la creación de una página web se deben tomar en cuenta varios puntos, entre ellos la creatividad, la estructura, el diseño, la programación, la publicación y el mantenimiento; siendo estos los pasos más importantes para la creación de un portal.

Cabe recalcar que el presente trabajo es solo una idea básica de lo que podría ser la página web; por lo cual no se presenta nombre de la página web, costos de creación, adquisición de dominio, financiamiento y mantenimiento.

No se analiza los costos puesto que la idea original es que el financiamiento y demás factores para el funcionamiento y mantenimiento de un portal estén bajo la responsabilidad de la organización o individuo que desee desarrollar el proyecto al igual que el nombre del portal; por lo tanto la estructura y contenidos de la página puede variar dependiendo de las necesidades del o de los responsables en ejecutarlo.

Los pasos para la creación del portal web son los siguientes.

6.1 Creatividad

Hay que tener claro cuál va a ser el propósito del sitio web, sus contenidos y la audiencia potencial de la que dispondrá.

En el presente caso el propósito del portal es proporcionar información en general de la ciudad de Sangolquí a todos los internautas y a su vez aumentar la información del sitio web con la colaboración de los visitantes de la página. La idea de la creación de un *portal* editable por y para los usuarios del internet se dio debido a la popularidad de sitios web de *redes sociales* como *Hi5*, *My Space*, *Facebook* y *Wikipedia*; ésta última, siendo reconocida mundialmente como la pionera en crear un portal *WIKI* (sitio web cuyas páginas web pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web). Además, en las encuestas realizadas el 57% estaba de acuerdo en colaborar con

información para el sitio web; aunque no sea un porcentaje alto se considera que dicho valor aumentará una vez publicada oficialmente la página web, de todas formas no será solo un lugar para informarse, sino también para socializar con las personas que visiten el portal.

Los contenidos del portal en cuanto a temas se refiera serán los de mayor interés, indicadas en las encuestas realizadas, que fueron: Fiestas populares, turismo, historias y leyendas, cultura, curiosidades, gastronomía y comercio.

En cuanto a servicios del sitio web, habrá un espacio para chat, un foro de discusión, sección de ayuda en caso los usuarios no sepan como editar su artículo, presentación del artículo para imprimir (solo texto), un buscador y será un portal trilingüe (español, inglés y chino).

Por último, la audiencia del portal será para todo público que sepa leer y escribir; debido a que será un sitio web informativo con la participación de los usuarios que la visiten

6.2 Estructura

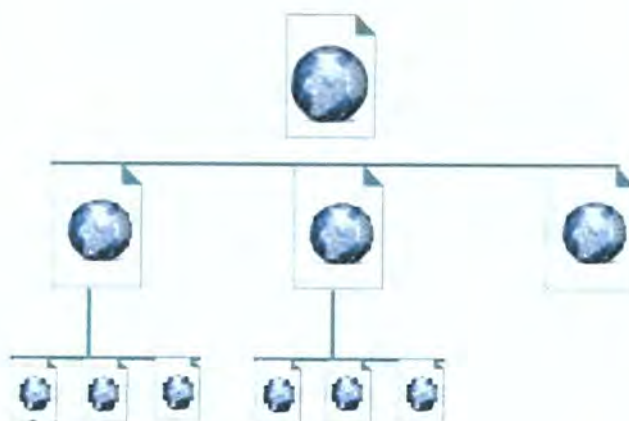
La estructura de una página web es muy importante, ya que una buena estructura permitirá al lector visualizar todos los contenidos de una manera fácil y clara, mientras que una página web con una mala estructura producirá en el lector una sensación de confusión además no encontrará rápidamente lo que busca y terminará por abandonar el portal.

6.2.1 Tipos De Estructuras

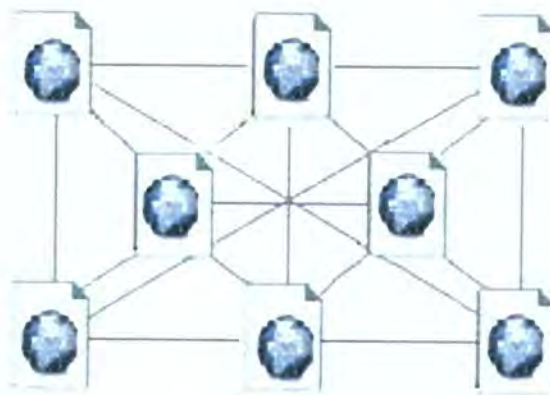
6.2.1.1 Lineal: A partir de una página de bienvenida o portal se suceden las siguientes páginas una tras otra como si se tratara de un libro.



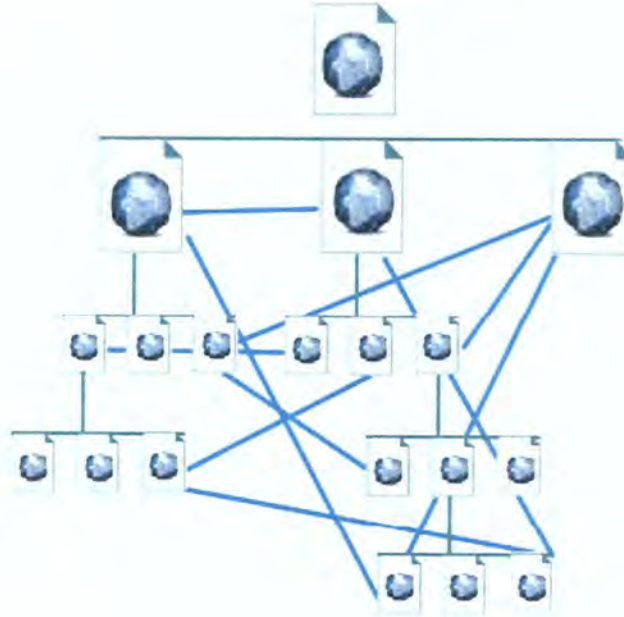
6.2.1.2 Jerárquica: A partir de una página de bienvenida o portal se abren unas secciones que a su vez contienen múltiples páginas web, permitiendo al lector conocer en qué lugar de la estructura se encuentra, además de saber que, conforme se adentra en la estructura obtiene información más específica y que la información más general se encuentra en los niveles superiores como una pirámide.



6.2.1.3 Red: Las páginas que forman el sitio web se enlazan unas con otras según sus contenidos en una especie de red en la que no se aprecia ningún tipo de jerarquía, permitiendo a los usuarios seguir sus intereses en una secuencia única para cada usuario del Sitio; en otras palabras el usuario busca solo lo que le interesa para fortalecer sus conocimientos.



6.2.1.4 Mixta: Es la mezcla entre estructura jerárquica o lineal con la estructura en red; es decir que a partir de una página de bienvenida se abren unas secciones que a su vez contienen múltiples páginas web, y la información que contengan estas estará cruzada, permitiendo al usuario saber siempre donde está dentro del portal y obtener mayor conocimiento del tema específico que busque.¹⁷



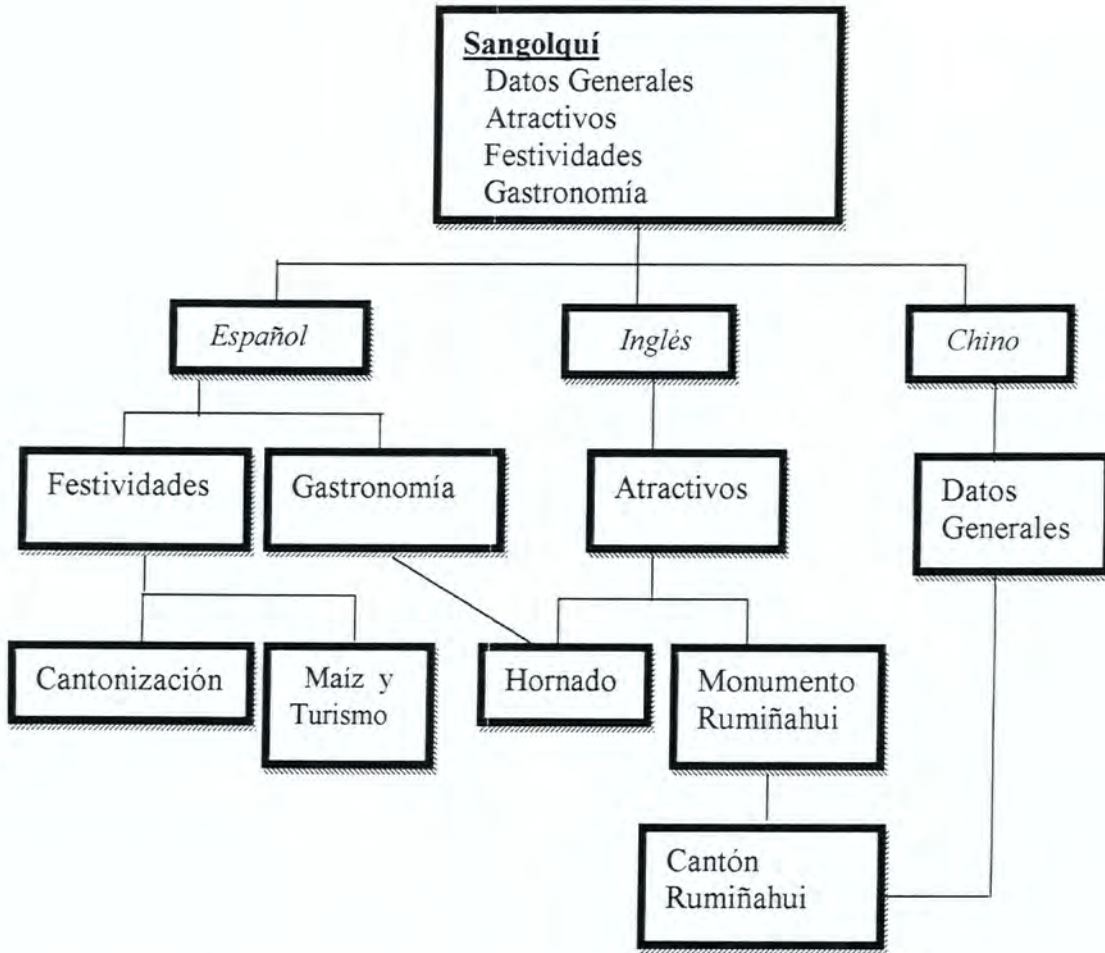
6.2.2 Estructura del Portal

La estructura del portal será mixta; debido a ser la forma más organizada de mantener un sitio web que ofrece gran cantidad de información a sus usuarios. Aplicando la estructura mixta dentro del portal ayudará a que los internautas siempre encuentren lo que desean, en este caso la página de bienvenida es la página principal donde se encuentra diferentes opciones e incluso la barra de búsquedas.

Las secciones del portal son las diferentes interfaces del mismo (español, inglés y chino), y las múltiples páginas web son los artículos publicados por los usuarios en los idiomas que los autores desean. Para una mejor ilustración se presenta el siguiente diagrama:

¹⁷ <http://www.wikilearning.com>

Index



La estructura en red se genera en dos formas, la primera por ejemplo; cuando un usuario está viendo el portal con la interfaz de español y desea crear un artículo en inglés; y la segunda; cuando el usuario edita o crea un artículo deseando poner links de palabras que el autor considere necesario para expandir el conocimiento de los lectores dependiendo del idioma que este usando, en el caso del sitio web las links azules indican “mayor información” y las links rojas la disponibilidad de crear un artículo referente al tema marcado como indica el siguiente gráfico.

Capital de	Cantón Rumiñahui	Información sobre el Cantón Rumiñahui
Superficie	49 km2	
Ubicación	Sur-este de la ciudad de Quito	Links disponibles para crear nuevos artículos con los temas escritos.
Altitud	2.392 m sobre el nivel del mar	
Población	56.794 habitantes	
Limites:	Norte: San Rafael y El Tingo Sur: Cotogchoa y Rumipamba Este: Alangasi y Pintag Oeste: Amaguaña y Conocoto	

6.3 Diseño

El diseño será simple para facilitar y agilizar la navegación, de esta forma los usuarios no tendrán problema al abrir la página ni esperarán demasiado tiempo para ver el artículo o editar el mismo.

Lo único que podría ser lento en el portal es cuando se hace uso de archivos *multimedia* (audio y video), se podrá leer y ver imágenes rápidamente, sin embargo si el visitante desea ejecutar cualquier archivo ya sea de video o audio, éste tardará en ser ejecutado, dependiendo de la conexión del usuario o del tráfico dentro del portal. Cabe recalcar que solo se hará uso de archivos *multimedia* cuando el autor de un artículo desee incluirlo, caso contrario solo se presentará texto e imágenes.

Sobre los colores del portal, serán neutros como azul, gris y blanco de esta manera se evita afectar la atención de los lectores y autores de artículos.

La barra del menú estará siempre visible y ubicado en la parte izquierda del portal y las herramientas de edición y chat estarán ubicadas en forma horizontal siempre sobre el artículo que se esté leyendo para facilitar el acceso a las mismas.

Como ya se había planteado anteriormente en los objetivos, la interfaz del portal será trilingüe (español, inglés y chino) los cuales serán creados en forma de *cascada*, es decir desplegando una lista hacia debajo de los tres idiomas; cabe recalcar que los artículos escritos por los usuarios dependerán del idioma en que deseen escribir.

Al momento de editar o crear los artículos los autores tendrán la opción de poner *links* en las palabras que consideren necesarias para incrementar la información de los mismos. El color azul será el indicativo de la existencia de un artículo con dicho tema mientras que el color rojo indicará que no existe un artículo del tema pero está disponible para ser creado, de ésta forma se garantiza la participación de los internautas.

Para tener una idea más gráfica del sitio web la página principal con interfaz en Español quedará de la siguiente manera:



Suncar

Tabla de contenidos [mostrar]

SANGOLQUI

[editar]

Herramientas

- Lo que enlaza aquí
- Cambios en enlazadas
- Subir archivo
- Páginas especiales
- Versión para imprimir
- Enlace permanente

Datos Generales.

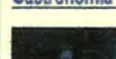


Capital de	Cantón Rumiñahui
Superficie	49 km2
Ubicación	Sur-este de la ciudad de Quito
Altitud	2.382 m sobre el nivel del mar
Población	56.794 habitantes
Límites:	Norte: San Rafael y El Tingo Sur: Cotacocha y Rumiapamba Este: Alangashi y Pintag Oeste: Amagañaña y Conocoto

Sangolquí es la ciudad más importante del cantón Rumihahui; además se encuentran las instituciones del gobierno del cantón así como las de salud, educación, servicios públicos, comunicación y además, los principales negocios.

Más Información

[editar]

Atractivos [editar]	Gastronomia [editar]	Fiestas [editar]
		

See Also

[editor]

- Sangoiqui - English
- Sangoiqui CN

(no comments yet)

[agregar comentario](#)

Portal con interfaz en Inglés.

Portada

LOG IN / CREATE ACCOUNT

Navigation

discussions edit history chat

English

BIENVENIDOS A LA COMUNIDAD VIRTUAL DE SANGOLQUI

Search

Go Search

Contents

SANGOLQUI

Tools

What links here
Related changes
Upload file
Special pages
Printable version
Permanent link

Mapa de Sangolquí

Datos Generales.

Capital de	Cantón Rumihahui
Superficie	49 km2
Ubicación	Sur-este de la ciudad de Quito
Altitud	2.392 m sobre el nivel del mar
Población	56 794 habitantes
Límites:	Norte: San Rafael y El Tingo Sur: Cotacocha y Rumpamba Este: Alangasi y Pintag Oeste: Amagüña y Conocoto

Sangolquí es la ciudad más importante del cantón Rumihahui, además se encuentran las instituciones del gobierno del cantón así como las de salud, educación, servicios públicos, comunicación y además, los principales negocios.

Más Información

Atractivos

Gastronomía

Fiestas

See Also

- Sangolquí - English
- Sangolquí CN

(no comments yet)

add comment

This page was last modified 20:21, 6 February 2008. This page has been accessed 153 times. [Privacy policy](#) [About Sangolquí](#) [Disclaimers](#)

Portal con interfaz en Chino

Portada

登录 / 注册 / 帮助

导航

中文(简体)

最新事件

最近更新

随机页面

帮助

搜索

目录(显示)

进入

退出

工具新

输入页面

退出更改

上传文件

特殊页面

可打印版

永久链接

BENVENIDOS A LA COMUNIDAD VIRTUAL DE SANGOLQUI

SANGOLQUI

Datos Generales.

SANGOLQUI

SELVA ALEGRE

Lago San Rosa

Los Yumbos

Mapa de Sangolqui

Capital de	Cantón Rumihahui
Superficie	49 km2
Ubicación	Sur-este de la ciudad de Quito
Altitud	2.392 m sobre el nivel del mar
Población	58.794 habitantes
Limites:	Norte: San Rafael y El Tingo Sur: Cotacachi y Rumicamba Este: Alangas y Píntag Oeste: Amagüesa y Conocoto

Sangolqui es la ciudad más importante del cantón Rumihahui; además se encuentran las instituciones del gobierno del cantón así como las de salud, educación, servicios públicos, comunicación y además, los principales negocios.

Atractivos

Gastronomía

Fiestas

See Also

- Sangolqui - English
- Sangolqui CN

(no comments yet)

add comment

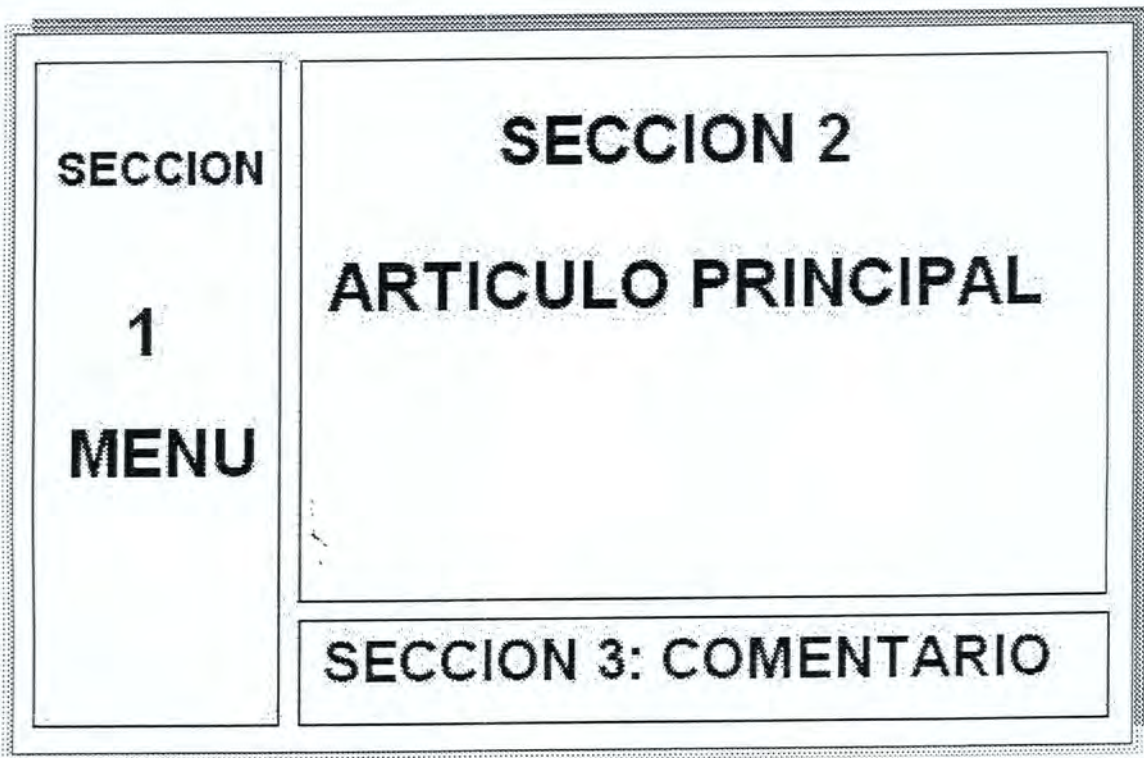
此乃网络社区内容 2009年2月10日 星期四 00:21, 本页面已缓存15154KB, 当前页面 关于 Sangolqui 帮助 反馈

Como se puede observar, la página y el contenido es el mismo con la única diferencia del interfaz, según el idioma que desee leer el usuario ésta cambiará, mas no su contenido, por ello se especifica que el portal es trilingüe pero no sus artículos, el idioma de los mismos dependerá de la contribución del usuario.

La página proyecto, está dividida en 3 partes o secciones principales:

- **Primera sección:** Es el menú que está ubicado en el lado izquierdo
- **Segunda sección:** Es el artículo central donde se encuentra también las herramientas para la edición, discusión, herramientas y el chat.
- **Tercera sección:** Se encuentra al final de la página donde los usuarios podrán dejar sus comentarios sobre el artículo publicado.

Gráficamente la web está diseñada de la siguiente manera:



6.3.1 Partes de la Página Web

6.3.1.1 Primera Parte

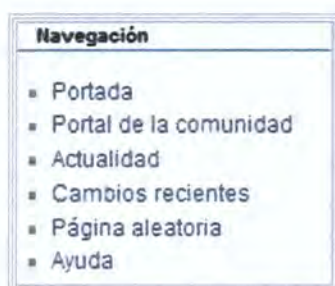
Constituye el menú de la página web el cual se encuentra ubicado en el lado izquierdo y se divide en 4 partes:

6.3.1.1.1 Registrarse/Entrar



Como el nombre lo indica esta sección es para registrarse, con ellos los usuarios podrán colaborar con artículos, participar en el foro y subir archivos.

6.3.1.1.2 Navegación



Dentro de este se podrá encontrar varias opciones referentes a los artículos del portal y a lo que relaciones con los demás miembros de la página se refiera.

6.3.1.1.2.1 Portada: Es la página principal del sitio web.

6.3.1.1.2.2 Portal de la Comunidad: Es el espacio donde los miembros podrán discutir sobre cualquier tema, ya sea referente a los artículos o no, del mismo modo podrán hacer uso del chat tanto los miembros registrados como los visitantes.

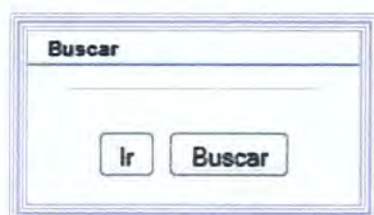
6.3.1.1.2.3 Actualidad: En este espacio se publicarán las noticias nacionales e internacionales.

6.3.1.1.2.4 Cambios Recientes: Indica una lista de los artículos que han sido creados o editados recientemente.

6.3.1.1.2.5 Página Aleatoria: Si los usuarios no saben que leer, podrán hacer uso de este link el cual los dirigirá a cualquier artículo del portal.

6.3.1.1.2.6 Ayuda: Esta sección indica como editar un articulo.

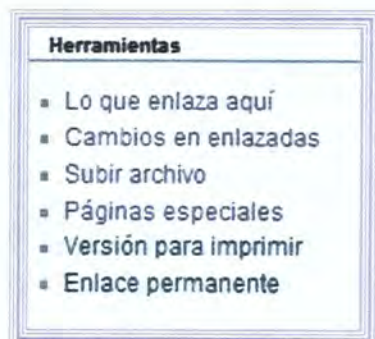
6.3.1.1.3 Buscar



Formulario de búsqueda con el título "Buscar". Incluye un campo de entrada de texto y dos botones: "Ir" y "Buscar".

Esta sección es de BUSQUEDA, es decir si los usuarios desean encontrar un artículo estos podrán hacer uso del buscador; y en el caso de no existir al artículo que buscaban, tienen la libertad de crear uno.

6.3.1.1.4 Herramientas



Herramientas

- Lo que enlaza aquí
- Cambios en enlazadas
- Subir archivo
- Páginas especiales
- Versión para imprimir
- Enlace permanente

En esta parte, los usuarios podrán hacer uso de las siguientes herramientas:

6.3.1.1.4.1 **Lo que enlaza:** Son páginas o artículos que contengan alguna relación con el artículo leído; Por ejemplo si alguien lee un artículo sobre el hornado, puede hacer clic en “*Lo que enlaza*” y podrá ver una lista de las páginas que contengan la palabra hornado dentro de sus artículos.

6.3.1.1.4.2 **Cambios en enlazadas:** Esta página enumera los últimos cambios en las páginas enlazadas

6.3.1.1.4.3 **Subir Archivo:** Solo los miembros del portal están autorizados a subir archivos, ya sean documentos de texto, imágenes, video y audio.

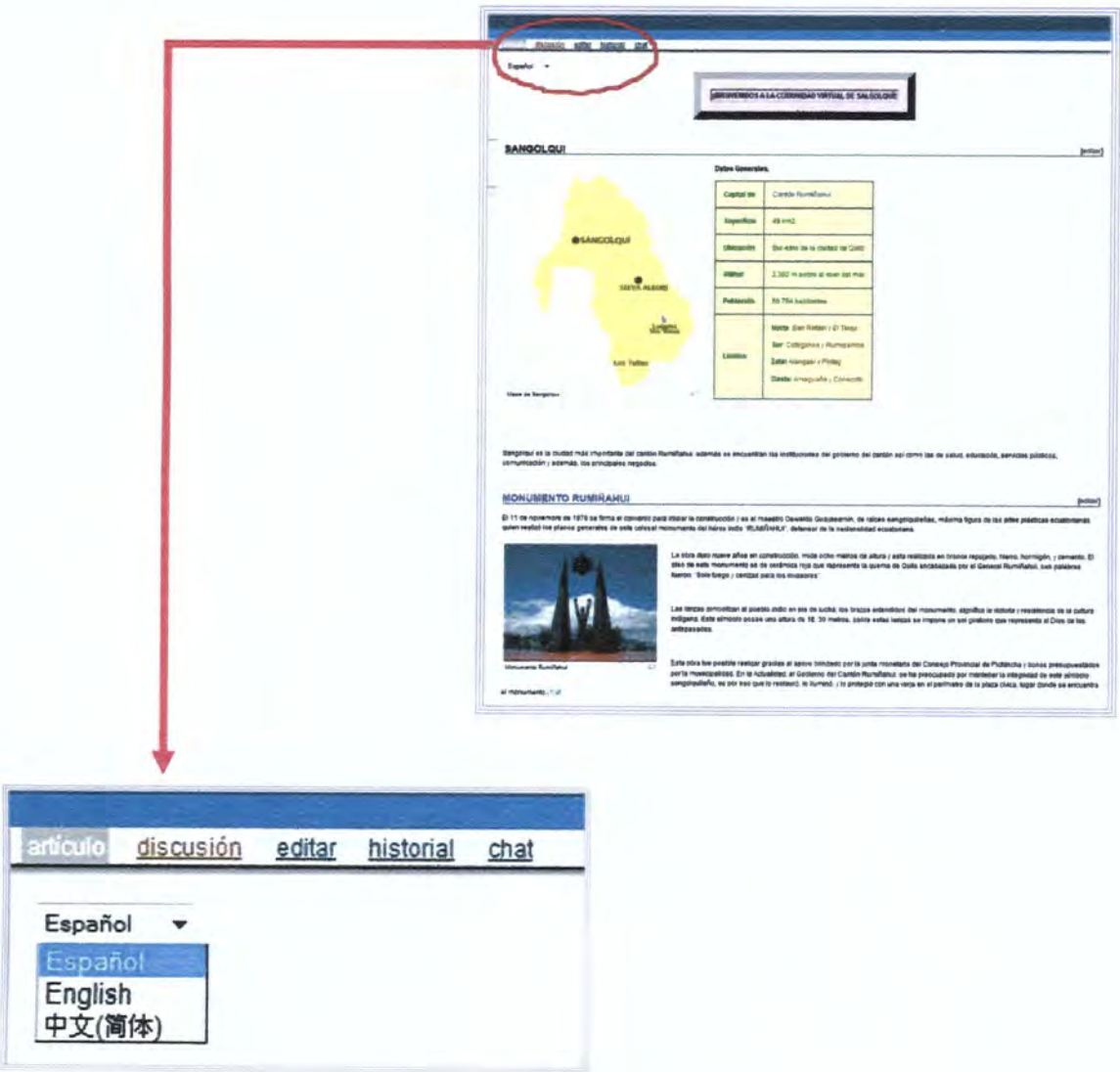
6.3.1.1.4.4 **Páginas Especiales:** Es una lista de las páginas que han tenido la menor o mayor edición, imágenes sin usar, páginas protegidas, artículos antiguos y demás componentes que forman al sitio web. En otras palabras es un tipo de índice del portal.

6.3.1.1.4.5 **Versión para Imprimir:** Con esta opción se puede imprimir el texto del artículo requerido

6.3.1.1.4.6 **Enlace Permanente:** Es la página principal de un artículo, la cual da origen a las ediciones realizadas por los usuarios.

6.3.1.2 Segunda Parte

Es la sección donde se publican los artículos escritos por los usuarios. Además se encuentran las herramientas de discusión, edición, historial, chat y la opción para cambiar el idioma de la interfaz.



La barra que se encuentra arriba del artículo tiene las siguientes opciones:

- 6.3.1.2.1 **Artículo:** Es el texto que los usuarios leen.
- 6.3.1.2.2 **Discusión:** Esta página es para proponer y debatir sobre mejoras del artículo publicado.

6.3.1.2.3 Editar: Con esta opción los miembros podrán editar libremente el artículo.

6.3.1.2.4 Historial: Indica una lista de los cambios que ha tenido el artículo leído.

6.3.1.2.5 Chat: En este espacio los usuarios podrán charlar con las personas que se encuentren presentes en el chat del sitio.

6.3.1.3 Tercera Parte



En esta sección tanto miembros como visitantes del portal podrán dejar algún comentario sobre el artículo que han leído si lo desean.

6.4 Programación

El desarrollo del portal se basará en la *Web 2.0*; en otras palabras, en el mecanismo de relación y comunicación entre las personas utilizando las redes sociales consiguiendo la interacción del usuario con la red; es decir el usuario es el generador de información.

Antes de la aparición del *Web 2.0*, existió su predecesora, la *Web 1.0* el cual se caracterizaba por generar información con la intervención de un solo individuo, solo el creador de la página tenía la autorización de actualizar la información y no existía interacción con los usuarios.

El siguiente gráfico indica la diferencia entre *Web 1.0* y *Web 2.0* para una mejor comprensión.

Gráfico de la Diferencia entre Web 1.0 y Web 2.0

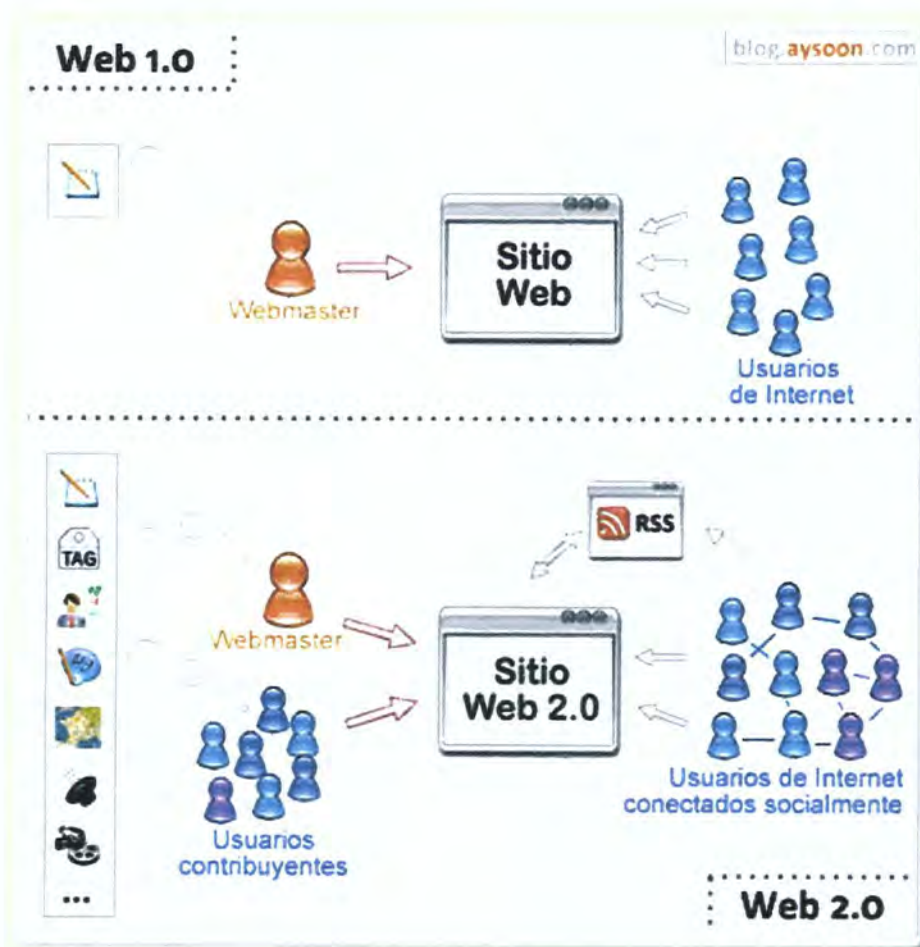


Ilustración publicada por [Aysoon](http://blog.aysoon.com)¹⁸ sobre las diferencias entre la Web 1.0 y la Web 2.0

El primer gráfico indica que el *webmaster* (persona que diseña y actualiza un sitio web) es el que tiene la idea y publica la información en el sitio web el cual es visto por los usuarios de internet.

El segundo gráfico en cambio señala que la información, etiquetas, contactos, comentarios, mapas, audio y video son generados tanto por el webmaster como por los usuarios contribuyentes el cual es subido al sitio web donde los usuarios de internet

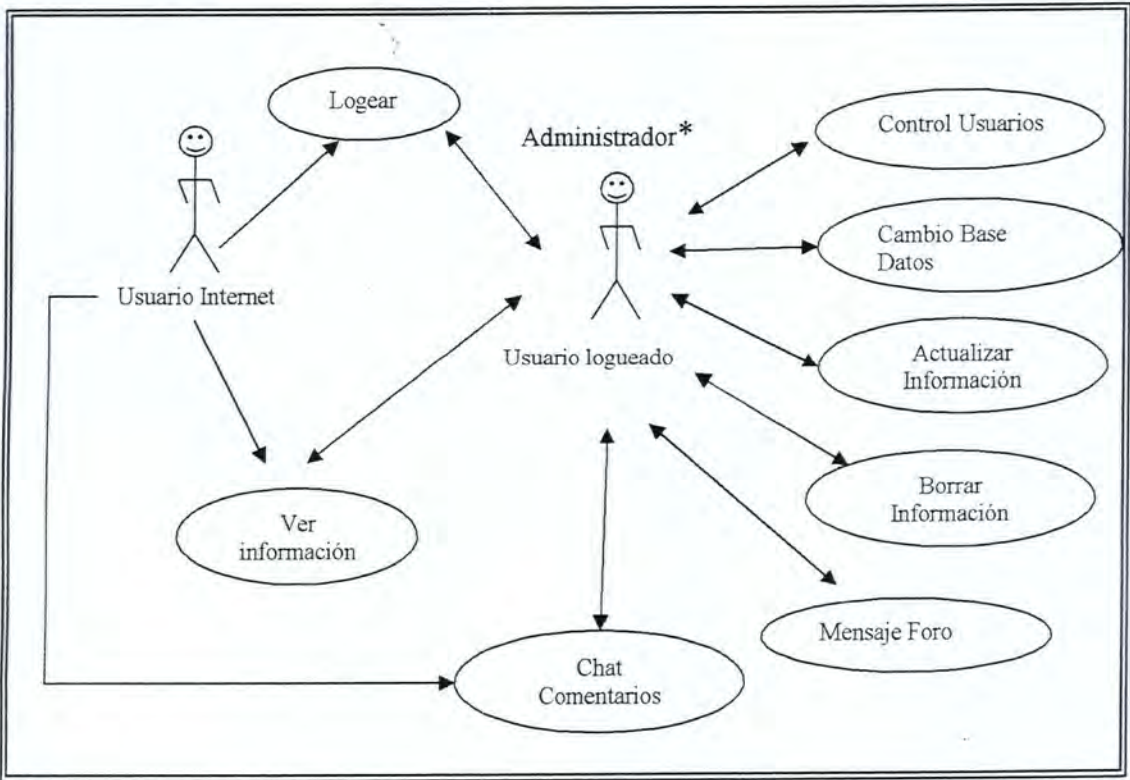
¹⁸ <http://blog.aysoon.com>

comunes pueden ver la información publicada y también ofrecer información mediante comentarios o *post*.

Se puede distinguir claramente que la web 2.0 requiere de la participación de todos los internautas interesados en el sitio web, manteniendo de esta forma al portal actualizándose constantemente.

Puesto que el portal plateado en el presente trabajo tiene un formato dinámico éste se creará con *PHP*; lenguaje de programación *multiplataforma* que fue diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas; el cual facilitará el acceso a los usuarios de cualquier *sistema operativo*.

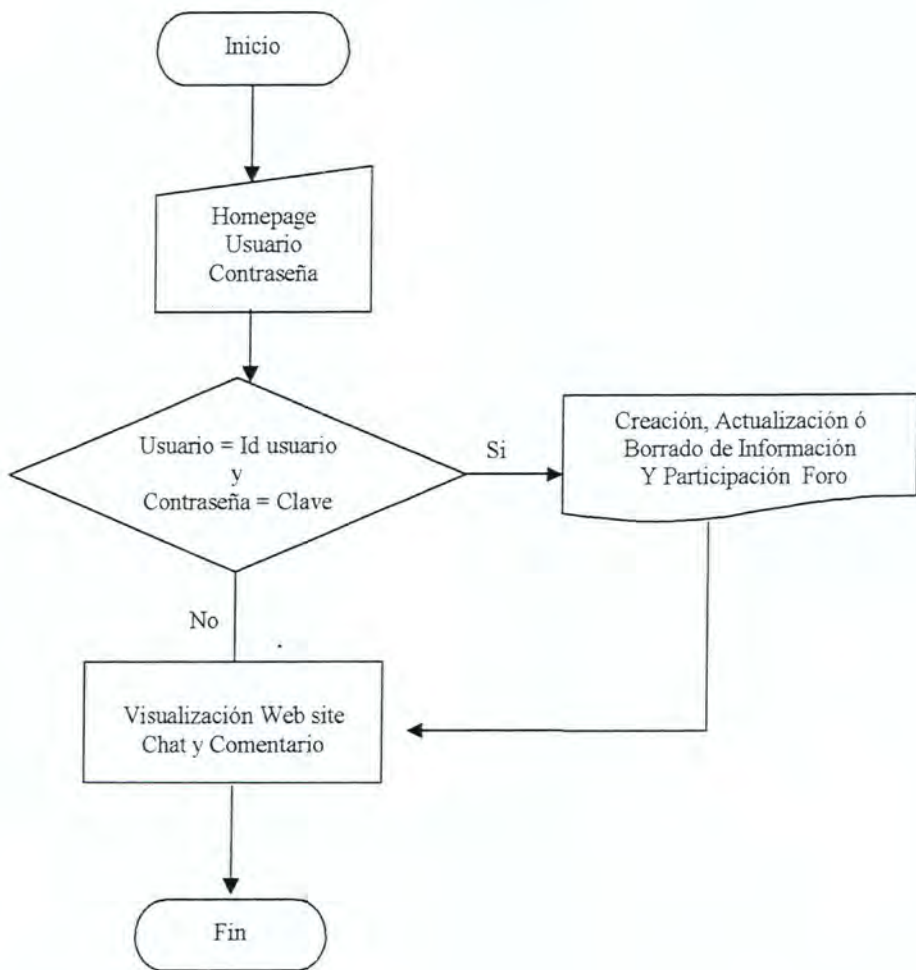
La programación del portal puede cambiar según las preferencias de la organización o individuo que desee llevar a cabo el desarrollo de la página web. Lo importante es cumplir con el formato que permita editar o crear artículos a los internautas. Una básica descripción grafica del sitio sería la siguiente:



*El usuario logueado puede ser Administrador siempre y cuando el webmaster le haya otorgado dicho cargo.

El gráfico anterior indica que tanto el usuario de internet como el usuario logueado o suscrito tienen acceso a la información del portal, chatear y dejar comentarios pero solo los miembros suscritos tienen la autorización de editar, borrar y dejar mensajes en el foro; mientras que el administrador tiene acceso a todas las opciones antes mencionadas más el control de usuario y al cambio de base de datos.

El análisis del proceso de datos será el presentado en el siguiente diagrama de flujo:



En el primer cuadro está el inicio que indica la dirección del portal, una vez escrita la dirección se visualizará la pagina principal donde se encontrará las opciones de registrarse escribiendo en los espacios correspondientes el nombre de usuario y contraseña, si el usuario y la contraseña son correctos entonces el usuario logueado

puede crear, actualizar o borrar la información, participar en el foro, visualizar el portal, chatear, comentar y dar por terminada su sesión; pero si el usuario o contraseña son incorrectos el usuario “visitante” solo podrá visualizar el portal, chatear, comentar y dar por terminada su sesión.

Lo descrito anteriormente es el formato de funcionamiento del portal, el cual puede variar según las preferencias del *webmaster* que desee optar por este proyecto.

6.5 Publicación

Al ser una página web, su publicación será por medio del internet, cuyo acceso es posible mediante el uso de *navegadores*. Para poder entrar al sitio se requerirá escribir la dirección del portal que haya sido establecido por el individuo u organización que desee llevar a cabo el proyecto.

6.6 Mantenimiento

Como ya se había mencionado anteriormente, el mantenimiento del sitio web dependerá del manejo de la persona u organización que desee crear el portal, se recomienda hacer un mantenimiento periódico para mantenerla libre de información innecesaria y poco viable.

Si fuera el caso de no disponer de personal ó tiempo se lo podría hacer semestralmente, lo primordial para el éxito de una página web es mantenerla actualizada si se quiere que los visitantes vuelvan de vez en cuando a ella. Obviamente el proyecto presente se actualizará cada vez que los usuarios creen o modifiquen un artículo, en cuanto a la presentación y programación de la página; es decir, el fondo, tipo de letra y fuente, colores, logos, etc.; estarán a cargo del personal de mantenimiento.

Conclusiones

- La página basada en la Web 2.0 donde los mismos usuarios son contribuyentes de la información publicada es sin lugar a dudas una de las mejores alternativas para conseguir la participación de la comunidad local, especialmente de los jóvenes.
- La participación de los internautas para incrementar la información del portal ayudará no solo a los residentes de Sangolquí, sino también a los visitantes del sitio a obtener mayor información turística, histórica, gastronómica y más sobre el lugar, llegando a “descubrir” cosas que muchos de nosotros ignorábamos.
- El formato de participación de los usuarios ayuda que la página web se mantenga actualizada sin necesidad de ser supervisada constantemente por el webmaster o personal de mantenimiento; dicha característica mantiene el tráfico del sitio alto y con ello su popularidad.
- Los visitantes del portal no solo tendrán la oportunidad de expandir sus conocimientos, sino también contactarse con gente local y extranjera a través de éste.
- Por medio del sitio web se puede dar a conocer parte de la cultura y atractivos de la ciudad de Sangolquí y alrededores a aquellas personas que no tengan la posibilidad de viajar al Ecuador, a su vez mantener actualizados a los migrantes ecuatorianos en el exterior.

Recomendaciones

- Debido a la interactividad que ofrece la Web 2.0 a comparación de la Web 1.0 es necesario realizar la pagina web con la misma, caso contrario no tendría popularidad alguna, en especial con los jóvenes.
- Para tener gran cantidad de información turística viable será indispensable para los responsables colaborar con la página en caso de que no haya personas que suban información.
- Al principio no va a ser fácil tener una página web popular, esto siempre toma un poco de tiempo; sin embargo difundir propaganda hacia los jóvenes ayudará mucho en el incremento del tráfico.
- Mantener un foro y chat bien organizados incrementa el interés de los usuarios nacionales e internacionales de ser el caso.
- Ser la fuente de información para los ecuatorianos en el exterior también es un punto clave para la popularidad del portal y a lo mejor financiera, en caso de tener una opción de donación para el mantenimiento del sitio.
- El contenido del portal puede variar según sean las preferencias del creador del mismo, pero se sugiere que evite el apareamiento de pop-ups (publicidad en ventanas) para evitar distraer a los visitantes; incluso los pop-ups hacen que un sitio web reduzca su tránsito ya que a la mayoría de los internautas les molesta y a causa de estos, evitan visitar dicho website.

BIBLIOGRAFIA

- ARTIEDA V. (2003): Tierra Y Maíz Para Las Fiestas. Revista Rumiñahui. (03), Sangolquí, editorial Markas, Págs.. 41-43.
- CORRAL B. (2003): Semblanza Y Recuerdo Del Chagra. Revista Rumiñahui. (01), Sangolquí, editorial Markas, Págs. 29-31
- HINOJOSA, A (2002): Sangolquí: Historia, Tradiciones, Anécdotas Y Leyendas. Sangolquí, editorial. Abya-Yala
- STANTON, ETZEL y WALKER (2002); Fundamentos de Marketing, México, editorial Mc Graw Hill 11ma. Edición Pág. 11
- WANG Y, YU Q, FESENMAIER D. Journals
(Revistas) PC Magazine
- Howard Rheingold; *The Virtual Community (libro virtual)*.
<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>
- Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui; Mapa Turístico Cantón Rumiñahui
<http://www.ruminahui.gov.ec/index.asp>
- <http://www.ciberconta.unizar.es>
- <http://www.elsevier.com>
- <http://www.isoc.org/>
- <http://www.nic.ec>
- www.Alexa.com

www.Cuencanos.com

www.HI5.com

www.php.net

www.voltairenet.org/article155164.html

www.Wikipedia.org

www.Youtube.com

Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL)

Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador (SUPTEL)

GLOSARIO

Alexa.- Compañía de información web, creada en 1996, de propiedad de Amazon.com; Alexa provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web dado.

Archivos Multimedia. Información digitalizada que combina textos, imágenes, sonidos, videos y animaciones.

Bajarse. *Coloquial.* Descargar (archivo o archivos) de la Internet.

Banda Ancha. Se trata de un tipo de red, fabricada mediante fibra óptica, que permite una mayor velocidad en la transmisión de datos, audio y vídeo.

Base de Datos. Conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso, la base de datos permite incluir información nueva o modificar la existente, eliminando toda posibilidad de redundancia e inconsistencias, además de que posibilita compartir la información y mejorar los controles sobre la misma

BBS (Bulletin Board Systems). Traducido, en ocasiones, como tablero electrónico. Es un sistema informático que ofrece una serie de servicios a sus usuarios: mensajería electrónica, ficheros, teleconferencias, información, etc.

Bedel.- Persona que cuida del orden de los establecimientos de enseñanza y otros centros oficiales, además de realizar tareas auxiliares.

Blog.- Sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente; en si es una especie de diario virtual, con la diferencia de que las personas que visitan el blog pueden dejar comentarios sobre el tema deseado que el autor o autores del sitio web han publicado.

Blogger.- Persona o grupo de personas que mantiene un blog.

Branding (Poder de Marca). Anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de creación de valor de marca mediante la administración estratégica

Cacicazgo.- Institución o manera permanente de cómo los Incas gobernaban las comunidades

Capital Relacional.- Son los miembros de la comunidad.

Cascada: Término usado para describir el despliegue de opciones de un menú hacia abajo en forma de lista.



Chat. Conversación electrónica en tiempo real a través del Internet. Puede establecerse entre 2 o más usuarios.

Chert.- Variedad del cuarzo que se caracteriza por su color blanquecino y microestratificación, no presenta translucidez macroscópica, tiene dureza siete en la escala de Mohs y sirve como materia prima en la industria de la piedra tallada

Ciberspacio. Conjunto o realidad virtual donde se agrupan usuarios, páginas web, chats, y demás servicios de Internet y otras redes. El término fue utilizado por primera vez por William Gibson, escritor norteamericano en su novela de ciencia ficción "Neuromante" publicada en 1984.

Comunidad Virtual. Red social creada por personas que comparten los mismos o similares intereses; donde pueden interactuar entre sí independientemente del contacto físico, lugar, hora, nacionalidad o religión; y cuya comunicación es facilitada por medio de computadoras

Conexiones Telemáticas. De Telecomunicaciones e Informática. Se refiere a las comunicaciones por ordenador.

Curacas.- Voz quechua que significa el primero o el mayor entre todos los de su agrupación. Originariamente debió ser el más anciano y más sabio, y gobernar de manera paternalista; pero como su autoridad la heredaba aquel de sus hijos que denotaba especial capacidad, es obvio que el criterio de la edad no fue siempre seguido.

Dirección IP.- Es un número que identifica de manera lógica y jerárquica a una interfaz de una computadora dentro de una red que utilice el protocolo IP.

E-Commerce (Comercio Electrónico).- Conjunto de transacciones comerciales que se realizan por medio de una red como Internet. Los pagos para esas transacciones pueden realizarse con tarjetas de créditos, cheques online, servicios de pagos, etc.

E-mail.- ó correo electrónico. Aplicación mediante la cual un ordenador puede intercambiar mensajes con otros usuarios de ordenadores (o grupos de usuarios) a través de la red. Dícese también de los mensajes enviados a través del Internet

Facebook.- Sitio web de redes sociales abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Foros. Área de una BBS o servicio telemático que versa sobre un tema. Se dejan mensajes públicos, que lee toda persona que se baja la conferencia.

Google Earth.- Es un navegador geográfico, una potente herramienta para ver, crear y compartir archivos interactivos con información específica por ubicaciones altamente visual

Google.- Marca registrada sobre los productos y servicios más importantes que están bajo su mismo nombre, el principal producto es el buscador, en cuanto a servicios de

redes sociales se refiere, este ofrece google talk, google groups, blogger incluso es dueño de la pagina web You Tube.

Gramíneas.- Se dice de las plantas angiospermas monocotiledóneas que tienen tallos cilíndricos, comúnmente huecos, interrumpidos de trecho en trecho por nudos llenos, hojas alternas que nacen de estos nudos y abrazan el tallo, flores muy sencillas, dispuestas en espigas o en panojas, y grano seco cubierto por las escamas de la flor; por ejemplo: El trigo, el arroz y el bambú

Hi5.- Comunidad virtual o red social muy conocida a nivel latinoamericano; es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual.

Hornacina.- Hueco en forma de arco, que se suele dejar en el grueso de la pared maestra de las fábricas, para colocar en él una estatua o un jarrón, y a veces en los muros de los templos, para poner un altar

IANA.- Son las siglas en inglés de la “Internet Assigned Numbers Authority”. es la Agencia de Asignación de Números de Internet. Era el antiguo registro central de los protocolos Internet, como puertos, números de protocolo y empresa, opciones y códigos. Fue sustituido en 1998 por ICANN.

ICANN.- Son las siglas en inglés de la “Internet Corporation of Assigned Numbers and Names”. (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers - Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números). Organización sin fines de lucro creada el 18 de septiembre de 1998 para encargarse de algunas tareas que realizaba la IANA. Es manejada por el Departamento de Comercio de EE.UU., no permitiendo a ningún organismo o empresa manejar dichas tareas.Éstas tareas incluyen la gestión de la asignación de nombres de dominios de primer nivel y direcciones IP.

Interlingua.- Es una lengua desarrollada por lingüistas profesionales con el objetivo de ser utilizada como lengua auxiliar en las comunicaciones internacionales. Fue creada en 1951; fue tomado de lenguas romances, germánicas y eslavas.

Internautas.- Término para describir a los usuarios habituales de internet.

IRC. Internet Relay Chat. Canal de Chat de Internet. Sistema para transmisión de texto multiusuario a través de un servidor IRC. Usado normalmente para conversar on-line también sirve para transmitir ficheros

Juegos de Rol. Juego interpretativo-narrativo en el cual los jugadores asumen "el rol" de los personajes a lo largo de una historia o trama, para lo cual interpretan sus diálogos y describen sus acciones. No hay un guión a seguir, ya que el desarrollo de la historia queda por completo sujeto a las decisiones y acciones de los jugadores. Destaca el hecho de que la imaginación, la narrativa, la originalidad y el ingenio son primordiales para el adecuado desarrollo de este juego dramático.

Jugar Online. Acción de jugar mediante a una computadora que está contactada al sistema, está operativa, está encendida o accede a internet.

Lista De Correos. Uso especial del correo electrónico que permite la distribución masiva de información entre múltiples usuarios de Internet de forma simultánea.

Microsoft.- Empresa multinacional estadounidense dedicada al sector de la informática. Esta desarrolla, fabrica, licencia y produce software para equipos electrónicos. Siendo sus productos más usados el Sistema operativo Windows, Microsoft Office, la red de televisión por cable MSNBC, el portal de Internet MSN, la enciclopedia multimedia Encarta, las consolas de video juegos Xbox y Xbox 360, Zune (reproductor de música digital) y WebTV.

Mindalas.- Comerciantes, que cruzaron la América Precolombina, adquiriendo y exportando materias primas y productos exóticos y suntuarios

Mitmas.- Político-militares los cuales no tuvieron más ocupación que servir de espías y guarnición armada, listas para sacudir cualquier rebelión o protesta.

MMORPG. (Massive multiplayer online role-playing game). Es un género de videojuego de rol (RPG) en donde participan un gran número de jugadores interactuando entre sí en un mundo virtual.

Moderadores. Persona, o pequeño grupo de personas, que se dedica a moderar listas de correo, grupos de noticias (newsgroups), foros, chats, etc.; y son responsables de decidir qué mensajes pueden incluirse en estos.

MSN Messenger. Programa de mensajería instantánea para la comunicación por texto, voz y video entre personas.

MSN.- Abreviación de *Microsoft Network*, es una colección de servicios de internet proporcionado por Microsoft. El rango de servicios proporcionados son el correo electrónico Windows Live Hotmail, servicio de mensajería instantánea Windows Live Messenger, buscador y un servicio para la creación de Blogs.

MUD. (Multiple User Dimension, Multiple User Dungeon, Multiple User Dialogue o Dimensión Multi Usuario). Sistemas de juegos para múltiples usuarios de Internet

Multiplataforma: Término usado para referirse a los programas, sistemas operativos, lenguajes de programación, u otra clase de software, que puedan funcionar en diversas plataformas. Por ejemplo, una aplicación multiplataforma podría ejecutarse en Windows en un en GNU/Linux y en Mac OS X.

Navegador. Aplicación que sirve para acceder a la WWW (todas las páginas web) y "navegar" por ella a través de los enlaces. Generalmente estos programas no sólo traen la utilidad de navegar por la WWW, sino que pueden también administrar correo, grupos de noticias, ingresar al servicio de FTP, etc.

Actualmente los navegadores más populares son Internet Explorer y Mozilla Firefox.

News Groups. Es uno de los servicios de Internet, mediante el cual varias personas se conectan para discutir e intercambiar información sobre temas concretos de interés común

Nombre De Dominio.- Un nombre de dominio es un nombre alfanumérico único usado para identificar una computadora determinada (por ejemplo, un servidor Web o servidor de correo) en Internet. Los nombres de dominio permiten a los usuarios de Internet escribir un nombre, como `miempresa.com.ec`, para identificar una dirección numérica de protocolo de internet como `157.104.39.204`. El propósito de los dominios es permitir a los usuarios conectados a Internet encontrar sitios Web y enviar correo electrónico a direcciones con nombres familiares, como "`miempresa.com.ec`" o "`mimarca.com.ec`", sin tener que memorizar las direcciones numéricas que en realidad son las que localizan las computadoras o servidores en Internet.

Obsidiana. Vidrio volcánico que se forma naturalmente al enfriarse rápidamente la lava, impidiendo que esta se cristalice, de fractura rápida, de estructura amorfa o criptocristalina, que en arqueología da nombre a una de las industrias de la piedra tallada.

Outlook. Programa de Microsoft que sirve para la visualización y envío de correos electrónicos.

Pagina web.- Fuente de información adaptada para la World Wide Web (WWW) y accesible mediante un navegador de Internet. Ejemplo: <http://www.myspace.com>

Paypal.- Es una empresa perteneciente al sector del comercio electrónico por Internet que permite la transferencia de dinero entre usuarios que tengan correo electrónico, también procesa peticiones de pago en comercio electrónico y otros servicios webs, por los que cobra un porcentaje. La mayor parte de su clientela proviene eBay.

Peer to Peer. (P2P). Comunicación bilateral exclusiva entre dos o más personas a través de Internet para el intercambio de información en general y de ficheros en particular. Napster es un ejemplo de aplicación con este fin.

PHP: Es un lenguaje de programación interpretado y multiplataforma, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Es un lenguaje interpretado

de propósito general ampliamente usado y que está diseñado especialmente para desarrollo web y puede ser embebido dentro de código HTML.

Plataforma Tecnológica.- Programas y herramientas que se usan para el funcionamiento de la comunidad.

Portal de Contenidos. Término usado para indicar que una página web tiene gran cantidad de información, ya sea documentos, imagen, animación, sonido, video, etc. que pueden ser transmitidos y ejecutados, a través de un navegador, en la web.

Post.- Palabra en inglés, significa publicar. Véase también *postear*

Postear. Palabra hispano-inglesa que indica la acción de publicar un tema en una comunidad virtual.

Pregón.- Promulgación o publicación que en voz alta se hace en los sitios públicos de algo que conviene que todos sepan

Presbítero.- Clérigo ordenado de misa

Radio Transmisor. Dispositivo electrónico que con la ayuda de una antena irradia ondas electromagnéticas que contienen, o son susceptibles de contener, información, tal como las señales de radiodifusión, televisión, telefonía móvil o cualquier otro tipo de telecomunicación.

RAGNAROK. Juego de rol multijugador masivo online coreano. Este juego coreano es de pago, y consiste en crear un personaje que tiene que desarrollarse (subiendo de nivel) al pasar tiempo junto a otros usuarios, en un gigantesco mundo virtual.

Redes Sociales. Véase *Comunidad Virtual*.

Revista Transport. Revista dedicada al profesional de viajes del Ecuador consolidándose como una guía técnica de transporte y turismo del país y una

herramienta de trabajo indispensable para agentes de viajes, operadores, mayoristas, hoteleros y viajeros frecuentes

Rheingold, Howard. Nacido el 7 de Julio de 1947, es un escritor y crítico, especializado en los temas culturales, sociales y políticos envueltos en la comunicación basada por Internet, telefonía celular y por las comunidades virtuales; a quien se le atribuye la creación de dicho término.

Sendero Ecológico Chorrera del Pita.- Lugar turístico en las cercanías de la ciudad de Sangolquí, donde se realiza caminatas, pesca deportiva y camping.

Servidor. Sistema que proporciona recursos (por ejemplo, servidores de ficheros, servidores de nombres). En Internet, este término se utiliza a menudo para designar los sistemas que proporcionan información a los usuarios de la red.

Sistemas de Gobierno. Término usado para indicar qué clase de política y reglas que manejará cada comunidad virtual.

Software. Programas o elementos lógicos que hacen funcionar un ordenador o una red, o que se ejecutan en ellos; es decir, son los programas de la computadora.

Spam. Envío masivo, indiscriminado y no solicitado de publicidad a través de correo electrónico

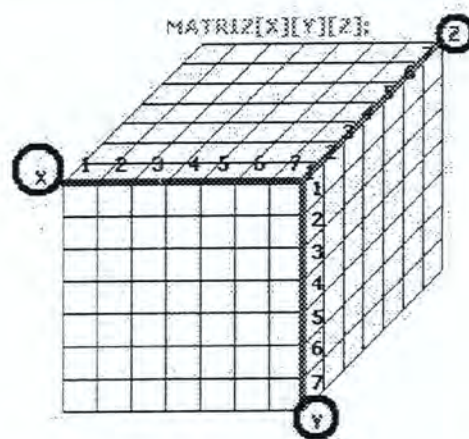
Tablones De Anuncios Computarizados. (*véase BBS*)

Taxonomía.- Ciencia que se ocupa de los principios, métodos y fines de la clasificación.

Técnica de Naif.- Corriente estética que utiliza lo fresco y espontáneo en sus obras, mucho colorido y escasa técnica. Es un arte libre de convenciones, que se mantiene incontaminado, próximo a sus orígenes de inocencia creativa y al margen del circuito artístico social. Su estimación como arte se produce a partir del rechazo a los academicismos, por lo que los vanguardistas rescataron lo naif desde la indiferencia en

que se encontraba, para instaurarla como otra vertiente valedera. Pero es precisamente debido su creciente valoración, que lo naïf es cada vez más un estilo adoptado conscientemente, que un arte espontáneo.

Tercera Dimensión (3D).- Que tiene 3 dimensiones ancho, alto y profundo, gráficamente se lo representa con las letras "X" "Y" y "Z" respectivamente. Ejemplo



Trasunto.- Copia escrita de un original. || Imitación exacta, imagen o representación de algo.

Video Conferencias.- Es la comunicación simultánea bidireccional de audio y video, permitiendo mantener reuniones o conversaciones con una persona o grupos de personas situadas en lugares alejados entre sí.

Web. Conjunto de recursos que pueden ser accedidos por los programas clientes llamados navegadores o browsers. Se caracteriza por la amigabilidad, facilidad de uso y espectacularidad de su presentación hipertexto.

Web 1.0: Es el acceso a la era informática a través del primer cliente Web (WWW) el cual ofrecía páginas estáticas difícilmente actualizable y con nula interacción del usuario en las mismas. Ejemplo mp3.com o Británica Online.

Web 2.0: Se refiere a tres cosas: 1- Nuevos mecanismos de relación y comunicación entre las personas utilizando las tecnologías de las redes sociales; 2- La utilización de los estándares web para la creación de servicios distribuidos por internet; 3- La mejora

en las interfaces de las páginas web. De esta forma se consigue la interacción del usuario con la red, pudiendo incluso incluir su propia información. Ejemplos de la web 2.0 son Google, Flickr, BitTorrent, Wikipedia o los propios blogs.

Webmaster: Es quien está a cargo de un sitio web, es decir, la persona que diseña y actualiza un sitio web.

WELL (Whole Earth 'Lectronic Link). Una de las comunidades virtuales más antiguas fundada en 1985. The WELL trata de temas artísticos, negocios, tecnología, salud, religión, juegos, etc.

Wiki.- Es un sitio web cuyas páginas web pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten.

Wikipedia. Enciclopedia online libre, donde cualquiera puede colaborar con la información empleando sólo el navegador web. Depende de la fundación sin fin de lucro Wikimedia Foundation.

World Of Warcraft. Juego de rol multijugador masivo online (MMORPG). En world of warcraft, miles de jugadores tendrán la oportunidad de aventurarse juntos en un mundo enorme, haciendo amigos, matando monstruos y participando en épicas búsquedas que pueden llevar días o incluso semanas completarlas.

World Wide Web (WWW). (telaraña o malla mundial). Medio de comunicación de texto, gráficos y otros objetos multimedia a través de Internet. Creada en 1989 en un instituto de investigación de Suiza por Tim Berners-Lee.

Yanacona.- Palabra cuyo significado en español es servidumbre. Por extensión en el Imperio Inca se refería a los pueblos que efectuaban compromisos de servidumbre: era el nombre que recibían los esclavos de los Incas. Tenían a su cargo el cuidado del ganado de los nobles, la pesca, y estaban dedicados a otros trabajos, como la alfarería y la construcción, además del servicio doméstico de la clase alta.

ANEXOS

ANEXO 1

FORO DE DISCUSIÓN

Foro para aprender sobre la cultura Coreana y su idioma



[register](#) [log in](#)

The time now is Wed Nov 05, 2008 6:12 pm

[View unanswered posts](#)

Forum	Topics	Posts	Last Post
<u>First things first...</u>			
 <u>The Rules - All members must read</u> Follow the rules or you will be banned without mercy or appeal.	4	4	Sat Dec 09, 2006 1:18 pm ryan ➡
 <u>Register Here!</u> This is where you register to become a member of our forums.	1	1	Tue Aug 14, 2007 5:29 am ryan ➡
 <u>Announcements</u> Special announcements about the Forum and the website. Moderator Moderators Group	27	95	Tue Dec 25, 2007 7:11 am davcaruth ➡
<u>Korean Language</u>			
 <u>Translation</u> Request translations here, or practice your Korean by translating for other users. Moderator Moderators Group	3955	18508	Tue Nov 04, 2008 9:55 am trauma2020 ➡
 <u>Korean Practice</u> Practice your Korean with everyone from beginners to experts. Reading, Writing, Vocabulary. Anything to help you learn more. Moderator Moderators Group	228	2173	Thu Oct 23, 2008 8:38 pm nhk9 ➡
 <u>Grammar</u> Questions and answers about Korean grammar. Moderator Moderators Group	711	4623	Sun Oct 26, 2008 2:09 am Australuke ➡
 <u>Resources for Learning Korean</u> Need info on dictionaries, books, learning courses and websites, or wish to suggest some? Moderator Moderators Group	165	925	Thu Oct 16, 2008 1:10 pm trauma2020 ➡
<u>Who is Online</u>			
 Our users have posted a total of 39228 articles We have 18478 registered users The newest registered user is			
 In total there are 4 users online :: 0 Registered, 0 Hidden and 4 Guests [Administrator] [Moderator] Most users ever online at once was 87 on Sun Feb 26, 2006 6:35 pm Registered Users online: None			

This data is based on users active over the past five minutes

log in

Username:
 Password:
 Log me on automatically each visit ☐
 log in

ANEXO 2

E-MAIL GROUPS

Grupo de correo electronico para los interesados en los dibujos animados japoneses.

[Previous](#) | [Next](#) | [Back to Messages](#) [Mark as Unread](#) | [Print](#)

[Delete](#) [Reply](#) [Forward](#) [Spam](#) [Move...](#)

RE: Rm: Hello Tuesday, May 16, 2006 10:15 AM

From: "/*I'm love*/" <@yahoo.es> 

To: @yahoogrupos.com.mx

guau otr mas que es malandro es bueno
ah sierto
Cereza es mia y de nadie mas

ivan <@hotmail.com> escribió:

holas!!
yo tambien soy malandro(me acabo de convertir) y te doy la bienvenida
ya no soy el nuevo haaaa... bueno pero tu hecha relajo xD

From: Kya <@yahoo.com.mx>
Reply-To: @yahoogrupos.com.mx
To: @yahoogrupos.com.mx
Subject: RE: Rm: Hello
Date: Fri, 12 May 2006 09:42:14 -0500 (CDT)

hola yo soy kiana, y tambien soy malandra de corazon, tanto que soy la niña diabolica por aqui jeje, soy de mexico y espero te sientas bien aqui!!

Marisol <@yahoo.es> escribió:

Hola!!! soy Mary de Chile!! y aki la he pasado super bien solo que cuidado con Ixy es que como que nos vigila estoy segura de que un dia la vi por aki en chile jajajaja es malandra y de las verdaderas jajaja

saludos
mary ex new
actual supervisora

Llama Gratis a cualquier PC del Mundo.
Llamadas a fijos y móviles desde 1 céntimo por minuto.
<http://es.voice.yahoo.com>

Enlaces de Yahoo! Grupos

- Para visitar tu grupo en Internet, ve a:
<http://mx.groups.yahoo.com/group/ranmaniacos/>
- Para cancelar tu suscripción a este grupo, envía un mensaje a:
ranmaniacos-unsubscribe@yahoogrupos.com.mx
- El uso de Yahoo! Grupos está sujeto a los [Términos del servicio de Yahoo!](#).

[Delete](#) [Reply](#) [Forward](#) [Spam](#) [Move...](#)

NEWS GROUPS

Boletín semanal de noticias de la revista Transport.




Telfs.: (593-2) 330-1564 / 330-3104

BOLETÍN

Informativo semanal de viajes y turismo desde Ecuador - 09 Octubre 2008 - Edición # 169



www.budget-ec.com

desde **1599** por día

TITULARES DE ESTA EDICION

Noticias de Ecuador

1. Expectativa de destinos frente al feriado por el 9 de Octubre
2. Ministra Verónica Sión señala que crisis internacional no afecta al turismo ecuatoriano
3. Ministerio y Cámaras trabajarán en conjunto por el turismo sostenible
4. Premiación a cuatro iniciativas enfocadas al turismo inclusivo y sostenible
5. Ecuador crece como destino sostenible
6. La BITE requiere un nuevo rumbo
7. El 27 y 28 de octubre habrá foro de expertos en comunicación y marketing turístico en Guayaquil
8. Quito: Parroquia Nono restaurada para atraer a turistas
9. Italia se abre a los ecuatorianos que viajaron para la canonización de Narcisca
10. Experto español recomienda a Quiport ser más agresivos en la promoción del aeropuerto de Tababela
11. Quito fue sede del IV Encuentro de la Unión Sudamericana de Guías de Montaña
12. Manejo sostenible de bosques es imprescindible para luchar contra el cambio climático, según experto guatemalteco
13. Tras haberse creado en Guayaquil, la Asociación de Periodistas Latinoamericanos de Turismo cumplirá su primera sesión en España el próximo año
14. El desarrollo turístico fronterizo es parte de la agenda del encuentro de empresarios de Loja y del norte de Perú
15. Argentina cobrará un visado a turistas de Ecuador y otros países
16. Acercamiento con el gobierno de Irán para impulsar el intercambio turístico
17. Alerta arqueológica en Atacames
18. Baños: Comerciantes rehabilitaron el complejo de aguas termales El Salado
19. Alertas técnicas en las alas suspendieron un vuelo Guayaquil-Quito
20. Informe señala que fallas humanas provocaron el accidente de Icaro
21. Murió la jirafa Chelito, principal atractivo del zoológico lojano
22. Locales y turistas contarán desde este mes con nueva vía entre Loja y Vilcabamba
23. Los Ríos festejó con actos sus 148 años de provincialización
24. Trabajos de mantenimiento en la pista del aeropuerto de Latacunga
25. Ibarra celebró su tradicional prueba hípica Cacería del Zorro
26. Festival cultural y turístico por el suicidio de los cuvívies en las lagunas de Ozogoché



viaamerica

www.viaamerica.com.ec

Quito: PBX: (593-2) 226-8672
Cuenca: Teléf. (593-7) 28419295

COMENTARIOS DE LOS LECTORES

Noticias mas comentadas

Turismo termal del Azuay se promociona en España (boletín 168)

AGENDA DE EVENTOS

Centreamérica Travel Market
10-12 Octubre
Managua, Nicaragua.
Encuentro técnico-profesional del turismo receptivo centroamericano con mayoristas de los principales mercados emisores

Skai World Congress
12-17 Octubre
Taipei, Taiwán.
89° Congreso Internacional Skai

Encotur
13-14 Octubre
Montevideo, Uruguay.
Encuentro de comercialización turística del Uruguay y la región, para profesionales y público

powered by **GRAPHIC MAIL** | suscribirse | darse de baja | reenviar | actualizar perfil

El envío de SPAM (correo no deseado) no publicitado NO está permitido a través de nuestra red. Si considera este mensaje como SPAM, le rogamos [comunicárselo aquí](#).

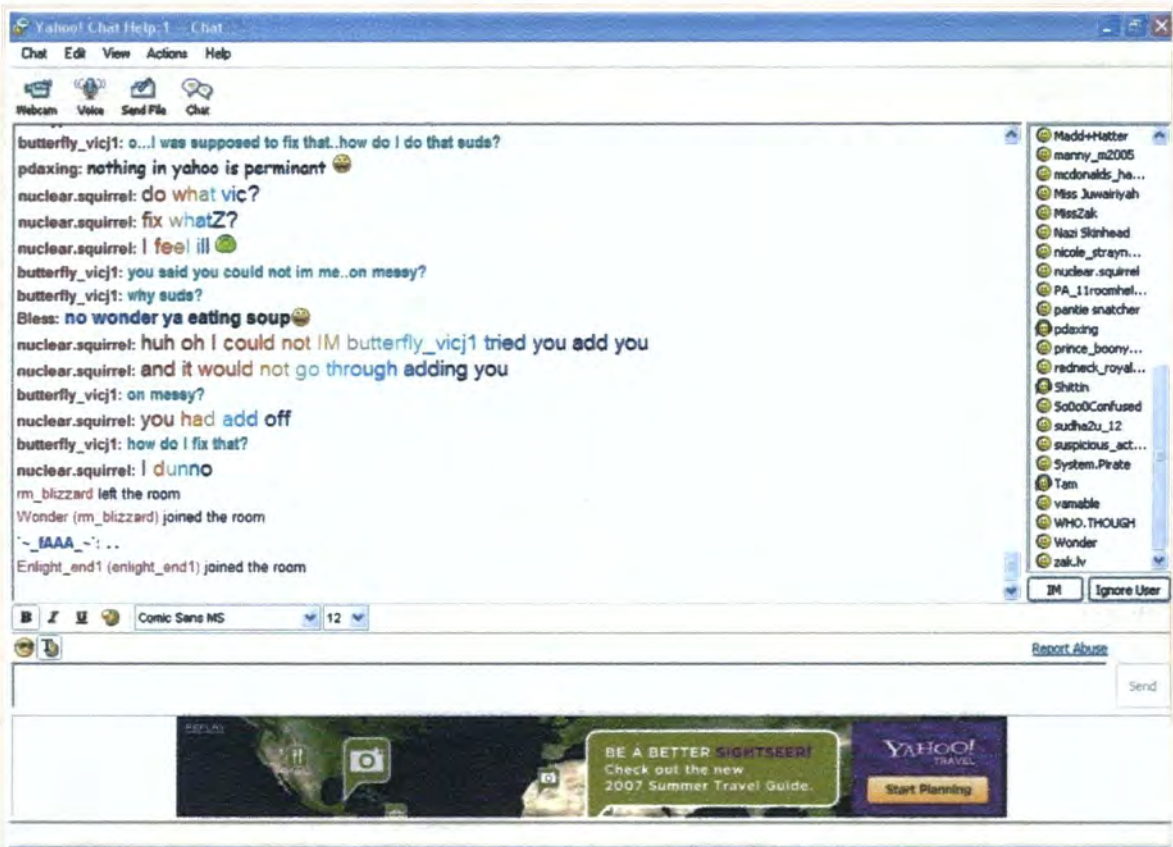
Este email ha sido enviado a resymemix@yahoo.com por camanaris@transport.com.ec | [Imprimir](#) | [versión PDF](#) | [Leer nuestra Política de privacidad](#)

Edición: 22 de octubre de 2008 | 22 de octubre de 2008 | Guayaquil, Ecuador

ANEXO 4

CHAT

Chatroom del canal de ayuda técnica de Yahoo!



ANEXO 5

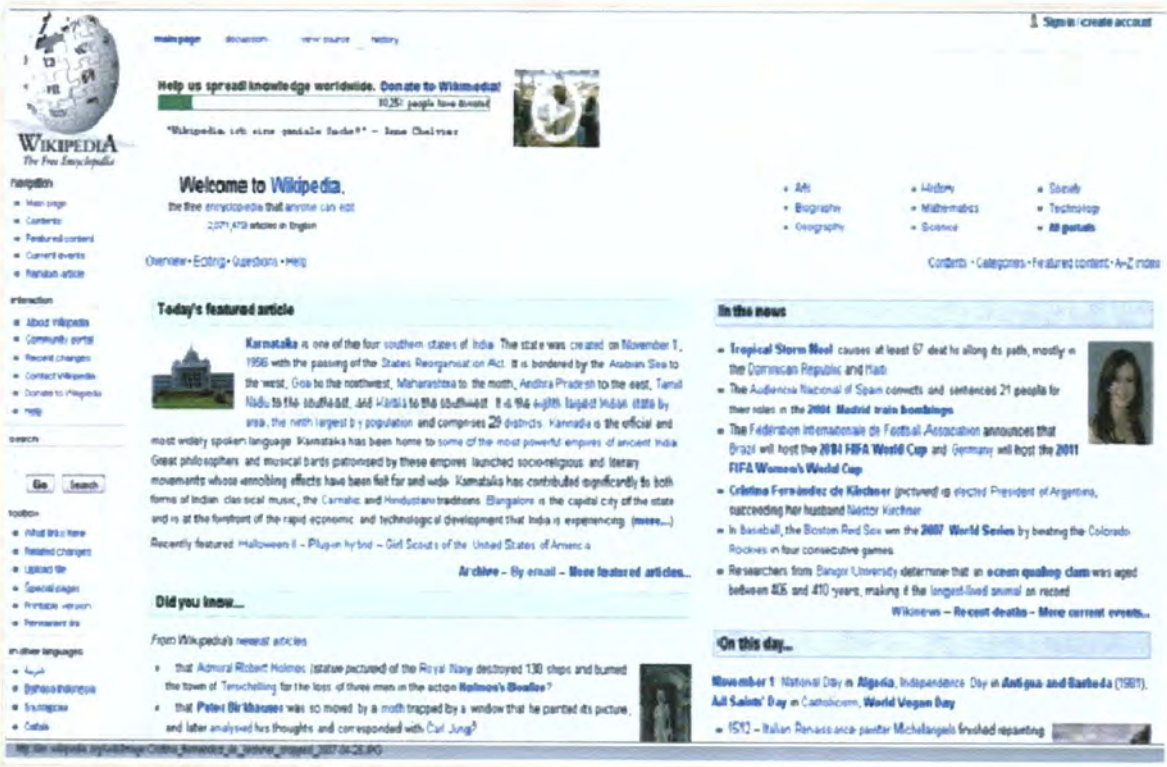
MUD / MMORPG

World Of Warcraft, un juego de rol multijugador masivo online muy popular



GESTOR DE CONTENIDO

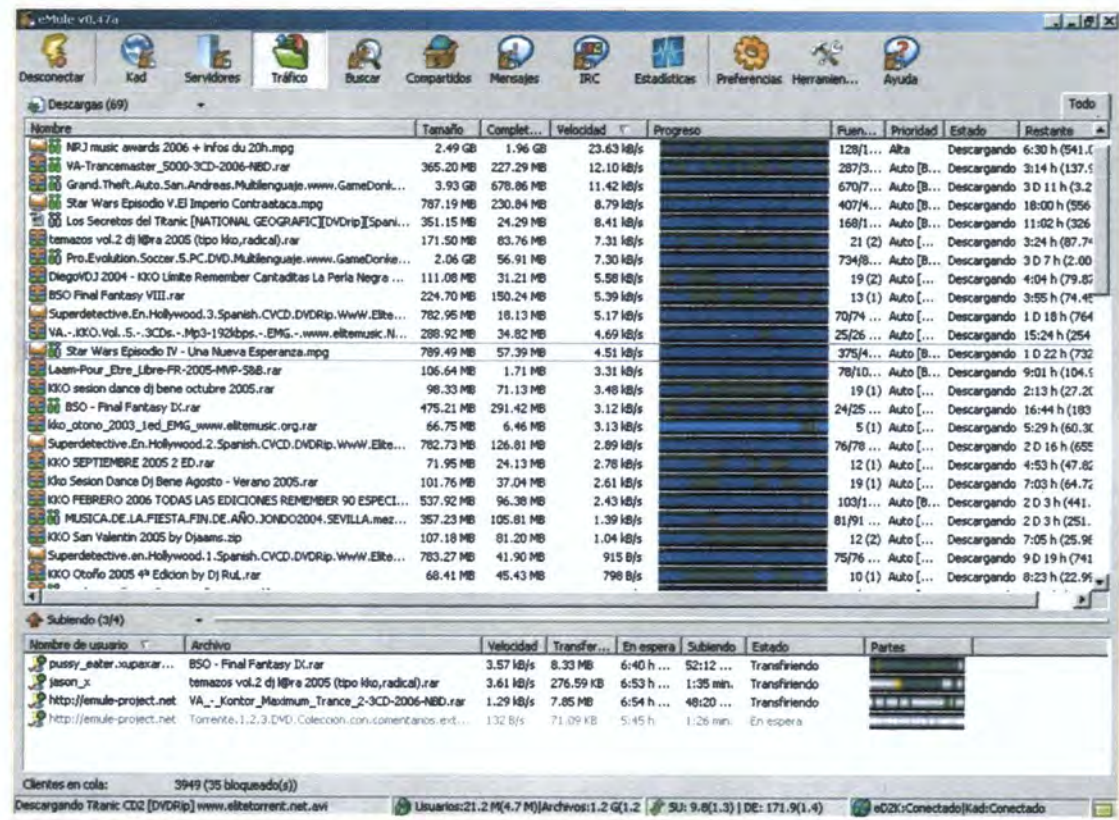
Wikipedia la mejor enciclopedia electrónica en la actualidad.



ANEXO 7

Sistema peer to peer

Emule uno de los programas más usados para compartir archivos con otros usuarios.



ANEXO 8

BBS - BULLETIN BOARD SYSTEM

Sistema de Tablón de Anuncios

Sistema de tablón de anuncios, usado para comunicarse con los usuarios en la red.



ANEXO 9

HACIENDA CHILLO COMPAÑÍA

Antiguamente fue Casa - Hacienda del Marqués de Selva Alegre, en la actualidad se conserva como vivienda.



ANEXO 10

CENTRO CULTURAL VILLA CARMEN

La Villa data de finales del siglo XIX e inicios del XX.



ANEXO 11

JARDINES DE LA VILLA CARMEN

Los jardines de la Villa Carmen servían como de huerta, hoy son la principal atracción.



ANEXO 12

CASAS COLONIALES DE SANGOLQUÍ

Las casas se encuentran en el Centro Historico de la ciudad frente a la iglesia matriz.



ANEXO 13

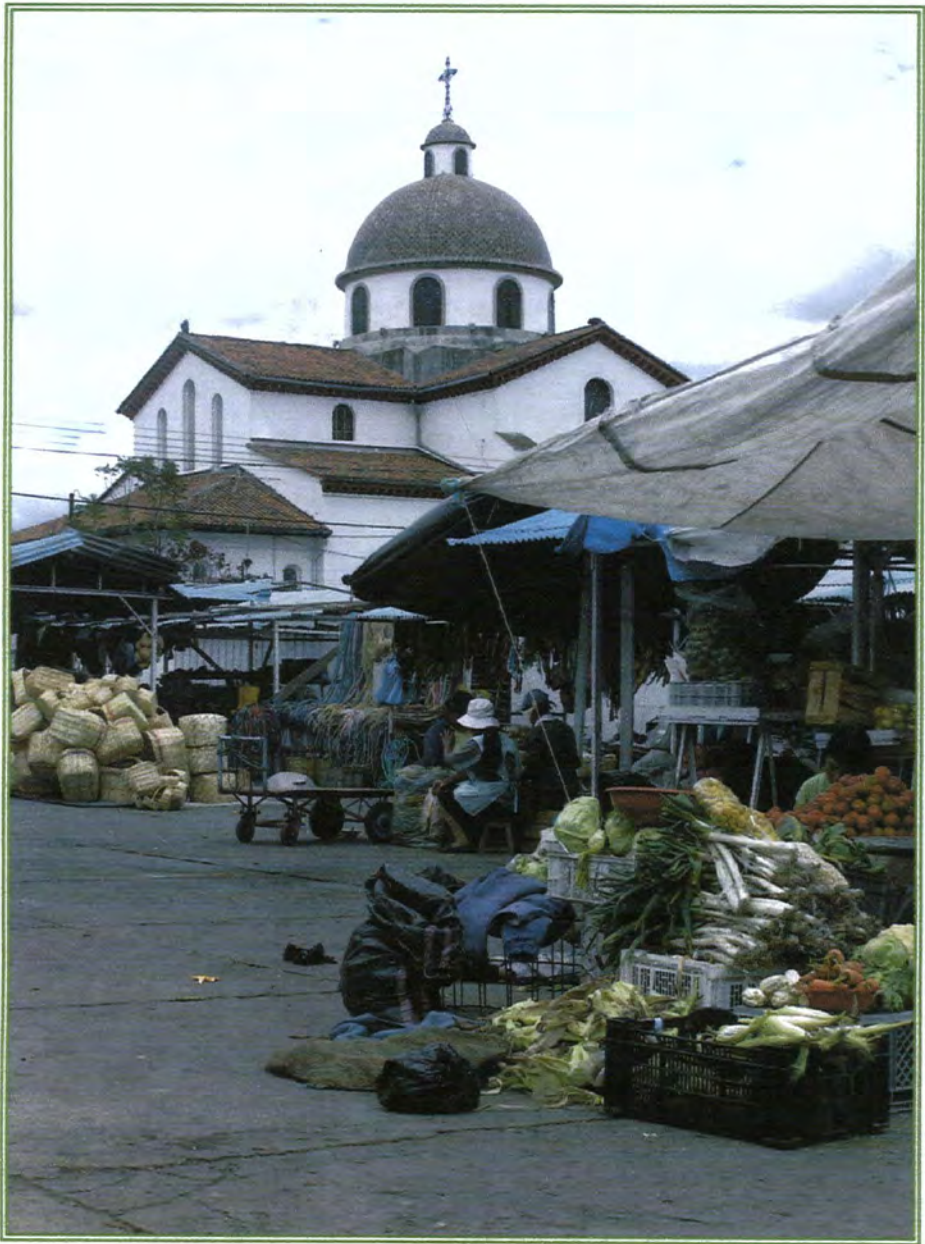
IGLESIA MATRIZ

Símbolo religioso de arquitectura eclética declarada Patrimonio Cultural de la Nación por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.



MERCADO CENTRAL DE SANGOLQUÍ

Vista del mercado central y la cúpula de la Iglesia Matriz.



ANEXO 15

RÍO SANTA CLARA

Este río es afluente del río San Pedro al igual que los ríos San Miguel y Cachaco y se encuentra ubicado en el Parque Ecológico Santa Clara.



ANEXO 16

DESFILE DE LAS FIESTAS DEL MAIZ Y DEL TURISMO.

Danzantes mostrando su alegoría en las fiestas.



ANEXO 17

GASTRONOMIA SANGOLQUILEÑA.

Mote con chicharrón y tostado, uno de los “aperitivos” más populares del lugar.



ANEXO 18

HUMITAS



ANEXO 19

LLAPINGACHO CON FRITADA



ANEXO 20

MOTE CON CHICHARRÓN



ANEXO 21

PAPAS CON CUERO



ANEXO 22

YAHUARLOCRO



La Regulación De Los Centros De Acceso A Internet Y Ciber Cafés

CONSEJO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES - CONATEL

Considerando:

Que el avance tecnológico ha impulsado el crecimiento de nuevas tecnologías sobre diferentes servicios y aplicaciones de telecomunicaciones como la internet, cuya utilización debe masificarse, debido a la gran variedad de aplicaciones;

Que la Resolución 399-18-CONATEL-2002, publicada en el Registro Oficial 643 de 19 de agosto del 2002, contiene las normas que regulan de manera adecuada la prestación de servicios que ofrecen los ciber cafés o centros de información y acceso a la red internet, sin embargo es necesario incorporar aspectos relacionados con el uso de voz sobre Internet;

Que el plan de conectividad y las políticas de masificación de Internet establecidas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones requieren la participación de diferentes estamentos de la sociedad, así como marcos regulatorios flexibles que permitan el acceso de la gran mayoría de la población a la red de Internet;

Que en comisión conformada por delegados de los miembros del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, se analizaron los mecanismos adecuados para el funcionamiento y operación de los centros de información y acceso a la red de internet o “Ciber Cafés”;

Que la regulación debe basarse en criterios objetivos, no discriminatorios, proporcionales y transparentes; y, En ejercicio de sus facultades legales, Resuelve:

Expedir LA REGULACIÓN DE LOS CENTROS DE ACCESO A INTERNET Y CIBER CAFÉS.

Art.1.-Definir como “Ciber Cafés” a los “Centros de información y acceso a la red de Internet”, que permiten a sus usuarios acceder a dicha red mediante terminales de

usuario final, en un punto, local o ubicación determinados, abiertos al público o a un grupo definido de personas, mediante el uso de equipos de computación y demás terminales relacionados.

Art.2.-Se prohíbe expresamente la prestación de servicios de telecomunicaciones finales o portadores sin contar con el título habilitante correspondiente y solo se los podrá prestar mediante convenios de reventa, de conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente.

Art.3.-La voz sobre internet podrá ser ofrecida por los centros de información y acceso a la red de internet o “Ciber Cafés” de acuerdo a las siguientes condiciones:

- a. La voz sobre internet podrá ofrecerse exclusivamente para tráfico internacional saliente, prohibiéndose su utilización para la realización de llamadas locales, regionales, llamadas de larga distancia nacional, llamadas a servicios celulares o llamadas a servicio móvil avanzado;
- b. El número de equipos terminales asignados para uso de voz sobre internet, en ningún caso podrá exceder del 25% (veinticinco por ciento) de la capacidad total de terminales instalados para atención al público en los “Centros de información y acceso a la red Internet” o “Ciber Cafés”;
- c. Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” que cuenten con dos (2) o tres (3) terminales totales, podrán asignar solo uno para uso de voz sobre internet;
- d. Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” que ofrezcan voz sobre Internet, de conformidad con lo señalado en los literales a) y b) del presente artículo requerirán únicamente de un certificado de registro, de conformidad con el artículo 7 de la presente resolución;
- e. Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” deberán presentar semestralmente a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones reportes relacionados con las aplicaciones prestadas por los ciber cafés en los formatos a publicarse en la página web del CONATEL; y,
- f. Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” deberán presentar semestralmente a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones y a la Superintendencia de Telecomunicaciones, reportes

relativos al tráfico de voz que cursan por internet en los formatos a publicarse en la página web del CONATEL.

Art.4.-Se prohíbe a los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” el uso de dispositivos de conmutación, tales como Gateways o similares que permitan conectar las llamadas sobre internet a la red telefónica pública conmutada, a las redes de telefonía móvil celular o del servicio móvil avanzado y de esta manera permitan la terminación de llamadas en dichas redes.

Art.5.-Quedan excluidos de la presente regulación los establecimientos que deseen ofrecer voz sobre internet y que no cumplan con las condiciones establecidas en los artículos 3 y 4 de la presente resolución, independientemente de la facilidad tecnológica que utilicen; dichos establecimientos deberán sujetarse a lo que se establece en el “Reglamento del servicio de telefonía pública”.

Art.6.-Quedan excluidos de la presente regulación los locutorios, cabinas y otros establecimientos que ofrezcan el servicio de transmisión de voz, ya sea por medio de conmutación de paquetes o utilizando conmutación de circuitos. Estos establecimientos deberán sujetarse a lo que se establece en el “Reglamento del servicio de telefonía pública, o a la reventa de servicios”.

Art.7.-Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés”, previo a su operación, tienen que obtener un registro en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, para lo cual deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Para personas naturales:

- Solicitud dirigida al señor Secretario Nacional de Telecomunicaciones.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del peticionario (para solicitantes ecuatorianos), o copia del pasaporte debidamente visado (para solicitantes extranjeros).
- Copia del contrato firmado con el respectivo proveedor del servicio de internet autorizado (ISP).

- Copia del contrato firmado con la empresa de servicios portadores o de servicios finales que provea el enlace hacia el ISP.
- Formulario de registro a publicarse en la página web del CONATEL, el cual deberá contener como información mínima:
 - i. Tipo de red utilizada: cableada o inalámbrica.
 - ii. Detalle del número total de terminales.
 - iii. Detalle del número de terminales destinados para navegación.
 - iv. Detalle del número de terminales destinados para voz sobre internet.
 - v. Diagrama esquemático de la red a implementarse en el establecimiento.

Para personas jurídicas:

- Solicitud dirigida al señor Secretario Nacional de Telecomunicaciones.
- Copia de la escritura de constitución de la compañía o en caso de sociedades extranjeras, de la que contenga su domiciliación en el Ecuador.
- Copia del nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil. Las sociedades extranjeras presentarán, por su lado, copia del respectivo poder, asimismo inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal de la compañía.
- Copia del contrato firmado con el respectivo proveedor de internet autorizado (ISP).
- Copia del contrato firmado con la empresa de servicios portadores o de servicios finales que provea el enlace hacia el ISP.
- Formulario de registro a publicarse en la página web del CONATEL, el cual deberá contener como información mínima:
 - i. Tipo de red utilizada: cableada o inalámbrica.
 - ii. Detalle del número total de terminales.
 - iii. Detalle del número de terminales destinados para navegación.
 - iv. Detalle del número de terminales destinados para voz sobre internet.
 - v. Diagrama esquemático de la red a implementarse en el establecimiento.

Art.8.- Los ciber cafés que utilicen redes de área local inalámbricas, a fin de obtener el certificado de registro correspondiente, deberán cumplir con lo establecido en el Art. 23 del Reglamento de Radiocomunicaciones (Resolución 556-21-CONATEL-2000, publicado en el Registro Oficial 215 del 30 de noviembre del 2000).

Art.9.-Una vez presentada la documentación completa para el registro de “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” y luego del análisis favorable correspondiente, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, procederá a entregar el certificado de registro, previo el pago de los derechos correspondientes.

Art. 10.- Por derechos de registro, los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés”, cancelarán a la Secretaría el valor de trescientos dólares (300), por una sola vez.

Adicionalmente, por concepto de costos administrativos de la emisión del certificado de registro, los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés”, cancelarán a la Secretaría el valor de cien (100) dólares.

Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés”, cancelarán a la Secretaría el valor único de cien (100) dólares, en los siguientes casos:

- Cuando dispongan de sólo dos (2) terminales totales.
- Cuando operen en zonas rurales y urbano marginales determinadas por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.

Los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” que ofrezcan servicio sin costo directo o indirecto al usuario, estarán exentos del pago de cualquier rubro por registro o emisión del certificado. Para el efecto, deberán probar documentadamente su condición de proveedores de servicios gratuitos.

Art. 11.- El certificado de registro, tendrá vigencia por un año y deberá ser renovado en el transcurso de los sesenta (60) días previos a su terminación, para lo cual deberá remitirse el formulario de registro con la información actualizada allí requerida y, posteriormente, realizar el pago de los derechos correspondientes por concepto de costos administrativos de la emisión del certificado de registro. De no solicitarse la

renovación dentro del plazo establecido, el certificado de registro caducará sin necesidad de notificación alguna.

Art. 12.- De registrarse cambios en la operación de los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés”, ya sea en el tipo de red, número de terminales o proveedores de los servicios portadores y/o finales, así como del ISP, estos cambios deberán ser registrados en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, máximo 30 días luego de ser realizados.

Art. 13.- Dentro del “Plan de difusión y masificación del uso de Internet” y de las políticas del Consejo Nacional de Telecomunicaciones para la conectividad en el Ecuador se crea el “Plan Internet para todos”, bajo los siguientes principios de operación:

1. El objetivo del “Plan Internet para todos” es promocionar, facilitar y permitir el acceso de los sectores más vulnerables de la sociedad, que por su condición económica, social, cultural, étnica o localización geográfica tienen escasa posibilidad de acceder a la red de internet.
2. Los “Centros de información y acceso a la red Internet” o “Ciber cafés” que deseen formar parte del “Plan Internet para Todos” podrán manifestar su voluntad expresa de hacerlo al momento de registrarse en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones o en cualquier momento posterior, una vez obtenido el correspondiente registro.
3. Como prestación social al ser parte del plan deberá permitir el uso del 40% del total de los terminales para navegación gratuita y correo electrónico a los miembros de gremios, asociaciones, fundaciones o instituciones que sean designadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones como beneficiarios del plan.
4. La aplicación de este plan para la navegación gratuita y correo electrónico se realizará por 4 horas diarias, de conformidad con el horario establecido en el registro, el cual deberá ser debidamente difundido.

5. En casos especiales la Secretaría podrá autorizar a los “Centros de información y acceso a la red Internet” a conectarse a los proveedores del servicio de internet mediante enlaces propios, siempre y cuando se verifique la imposibilidad de medios de acceso de empresas debidamente autorizadas o que la calidad de los servicios finales o portadores en dicha localidad no garantiza la calidad del servicio.
6. Aquellos “Centros de información y acceso a la red internet” que participen del “Plan Internet para todos” se encuentran exentos del pago de derechos establecidos en el artículo diez de la presente resolución.
7. Sin perjuicio de que en el futuro el Consejo Nacional de Telecomunicaciones incluya otros gremios, asociaciones, fundaciones o instituciones, se consideran beneficiarios del “Plan Internet para todos” a:
 - a. Alumnos de instituciones de educación primaria, secundaria y superior;
 - b. Docentes de instituciones educativas;
 - c. Médicos colegiados; y,
 - d. Personal de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional.

Art. 14.- Salvo el caso expresado en el artículo trece, numeral 5, la red de acceso entre los “Centros de información y acceso a la red de Internet” o “Ciber Cafés” y los proveedores de servicios de valor agregado, puede presentarse bajo las siguientes modalidades:

- a. Mediante un contrato de servicios portadores, con una empresa debidamente autorizada; o,
- b. Utilizando servicios finales, con una empresa debidamente autorizada.

Art. 15.- Las actividades de los establecimientos regulados por el presente instrumento, serán supervisadas y controladas por la Superintendencia de Telecomunicaciones de acuerdo con la ley.

Art. 16.- Los establecimientos regulados por el presente instrumento tienen la obligación de prestar, en todo momento, las facilidades del caso a la Superintendencia de Telecomunicaciones para la inspección de las instalaciones y para que se realicen las pruebas necesarias que permitan determinar si el funcionamiento del establecimiento está conforme con el registro correspondiente. No será necesaria notificación escrita previa para la inspección.

Art. 17.- Los actuales titulares de registros vigentes emitidos por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, deberán adecuar su funcionamiento y operación a las disposiciones que constan en esta resolución y en un plazo no mayor a sesenta días (60) contados desde su publicación en el Registro Oficial. Sin perjuicio de lo anterior, se aclara que tales titulares podrán seguir realizando sus actividades al amparo de los registros concedidos.

Art. 18.- Las infracciones serán aquellas establecidas en la Ley Especial de Telecomunicaciones.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.- Esta resolución deroga la 399-18-CONATEL-2002.

Segunda.- La presente resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial. Dado en Quito, 25 de enero del 2005.¹

¹ <http://www.conatel.gov.ec>