

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL S.E.K. - ECUADOR

Facultad de Turismo y Patrimonio Cultural

Carrera de Administración y Dirección de Empresas Turísticas.

TEMA

"Promoción Turística del Ecuador por Internet"

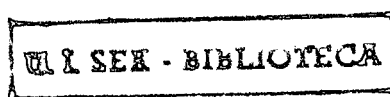
Enfoque Museos del Ecuador

TESIS DE GRADO

Carmen Luz Varas Olivares.

Año 1996 - 1997.

QUITO - ECUADOR.



El haber vivido 19 años en el Ecuador y crecer dentro de una cultura similar pero a la vez muy diferente a la de mi hogar, me ha permitido apreciar las riquezas del país con un criterio propio y auténtico.

Dedico esta Tesis, a todas aquellas personas que sin haber nacido dentro del territorio, disfrutan de las riquezas, que el Ecuador y su gente comparte con ellos.

A, LATINHOST, por brindarme el apoyo incondicional en la elaboración de la página.

Y, a todos mis amigos y amigas, que han hecho del Ecuador mi más querido hogar.

Carmen Luz Varas Olivares.

**PERMISO MINISTERIAL PARA LA PUBLICACIÓN DE
INFORMACIÓN Y FOTOS CON FINES PROMOCIONALES.**



MINISTERIO DE TURISMO

Oficio ST. No. 000 573

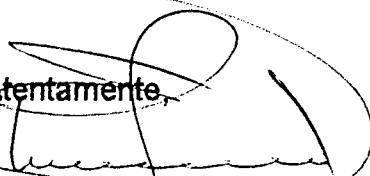
Quito,

16 SET 2007

Señorita
Carmen Luz Varas
Egresada Universidad Internacional SEK
Presente.-

Por medio de la presente, en mi calidad de Subsecretario de Turismo, autorizo utilizar el material promocional que consta en este Ministerio para la elaboración de la revista de turismo virtual que está elaborando, que será de gran apoyo para la promoción del país.

Atentamente,


Dr. Eduardo Noboa

SUBSECRETARIO DE TURISMO

PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR POR INTERNET.

INTRODUCCIÓN.	1
1. PROMOCIÓN TURÍSTICA.	3
1.1. Promoción Turística.	3
1.1.1. Medios de Comunicación existentes relacionados con el turismo.	9
1.1.2 Tipos de Información Turística	10
1.2. Promoción Directa y Promoción Conjunta en el país.	12
1.3. Organismos e Instituciones Nacionales que apoyan a la Promoción del Turismo.	16
1.3.1. Estatales y Públicas.	17
1.3.2. Privadas.	19
2. PROMOCIÓN TURÍSTICA POR INTERNET.	20
2.1. Que es Internet.	21
2.1.1. La creación de una página WEB.	23
2.1.2. El lenguaje HTML.	24
2.2. Como utilizar la Internet.	25
2.3. Que utilidades brinda Internet en el Turismo.	26
3. UNA REVISTA DE TURISMO ELECTRONICA.	27
3.1. Diseño de la página WEB.	29

3.2.	Información básica de una página de turismo electronica_____	35
3.3.	Fotos, Gráficos, Mapas y Sonidos._____	37
3.4.	Financiamiento de la revista virtual._____	37
3.5.	Análisis Económico._____	38
3.6.	Aspectos Legales_____	41
4.	MUSEOS _____	42
4.1.	Promocionar Museos en Internet._____	42
4.2.	Museos del Ecuador._____	43
4.3.	Información básica de los museos del Ecuador para la revista de turismo en internet_____	48
4.3.1.	Contenido explicativo del arte ecuatoriano en la revista de turismo._____	48
4.3.2.	Contenido explicativo de algunos museos del Ecuador_____	51
5.	CONCLUSIONES _____	61
6.	RECOMENDACIONES _____	63
	GLOSARIO _____	65
	BIBLIOGRAFÍA _____	74

ANEXO 1.- Empresas Públicas y Privadas interesadas en promocionarse en la revista virtual “TRAVELHOST”.

ANEXO 2.- Opinión de la Prensa, Artículos.

INTRODUCCIÓN.

LOS OBJETIVOS DE PROMOCIONAR AL ECUADOR.

El propósito del proyecto está empeñado en crear una página de turismo, en la cual se destacarán los atributos y riquezas que el Ecuador ofrece tanto al país como al turista. Hasta hoy, las bellezas y atractivos de nuestro país no han sido lo suficientemente difundidos, es por eso que se desea contribuir con un grano de arena más en el conocimiento de nuestra realidad. Además, este proyecto será de beneficio general.

El objetivo fundamental de promocionar al Ecuador en INTERNET, es proveer a la población ecuatoriana de la información mínima indispensable para alcanzar un conocimiento correcto acerca de los recursos existentes y potenciales que el país cuenta en el área turística.

Se considera indispensable que los ecuatorianos y el mundo entero estén enterados de las fortalezas del país en cuanto a la oferta de recursos naturales, culturales, históricos y de infraestructura que puede poner al alcance del turista nacional y extranjero. Una población informada en turismo se convierte en un factor multiplicador de la captación de turistas y en el mejor elemento para la promoción turística dentro y fuera del país.

Por medio del proyecto se busca potenciar el uso del INTERNET como instrumento alternativo y no formal de educación para la población, aprovechando su alta capacidad de convocatoria, especialmente en amplios sectores como la juventud. Además pretende ofrecer una alternativa de información turística idónea para el mercado turístico que llega al país en forma independiente de los operadores turísticos formales. Según los últimos sondeos, la tendencia de este mercado ha sido sostenidamente creciente en los últimos años y carece de medios de información sobre lo que ofrece actualmente el país como atractivos y facilidades turísticas.

1. PROMOCIÓN TURÍSTICA.

“La promoción turística es uno de los principales instrumentos de que se dispone para estimular el crecimiento de las corrientes turísticas hacia un determinado destino.” (Miguel Angel Acerenza).

En el libro PROMOCIÓN TURISTICA de Miguel Angel Acerenza, describe a la promoción de un país como la actividad que está directamente relacionada con el marketing turístico, en la que, el marketing pueda crear un producto vistoso y de interés donde la persuasión sea el único elemento de venta del producto “TURISMO”. Además propone que esta actividad debe estar correctamente planificada para así lograr todos los objetivos esperados.

1.1. Pasos para un adecuada Promoción Turística del país.

Algunas de las causas que se señalan en el fracaso de la promoción del país por parte de las empresas son: Los costos de la puesta en marcha así como pagos excesivos en publicidad, la devaluación del exceso de existencias, la competencia internacional, no centrar bien los objetivos y por sobre todo la mala gestión.

Crear una adecuada promoción turística del país implica seguir los pasos adecuados en la administración del proceso en si.

Para lograr este objetivo, se puede enfocar al proceso, los pasos de - Calidad Total en la administración- propuestos por Deming, creando un enfoque en la promoción turística. Evaluando como empresa al conjunto de gestores Turísticos que existen dentro del mercado de nuestro país.

La Calidad Total de Deming enfocada en la promoción turística .

W. Edwards Deming, es el consultor, conocido internacionalmente cuyos trabajos introdujeron en la industria Japonesa los nuevos principios de la gestión y revolucionaron su calidad y productividad. Los estudios de Deming están enfocados al sector industrial, pero son perfectamente aplicables en el proceso de administración de la promoción turística y la calidad total en el servicio. El propósito de este sistema es el de mejorar la dirección, lo que significa aprovechar de la mejor manera, los materiales y el tiempo máquina (computadoras), lo que consecuentemente reducirá el precio que debe pagar el cliente.

El paso esencial está en la transformación. Es la nueva filosofía Demingiana la que debe comprometer a sus usuarios de manera profunda, es decir adoptarla como una filosofía. Por lo que estamos hablando de resultados a largo plazo y no de simples cambios rápidos y drásticos en un corto plazo. Este sistema logra un cambio en el estilo actual de dirigir la promoción, lo que va más allá de la extensión masiva de nuevas maquinarias como el uso de computadores o sistemas de comunicaciones con nuevas tecnologías. Lo que se busca no es prolongar la vida del producto sino detener la decadencia.

Primero es necesario conocer lo que las personas deben hacer y para esto se necesita de grandes cambios. Los catorce puntos que propone W. Edwards Deming para lograr calidad en el producto son:

a.- Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio. Siempre con el objetivo de llegar a ser competitivos, permanecer en el negocio y crear nuevos productos. Al crear un plan promocional se debe tener presente la solución de los problemas de hoy, siendo cada vez más eficientes en ellos, así como los problemas del futuro que exigen, ante todo, la constancia para mejorar la competitividad manteniendo viva la imagen y garantizando el éxito.

El establecimiento de la constancia supone la aceptación de obligaciones como las siguientes: a) innovar, b) destinar recursos para investigación, c) mejorar constantemente el diseño del producto y el servicio.

b.- Adoptar la nueva filosofía o ingresar en una nueva era. Se deben tomar nuevos niveles para corregir los errores, efectos, materiales no adecuados para el trabajo, daños por manipulación, publicidad ineficaz , etc... Se deben reducir al mínimo los costos de publicidad para así obtener mayores ganancias.

c.- Dejar de depender de la inspección en masa. La inspección no mejora la calidad ni la garantiza, la calidad buena o mala ya está en el producto. La inspección en masa no es fiable, además es costosa e inadecuada. Las entidades encargadas a la promoción del país no se ponen de acuerdo hasta que se lleva a control estadístico. La inspección de muestras pequeñas es un trabajo mucho más profesional.

d.- Acabar con la práctica de hacer negocio sobre la base del precio. El precio no tiene sentido sin una medida de la calidad que se compra. Sin unas medidas adecuadas de la calidad, el producto se encamina hacia el comprador más bajo y el resultado inevitable es una baja calidad y un coste elevado.

e.- Mejorar, constantemente y siempre, el sistema de promocionar y el servicio. La calidad se debe incorporar en la fase de diseño, sólo hay una oportunidad para lograr el éxito. Se debe estar identificado con el cliente y como este hace uso del producto.

f.- Implantar la formación. Los encargados en promoción deben conocer y analizar los problemas que privan, a los gestores del turismo, de realizar una mejor tarea. No todos poseen el mismo nivel de comprensión ni las mismas habilidades. Las personas perciben de un modo distinto, se deben eliminar las inhibiciones para realizar bien el trabajo, se debe tener más enfoque en el trabajo encaminado a cubrir las necesidades del cliente.

g.- Adoptar e implantar el liderazgo: Se ha perdido el verdadero significado del liderazgo. Normalmente se considera, como una buena función de liderazgo a aquella en la cual se utilizan datos estadísticos, cifras, objetivos, estándares, valoraciones de comportamiento, cuando se debería poner en su lugar al liderazgo. Es decir, que las entidades estatales, que tienen como deber hacer respetar y regular las normativas dentro del turismo, cumplan su función.

h.- Desechar el miedo a lo actual. Es necesario vencer el miedo para poder dar de sí lo mejor. El miedo viene en infinitas formas y puede crear una resistencia al saber. Hay que tener en cuenta que la tecnología nueva cuesta dinero y que el miedo es el antónimo del saber, por lo que no hay mejor remedio para el miedo que el que da el conocimiento.

i.- Derribar las barreras entre los diferentes sectores del turismo. Todos los sectores del turismo deben trabajar no sólo por el mejoramiento individual de su área, sino por el mejoramiento de la imagen del mismo . Esto significa metas y objetivos en conjunto, con un solo propósito común y no con varios que apunten en varias direcciones.

j.- Eliminar los eslogans largos y sin sentido. Los gráficos, carteles con frases largas o con textos muy extensos, eliminan el sentido de atractivo. La idea es formar frases cortas y entendibles acompañadas de textos explicativos muy precisos y llamativos.

k.- Una mayor libertad para una mejor creatividad. No crear limitantes, es mejor dar cabida a todas las empresas que trabajan en el área para que los aportes en ideas estén siempre innovadas.

l.- Eliminar las barreras que privan a la gente de su derecho a estar orgullosos de su trabajo. Estas barreras se deben eliminar para dos grupos de gestores turísticos. El primero es el Estado y el otro la empresa privada, este apoyo debe ser mutuo.

m.- Estimular la educación y la automejora. Lo que necesita una buena promoción no es sólo gente buena y que conozca el negocio, necesita gente que esté mejorando su educación. Existe un miedo excesivo al saber, como se nombra en el literal h, pero la clave está en el saber y en estar al día en la nueva tecnología. El promocionar el país es mucho más que aumentar los ingresos de las empresas turísticas, es crear oportunidades cada vez mayores de enaltecer la imagen del país.

n.- Actuar para lograr la transformación: Poner a todo el sector turístico del país a trabajar para conseguir la transformación, esta es tarea de todos. El trabajo conjunto llevará a un seguro éxito de la adecuada promoción, que es lo que se logra alcanzar.

1.1.1. Medios de Comunicación existentes relacionados con el turismo.

Los temas relacionados con el turismo en general son poco tratados tanto en el ámbito nacional como mundial. Pero en los últimos años y debido a su gran crecimiento se ha ido aumentando las noticias e informaciones dentro del ámbito turístico.

Las empresas que actualmente publican informaciones sobre el turismo en el Ecuador son: Primero; Según el tipo de empresa, ya sea nacional o internacional (Multinacionales), estas proporcionan información acerca de los servicios que estos brindan de modo auto publicitario, es decir que estas empresas ponen de forma activa su oferta en el mercado. Segundo; La Prensa publicada diariamente, que son los medios de comunicación, -prensa, radio y televisión- respectivamente con datos sobre el acontecer diario del país, este tipo de información es de carácter noticioso y de actualidad turística. Por último tenemos, La Prensa semanal de información general y La Prensa especializada como lo son las revistas de turismo, medios audiovisuales, etc... que es información creada únicamente con fines de promoción turística. Este sería uno de los medios más directos y más comunes -de promocionar el turismo- existentes hoy en día.

La creación de revistas especializadas en viajes, videos para conocer el área con los respectivos atractivos de interés y otros medios de comunicación, se han unido con empresas de turismo para que mediante reportajes o propaganda se utilicen más sus servicios y reciban ambos mayores beneficios. Por esto es que empresas especializadas en sistemas y comunicaciones, han ofrecido a empresas turísticas utilizar una de las herramientas más modernas y expansibles en las comunicaciones como lo es “El INTERNET”.

1.1.2. Tipos de información turística utilizada actualmente.

a.- Información Política.

Es aquella que es proporcionada por la administración pública a través de los Ministerios de Turismo, departamento de turismo de las comunidades autónomas, las concejales de turismo o de los patronatos. Esta información está relacionada con las disposiciones políticas y legales que se dictan para ordenar, promocionar, fiscalizar al sector del turismo.

b.- Información Sociológica.

Es el conjunto de noticias relacionadas con las motivaciones, tendencias y estadísticas así como las acciones promocionales que llevan a cabo empresas públicas y privadas.

c.- Información económica y laboral.

Este conjunto de noticias está dada por la información que se genera tanto al nivel macro y micro económico, así como las actividades desarrolladas por las empresas públicas y privadas dentro de este campo.

d.- Información deportiva.

Es la relacionada con los deportes turísticos como son: deportes de nieve, náuticos, caza y pesca, montañismo. Dentro de esta categoría también se encuentran los campeonatos deportivos, olimpiadas, partidos de football entre otros.

e.- Información cultural y espectáculos.

Estos se generan por todas aquellas actividades culturales, de espectáculos, de diversión que tienen algún interés para los turistas, por ejemplo óperas, recitales, teatro, conjuntos folklóricos, danza.

f.- Información de Viajes y de tiempo de ocio dedicado al turismo.

Es el conjunto de crónicas, reportajes, anécdotas que son facilitadas al turista para un mayor conocimiento del tipo de lugar y sus actividades.

Dentro de esta información, también se incluyen los itinerarios de viajes así como las empresas existentes que brindan este servicio y los lugares donde se realizan las diferentes actividades.

1.2. Promoción Directa y Promoción Conjunta en el país.

Todos los Organismos oficiales de Turismo del mundo entero, en mayor o menor proporción, tienen a su cargo la promoción turística, la que va a crear y realzar una imagen o un emblema turístico del país. Para este propósito se invierten grandes sumas de dinero.

La promoción Directa y la promoción Conjunta de nuestro país, aún no está bien definida, lo que sí es cierto es que el Ecuador -hasta hoy -sólo se ha promocionado por medios tradicionales como: brochures, libros videos excesivamente largos, postales de poco colorido, etc... los cuales sólo han beneficiado a un solo segmento de la oferta y, además, no le han dado óptimos resultados o por lo menos -no- los esperados. El estado y las empresas privadas no mantienen el contacto necesario para realizar una labor conjunta que beneficie a la amplia gama de actividades turísticas y a sus realizadores. Dentro de las actividades promocionales positivas de nuestro país, se encuentra la labor conjunta realizada entre el Estado Ecuatoriano y otras naciones, con el propósito de lograr la captación de un determinado mercado turístico. Se ha creado un Ministerio de Turismo que a la vez que regula las actividades turísticas dentro del territorio, comparte con otros gremios de otros países campañas de promoción que benefician a ambos, es decir promoción conjunta.

La promoción Directa que se ha venido realizando en el país, es aquella lograda por: Agencias de viajes, tour operadores, hoteles, restaurantes, bares, etc... -del sector privado- que de su propio esfuerzo logran ingresar directamente a pequeños segmentos del mercado mundial. Esto se debe a que no tienen el apoyo de los organismos estatales o no han sabido llegar a ellos.

Problemas dentro del “Proceso de Promoción del País”.

Los movimientos sociales y políticos, así como las iniciativas de los Gobiernos de muchos de los países en vías de desarrollo, que han buscado promover al turismo, han tenido significativos logros en sus propósitos, pero también han debido enfrentar dificultades y fracasos en el camino hacia el cumplimiento de sus metas.

Ecuador no ha sido la excepción. Aunque se incorpora con un cierto retraso, a este proceso de promoción o venta de la imagen del país. Tal vez lo hace por una manifiesta decisión política o por un generalizado reclamo de la empresa privada.

En forma breve y esquemática, las dificultades más importantes, que podrían señalarse al proceso ecuatoriano de promoción, son las siguientes:

a.- Una correcta definición de la imagen ecuatoriana.- Aunque parezca poco aceptable, como problema, existe la ausencia de una buena definición de la imagen del Ecuador para el proceso de promoción, varias encuestas muestran una gran confusión de la comunidad ecuatoriana en torno a los objetivos, propósitos y alcances de la actividad Turística. En tal sentido, talvez más preciso sería decir de que no han habido señales claras, sobre estos aspectos al pueblo ecuatoriano en general, sobre lo que se beneficiará o sufrirá con el proceso de venta del país.

Estas encuestas revelaron que la idea de promoción o venta del país, como un cambio positivo o una ruptura en lo clásico, tenía una aceptación generalizada. Sin embargo, las diversas iniciativas en torno a cambios en la economía del país y los ocurridos en las entidades estatales, como por ejemplo, que el Ministerio de Turismo empezara a formar parte en el Frente Económico del país o el aumento de los inversionistas extranjeros, provocaron reacciones en contrario. Con más o menos razones, se confundió promoción del país con sobre explotación del mismo, con lo cual se entró en conflicto con muchos intereses y posiciones. Igual hecho ocurrió al confundir promoción con un proceso de venta del país o de venta de la bandera, o de pérdidas con la apertura a la inversión extranjera, e incluso con la venta del patrimonio y tesoro nacional.

En cada caso, el objetivo último quedó desvirtuado y el énfasis se hizo en aspectos más bien negativos, como la promoción individualista que se ha venido haciendo hasta el día de hoy en las empresas privadas, creando una distorsión o confusión de la verdadera imagen del país.

Obviamente, la forma de resolver este problema es con una adecuada campaña de difusión que entregue a la comunidad nacional, señales clarísimas sobre objetivos, alcances, beneficios y costos de esta promoción de la correcta imagen.

b.- El rol del Estado en la promoción.- El hablar de la Promoción del Ecuador, no puede estar desvinculado de las labores del estado, de su naturaleza y objetivos, ya que es menester precisar “qué es lo que se quiere promocionar”.

En tal entendimiento es necesario realizar un estudio que de algún modo y en forma tangencial se efectuó en el Ministerio de Turismo, sobre el rol que debe desempeñar el mismo dentro de la promoción turística del país. Para simplificar la argumentación, este papel puede ubicarse en un eje que tiene dos extremos. En un extremo, el rol original del Ministerio -y tal vez el más liberal- que era el que se otorgaban a las primeras organizaciones sociales como CETUR, DITURIS, AHOTEC etc... (pequeñas, fáciles de administrar y que actuaban en un esquema de lógica formal). En tal caso, los gestores de las actividades turísticas entregaban una contribución a una administración central, en forma de tributos, impuestos o aportes voluntarios, para que esta administración central -llamada organismo del Estado- brindara, a cambio servicios de reglamentación, protección, infraestructura básica, etc.. así como para que ejecutaran algunas obras de interés comunitario. En casos muy excepcionales se permitía que el entorno de los pagos no fuera en su totalidad en servicios sino que en una parte se

destinaría a actividades solidarias en favor de las microempresas de turismo o operadores pequeños y con poco presupuesto.

En otro extremo del eje se ubica el Ministerio “omnipotente”, al cual se llegó por dos caminos. Uno, era la solidaridad in extremis.

Todos los organismos deberían contribuir (El Ministerio con CETUR, DITURIS, AHOTEC, IATA, IGM, OCEPA, Ministerio de Trabajo y la dirección de artesanías. Todos uno solo) con su trabajo y esfuerzo para que una administración central todopoderosa distribuyera el producto en forma equitativa e igualitaria entre todos sus miembros. El otro camino se derivaba de las fuerzas del mercado oferente. Movidas por el voto económico, daban una eficiente asignación de recursos pero una desigual distribución del producto de esos recursos. En consecuencia, el Ministerio debía regular tal distribución de la riqueza y del producto que la actividad generaba. Esta definición, obviamente, responde a un criterio ideológico y político. En consecuencia, es una posición cambiante en forma permanente por los miembros de toda comunidad, sin excepción de la ecuatoriana.

1.3. Organismos e Instituciones Nacionales que apoyan a la Promoción del Turismo.

Siendo el Ecuador un país con un altísimo potencial turístico, el actual Gobierno Interino del Presidente Fabián Alarcón, por medio de su secretario de estado, Ministro de Turismo Señora Juana Vallejo, establecen que es de suma prioridad el iniciar -paralelamente- a otras acciones que se

definan, una estrategia de venta del turismo, que alcance a todo el mundo y aproveche la autopista de la información a la que actualmente tienen acceso no menos de 300 millones de personas de todos los países y niveles culturales, especialmente a aquellos que pudiesen ser potenciales turistas.

Existen otras organizaciones tanto públicas como privadas dedicadas a la promoción del turismo, que se encuentran interesadas en utilizar el INTERNET como elemento publicitario. Y entre estas podemos encontrar:

1.3.1. Estatales o públicas.

ORGANISMOS REGULADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

MINISTERIO DE TURISMO.-

El Ministro de Turismo es un delegado del Presidente de la República el cual tiene como funciones las de controlar el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos, por medio de políticas y normas establecidas en la ley de Turismo y Promocionar al país como un atractivo turístico.

Av. Eloy Alfaro 1214 y Carlos Tobar
telef 225190
fax 229330
QUITO

CETUR.-

La corporación Ecuatoriana de Turismo es una entidad del estado creada para velar y controlar el excelente manejo de la actividad turística.

Av. Eloy Alfaro 1214 y Carlo Tobar
telef 239044
567651
QUITO

DIRECCIÓN DE AVIACIÓN CIVIL, D.A.C..-

La Dirección de Aviación Civil es una entidad de derecho autónomo adscrita al Ministerio de Defensa, fue formada para un mejor desenvolvimiento de la aviación. La regulación de tarifas áreas, los permisos de operación y concesiones a las aerolíneas que operan dentro del país son las funciones básicas que desempeña este organismo.

Av. 10 de Agosto y Buenos Aires
telef 440080
440081
QUITO

DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN.

Es el organismo que regula el ingreso y salida de personas que no han nacido en suelo ecuatoriano, otorgándoles una visa de estadía según la actividad que vayan a desempeñar.

Av, Amazonas y República
telef 456249
454122
QUITO

1.3.2. Privadas.

Las empresas privadas que están dedicadas a promocionar al país lo hacen individualmente, obteniendo beneficios aislados y propios. No existe actualmente una asociación de promoción del turismo conjunto.

2. PROMOCIÓN TURÍSTICA POR INTERNET.

El paso de los años y los avances en la tecnología de la comunicación, han hecho que se rompan fronteras entre los países y que el ser humano se interese por conocer otros lugares y por visitarlos.

A través de los medios de comunicación y el periodismo turístico, se ha constituido en una especialidad, “La promoción del turismo”, la misma que tiene como objetivo facilitar noticias e información a la sociedad acerca de los últimos acontecimientos de distracción y ocio existentes en el país.

Los medios de comunicación de masas tienen una influencia sobre la sociedad, tanto en el aspecto informativo como en el de opinión, esto los convierte en un instrumento de influencia y poder sobre la opinión pública turística entendida no sólo por los turistas, sino por todas las instituciones que se dedican a esta labor. Por esto es que elaborar una página WEB, donde se pueda encontrar información básica, activa y dinámica, acerca del Ecuador, es uno de los mejores instrumentos para que el país pueda promocionarse.

2.1. Que es Internet.

La red que nos conecta con el mundo y conecta al mundo con nosotros, sería una de las definiciones más precisas y resumidas que una persona pueda dar sobre esta súper autopista de la información, que cada día toma mayor fuerza en cada hogar del mundo, experimentando un crecimiento tan acelerado que ni los propios inventores lo pueden determinar; el número de usuarios en el mundo, es ya, de más de 300 millones.

En los años sesenta, la NASA, inventores del INTERNET, dan marcha a un proyecto que en su inicio se llamó ARPA y luego ARPANET, que era un proyecto militar que pretendía unir de costa a costa las bases militares de los Estados Unidos, para en caso de una eventual guerra, mantener a todas las bases en alerta, este sistema además se usaría para mantener una red de comunicaciones entre las mismas, otro objetivo era de que siempre se mantendrían al tanto de las actividades que cada una realizaba.

Esta red continental de computadoras obtuvo tanto éxito, que el sector privado y sobre todo las Universidades, empezaron a interesarse sobre el proyecto; y es entonces, cuando empiezan los ensayos con las comunicaciones, hasta que se logra crear la primera red de computadoras entre dos universidades Norteamericanas. Para esto se crea lo que podríamos llamar Idioma o Protocolo, que permite que dos computadoras se

entiendan y se envíen datos TCP (Transmisión Control Protocolo), este servicio y más el sistema operativo UNIX, se desarrollaría lo que ahora conocemos como INTERNET y que une a todas las computadoras que están conectadas con la red.

Los principios del INTERNET eran limitados ya que le exigían al usuario tener conocimientos sobre UNIX, lo que era un limitante; aún así, poco a poco, esto va evolucionando y cada vez es más sencillo el uso, lo que obviamente genera un número mayor de aficionados y de aplicaciones. En la actualidad, el sistema se ha facilitado tanto que es utilizado en colegios como material didáctico en la enseñanza.

Muchos se preguntarán para que sirve el INTERNET, y la respuesta puede ser tan corta como, -para todo lo que uno se pudiera imaginar -o- tan larga como la enumeración de todos sus usos y mas- que sería una lista interminable. Las aplicaciones más útiles y más comunes son: E-mail, que es un correo electrónico que permite, entre los usuarios, mandar textos, fotos, noticias, comentarios, etc.. en un tiempo casi instantáneo, ya que la comunicación se demora tan solo 10 segundos en ser enviada y recibida por el receptor, el que pueda estar situado en cualquier parte del mundo.

Otra alternativa son: los “Videos conferencia”. Comunicación que no sólo tiene la posibilidad de oír la voz al recibir un mensaje, si no, de ver la imagen del emisor. Esto es posible conectando una simple cámara de vídeo al módem de la computadora y vía línea telefónica (con fibra óptica) se

envía la señal. Las conferencias no sólo son para que la gente comunique temas o noticias, sino que también puedan optar por el entretenimiento. Se puede jugar cartas, ajedrez o monopolio con personas de otros países y que hablen idiomas completamente diferentes o realizar apuestas en los casinos de las Vegas, al mismo tiempo que escuchamos el álbum de algún cantante nuevo.

Una de las más importantes ventajas y utilidades del sistema es el Acceso a Información. Cada uno de los servidores que se encuentran conectados en la red ofrecen algún tipo de atracción a los usuarios tratando de llamar su atención; Por lo que podemos encontrar temas que van desde los deportes hasta nuevas investigaciones espaciales. También podemos encontrar temas hitóricos como la literatura antigua o sobre las primeras civilizaciones, podemos conocer las culturas de otros países, etc... En fin, se puede conocer sobre cualquier materia o tema de interés en el que actúe la raza humana.

2.1.1. La creación de una página WEB.

Al crear una página WEB, es necesario seguir una serie de pasos previamente planificados para llegar hasta el producto terminado. Estos pasos son:

- a.- Crear un “story board” en el cual se indiquen los lugares donde van a estar los gráficos, los textos, los botones de navegación y la animación en caso de que exista. La idea es crear un previo boceto de los que se va a programar.
- b.- Una vez creado el story board, se inicia el proceso de programación, utilizando el lenguaje HTML o cualquier otro. Los gráficos o fotos se pueden insertar ya sea de un video con una -entrada de video- desde el VHS hasta el -CPU- o por medio de fotos con un scanner a color.
- c.- El paso final es unir toda la programación y colocar en línea a la página para que pueda ser leída en todo el mundo.

2.1.2. El lenguaje HTML.

El HyperText Markup Language es el código utilizado para generar el formato de las páginas de información en el Web. Se trata de una serie de comandos que definen el tipo y aspecto de la información que transmite en el Web.

<HTML>

<H1> Bienvenidos a mi Web Site<H1>

<P>Este sitio ha sido creado pensando en Usted<P>

<HTML>

HTTP significa HyperText Transfer Protocol, y es el medio utilizado por los servidores del Web para enviar su información a los usuarios que lo requieran. HTTP es un protocolo cliente-servidor, lo que significa que un servidor de Web puede atender requerimientos de datos de decenas de usuarios a la vez, y un usuario puede acceder a varios servidores distintos al mismo tiempo.

2.2. Como utilizar Internet.

Para tener acceso a la red, se debe disponer de un computador, una línea telefónica, un módem, una cuenta de acceso proporcionada por uno de los servidores de INTERNET en el país y de un NAVEGATOR que es el programa que permite el ingreso.

Para ingresar en determinada información la pregunta sobre la materia deberá ser más específica, por ejemplo si deseamos saber sobre gastronomía, el procesador nos muestra un menú de 36.000 sitios donde se habla de gastronomía, pero si se le pregunta sobre Gastronomía ecuatoriana nos mostrará algo así como cinco servidores.

Existen algunos servidores de búsqueda que facilitan el acceso a la información, estos son: <http://www.infoseek.com>; <http://www.yahoo.com>; <http://www.altavista.com>; entre otros.

En la realidad actual, ingresar a la red se está convirtiendo en una necesidad para el hombre. Y será también una necesidad para las empresas promocionar sus productos en INTERNET.

2.3. Que utilidades brinda Internet en el Turismo.

Para el turismo este sistema ha sido una de las mayores ventajas en las estrategias de Marketing que posean las empresas que operan en esta actividad,. El interés en comprar y vender un paquete turístico o interesarse en un producto folklórico, viaje, excursión, etc... es cada vez mayor, ya que el acceso a la información se ha vuelto divertido y fácil. Muchos mercadólogos han coincidido que la promoción de un producto vía INTERNET es la mejor forma de vender y personalizarse con el cliente, para así poder cubrir mejor sus necesidades y satisfacerlas.

3. UNA REVISTA DE TURISMO ELECTRONICA.

Como se menciona en los capítulos anteriores, el objetivo principal es: “La creación de la Revista Oficial de Turismo electrónico del país”, auspiciada por El Instituto Geográfico Militar.

Por qué crear una revista en INTERNET?. Porque la Creación de páginas y Hosting de Web Sites, no sólo nos permite comunicarnos o proyectarnos a nivel nacional y mundial, sino que también nos da la oportunidad de identificar los sectores económicos que mayores beneficios obtienen por medio de la publicidad electrónica en Internet.

Al tener presencia en Internet, la revista tiene un vendedor permanente 365 días al año, 24 horas al día. De acuerdo con las estadísticas a nivel mundial:

- Internet se duplica cada año y a la fecha cuenta con 60'000.000 de suscriptores.
- El World Wide Web se duplica cada 51 días y se compone actualmente de más de 30'000.000 de sitios.

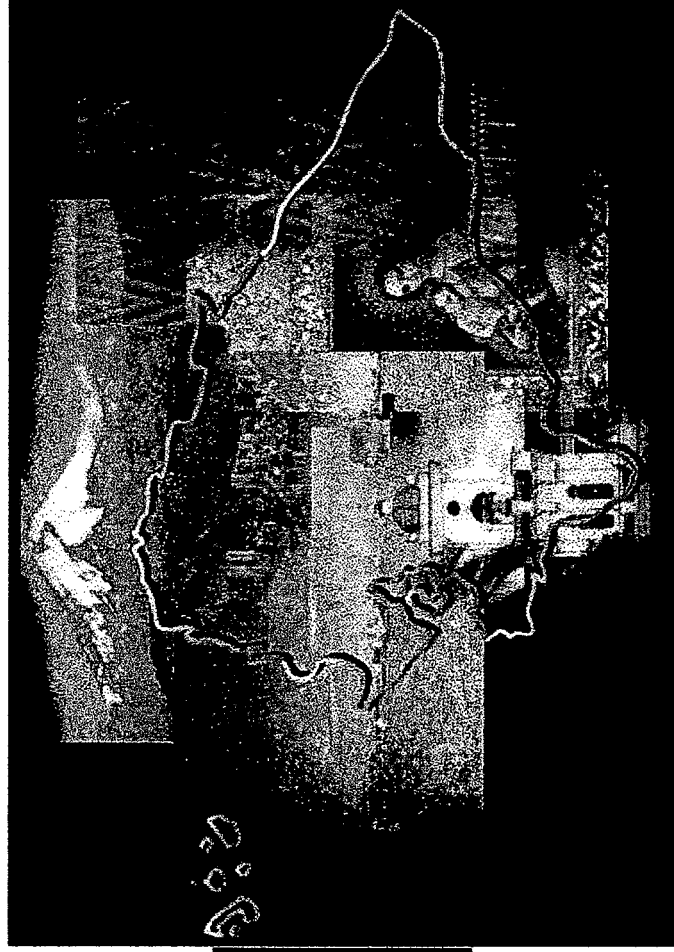
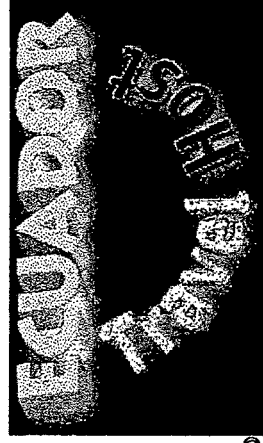
Lo cual garantiza por sí solo que la publicidad puesta en la revista llegará cada día a nuevos clientes potenciales, desde todos los puntos del globo.

Parte del servicio de la **Página Turística del Ecuador**, es seleccionar y ubicar en donde se encuentran los sitios de mayor atractivo turístico y de firmas más importantes, clasificadas por sector comercial. El que una empresa se incorpore a esta Página es ampliar el potencial de su negocio.

Además el crear una página virtual de turismo compromete a su creador a administrar el hardware, el software y la conexión Internet por la empresa. Y conjuntamente mantenerse al frente en tecnología, para brindar el servicio más competitivo del mercado.

3.1. Diseño de la página WEB.

Welcome to



[Spanish](#)

[English](#)

[French](#)

(c) 1997, [LatinHost](#)

[Home Page](#)

[Tabla de contenidos](#)

[Generalidades](#)

[Manual del Viajero](#)

[Sitios Turísticos](#)

[Arte y Cultura](#)

[e-mail](#)

(c) 1997, [LatinHost](#)

[Generalidades:](#)

[El país](#)

Capital: Quito

Puerto principal: Guayaquil

Área: 270.670 Km.2

[Límites:](#)

Norte: Colombia

Sur y Este: Perú

Oeste: Océano Pacífico

[Población, idioma y religión](#)

Población: Así como en otros países de Sud América, en Ecuador, existe una gran fusión de razas. El 81% está compuesto por raza mestiza que es la unión del indio con el blanco, también se encuentran la raza indígena en un 10% , un 8% de raza blanca y apenas un 1% de raza negra. En total conforman los 11.9 millones de personas que habitan en este territorio. El 56% de la población total reside en las zonas urbanas. Las comunidades indígenas se caracterizan por ser unas de las pocas etnias americanas que aún mantienen sus raíces culturales casi intactas, desde hace más de 500 años.

Visitar el Ecuador es conocer la amabilidad, alegría y calidez de su gente

Idioma oficial: Español y Quichua. Se habla muchos dialectos indígenas

Religión: Libertad de culto, predominio de la Religión Católica

[Índices económicos](#)

Moneda: La moneda oficial es el SUCRE (s/.). Usted puede cambiar en su hotel, en bancos o casa de cambio. La mayoría de las tarjetas de crédito son aceptadas en hoteles de las ciudades principales y en los grandes almacenes de las ciudades ecuatorianas.

Billetes: 1.000, 5.000, 10.000, 20.000, 50.000

Monedas: 50, 100, 500, 1000

Tipo de cambio: 1 USD.\$ = 3.890 (Mayo del 97).

Clima

El territorio Ecuatoriano tiene una variedad de microclimas, gracias a sus peculiares características geográficas.

Región Litoral: Es cálido, con temperaturas que van desde 25° C a 30° C. Durante el año hay dos estaciones, una lluviosa y una seca. La primera es caliente y húmeda por un período aproximadamente de seis meses (Diciembre a Mayo). La estación seca es el resto del año.

Región Interandina: El clima varía de acuerdo a la altitud, durante el año presenta un clima subtropical que prevalece en los Valles Andinos, en las áreas más altas es primavera en las tierras altas es frío. En los centros urbanos la temperatura varía desde 13°C a 18°C.

Región Amazónica: Generalmente tiene un clima cálido, húmedo y lluvioso. La temperatura varía desde los 23°C a 26°C. Esta región muestra una estación seca, por un período de tres meses (Octubre a Diciembre).

Región Insular: Es templado y seco, con temperaturas que oscilan entre los 22°C a 32°C, Un promedio anual de 25°C.

[Home Page](#)

[Tabla de contenidos](#)

[Generalidades](#)

[Manual del Viajero](#)

[Sitios Turísticos](#)

[Arte y Cultura](#)

[e-mail](#)

(c) 1997, [LatinHost](#)

[Manual del Viajero:](#)

[Requisitos de Visa](#)

Para entrar al Ecuador se requiere pasaporte. No se requiere visa para estadía de menos de 90 días. Antes de llegar la aerolínea le entregará una tarjeta de embarco/ desembarco que debe ser llenada y entregada al funcionario de inmigración. Solo ciudadanos de países con convenio como Colombia pueden entrar con documento de identidad sin necesidad de pasaporte.

[Aduanas](#)

Cada pasajero puede traer dos maletas de hasta 70 libras (31.8 kilos) cada una, más equipaje de mano, cámara de fotos o video, binoculares. Los equipos para filmación profesional, buceo y montañismo requieren un permiso especial.

[Bancos y Negocios](#)

La mayoría de oficinas y almacenes abren de 9h00 a 18h00 de Lunes a Viernes. Las oficinas de cambio de moneda también abren el Sábado por la mañana y toda la semana en los principales hoteles. No hay facilidades bancarias en áreas remotas. Se aceptan dólares de USA en todo el país.

[Vestido](#)

En la sierra la lana ligera es ideal y una chaqueta abrigada es indispensable después de la puesta del sol. Ropa de algodón es apropiada para la Amazonía, la costa y las Islas Galápagos. El vestido es informal. No olvide su traje de baño y buenos zapatos para caminar.

[Bebidas](#)

Hay agua mineral embotellada, con y sin gas, en todos los hoteles, barcos y campamentos. La cerveza ecuatoriana es muy buena y las bebidas gaseosas se encuentran en todas partes. Usualmente se sirve te o café luego de las comidas.

[Electricidad](#)

110 AC. La mayoría de los enchufes tienen terminales planos.

Salud

No hay requerimientos para la entrada. Las personas con afecciones cardíacas o presión alta deberán consultar con su médico sobre viajar a la altura, así como medidas preventivas para viajar a áreas tropicales. Agua embotellada está disponible en todas partes.

Niños

No recomendamos que niños muy pequeños participen de las excursiones. Los niños mayores de 8 años disfrutaran plenamente de las Islas Galápagos y las excursiones en el Continente. Los hoteles de las principales ciudades tienen facilidades para niños como menú especial, niñeras y camas extras o cunas.

DISEÑO
PAGINA MUSEOS
LINK CONLA REVISTA DE TURISMO

ARTE Y CULTURA.

MUSEOS

El corazón del pueblo ecuatoriano se refleja en su desarrollo artístico. En la pintura, escultura y música, los artistas ecuatorianos han tenido un recorrido de aproximadamente 5000 años.



El misticismo del arte precolombino.-

Las diversas culturas primitivas elaboraban figuras de barro y greda decorados con pigmentos naturales y figuras geométricas, también se crearon amuletos antropomorfos y zoomorfos con piedras, huesos y elementos de la naturaleza como semillas o tallos de madera, algunas de estas piezas de arte eran creadas para uso doméstico y otros para rituales de agradecimiento a sus dioses. Cabe destacar dentro de este arte la creación de los sombreros de paja toquilla y los tejidos, en especial los de las culturas primitivas de la sierra como los Otavalos o los Zuletas, que creaban prendas y tapices de grandes coloridos confeccionados en lana de alpaca y oveja. La belleza de este arte está en su originalidad, ya que no ha sufrido cambios a través de la historia.

La riqueza del arte Colonial.- A la llegada de los españoles se establecieron las escuelas de Bellas Artes de Sudamérica. En el Ecuador, con la ayuda de las congregaciones Franciscanas, se dio a conocer “La Escuela Quiteña”, llamada así por la excelencia de sus logros artísticos en el arte religioso católico, además por la perfección en el dibujo, la utilización del oro en las imágenes, el manejo de luz y de colores. Entre los artistas más prominentes de este período, encontramos a Manuel de Samaniego y Nicolás de Goribar. En el siglo XVIII, Bernardo de Legarda, Bernardo Rodríguez y Antonio Salas, como uno de los mejores exponentes en el arte ecuatoriano, nacionalizan el estilo Europeo del arte religioso, incorporando a sus obras un despliegue de objetos locales como frutas tropicales, rosas y pájaros. A este movimiento se lo denominó “Arte Popular”. En este mismo período se crea el arte en la cerámica y la loza, se empiezan a producir objetos de cerámica finos, incorporando colores como el azul y el café, diferentes a los europeos y con mayor calidad, destacándose Toribio Ávila.



Arte Republicano.- En el siglo XIX es el período en que la Audiencia de Quito se convierte en República del Ecuador tras las sucesivas Guerras de Independencia lo cual llevaría a una ruptura con el arte religioso influenciado por España en la época Colonial.

El arte participa de las transformaciones económicas y políticas del país. Antonio Salas y otros pintores de los que iniciaron los tiempos republicanos forman talleres de arte donde el retrato y el paisaje fueron las grandes temáticas en la pintura quiteña del siglo XIX. se retratan también a los generales de Guerra y las escenas de guerras de la independencia, a la burguesía y a los terratenientes que eran los nuevos poderosos de la época.

En el período marcista -de liberación de la sociedad antimilitarista y anticlerical- se crea en Quito el Liceo de Pintura en 1848 por E. Charton y en 1852 la Escuela Democrática de Miguel de Santiago, ambas en un período de pleno fervor liberal y democrático, lo cual desliga totalmente el arte de la religiosidad.

En 1872 García Moreno fundó la escuela de Bellas Artes con pensamientos liberales los cuales estaban dirigidos por Luis Cadena. Entre los pintores más sobresalientes de esta influencia liberal, que da una nueva tendencia a lo artístico en el país, resaltando el carácter nacional y tradicionalista dejando atrás muchos años de temática religiosa son: Luis A. Martínez, Antonio Salguero, César Villacrés, Alfonso Medina y entre los escultores más sobresalientes Caspicara, Zangurima y José Miguel Vélez.



El vivo rescate del sentimiento ecuatoriano en el arte contemporáneo.-

En el siglo XX el modernismo europeo con las tendencias de impresionismo y expresionismo influyen en los artistas nacionales como Pedro León y Camilo Égas que bajo esta tendencia retratan momentos cotidianos de la vida de los indígenas y burgueses de la época que más tarde influenciará un movimiento indigenista. Los desnudos de José Moscoso se deshacen de cualquier tradicionalismo. En la década de los 50, el realismo social se ve reflejado en las obras de Leonardo Tejada reconocido como gran acuarelista y José Enrique Guerrero que introduce el fauvismo. Entre los mayores exponentes más recientes, se reconoce el informalismo de Almeida, Guayasamín y Kingman por resaltar el movimiento indigenista a su mayor expresión y Oswaldo Viteri, quien deja de lado totalmente el informalismo y formalismo, creando valor en los signos y las cosas incorporadas a sus pinturas.



Museo Antropológico del Banco Central
del Ecuador y Guayaquil



QUITO

Museo Nacional
Avenida Patria y 6 de Diciembre

Museo de Arte Colonial
Cuenca 901 y Mejía

Museo "Alberto Mena Camaño"
Paisaje Espejo 1147

Museo "Aurelio Espinosa Polít"
José Nogales y Arcos, Cotacollao

Museo Ecuatoriano de Ciencias Naturales
Parque La Carolina

Museo Casa de Sucre
Venezuela 573 y Sucre

Museo Convento de San Diego
Calicuchima 117 y Fartán

Museo de Sitio del Rumicucho
San Antonio de Pichincha

Museo Templo de la Patria
Cima de la Libertad

Museo Etnográfico Mitad del Mundo
Monumento Mitad del Mundo

Museo "Guillermo Pérez Chiriboga"
Casa de la Cultura

Museo "Camilo Egas"
Venezuela 1302 y Esmeraldas

Museo "Jacinto Jijón"
Avenida 12 de Octubre y Carrión

Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana
2 de Octubre 555 y Patria

**Centro Cultural del
Instituto Geográfico Militar**
El Dorado

Museo Antropológico Shuar
Avenida 12 de Octubre 1430 y Wilson

Museo de Guayasamín
José Bosmediano 543

Museo Weilbauer
Avenida 12 de Octubre y Ladrón de Guevara

Museo Aeronáutico y del Espacio
Avenida de la Prensa,
base aérea Mariscal Sucre

Museo de la Medicina
García Moreno 524 y Avenida 24 de Mayo

Museo Casa de Benalcázar
Olmedo y Benalcázar

Vivarium
Santa María y Colón

Etnográfico
Venezuela s/n y Ante

GUAYAQUIL

Museo "Nahín Isafas"
Clemente Ballén y Pichincha

Museo "Félix Luque Plata"
Plaza Colón

Museo Municipal
Sucre entre Chile y Pedro Carbó

Museo Antropológico Banco Central
José Antepara y 9 de Octubre

Museo de Sitio Arqueológico
El Mogote, carretera a Salinas,
Chanduy-Guayaquil

Museo Histórico BAE Calderón
Cañar y 5 de Julio

Museo "Francisco Campos"
Lizardo García 225 y Vélez

Museo "Julio Viteri Gamboa"
Rocafuerte 205 y Loja

CUENCA

Museo Municipal de Arte Moderno
Sucre 1527 y Coronel Talbot

Museo Histórico Casa de los Tratados
Bolívar y Córdova

Museo de la Comunidad de Chordeleg
24 de Mayo 232

Museo Azuayo del Folclor
Luis Cordero 722

Museo del Banco Central
Calle Larga y
Avenida Huayna Cápac

Museo de Artes Populares
Hermano Miguel 323 y
Calle Larga

Museo de la Inmaculada Concepción
Hermano Miguel 633 y Juan Jaramillo



MUSEO FILANBANCO. (QUITO)

El museo Filanbanco posee una colección de pinturas, esculturas y otras manifestaciones de gran valor cultural e histórico que han sido recopiladas durante cinco años, la mayoría de sus obras de son de carácter religioso, pertenecieron a la Real Audiencia de Quito durante la época hispánica, época en la cual existió una gran influencia europea sobre el arte en América.



El museo ha dividido su colección de cuadros en cinco temas, relacionados con: la Santísima Trinidad, Vida, Pasión y Muerte de Jesucristo, Vida y advocaciones de la Virgen María, Vida y Gloria de San José, y cuadros con temas de santos y ángeles.

El Museo está ubicado en el corazón de la ciudad de Quito, (Edificio matriz), la entrada esta permitida al publico en general y es gratuita. Los siguientes cuadros presentados son una pequeña muestra de la valiosa colección que este museo posee.

Horario:

Lunes a Viernes 08 H 00 a 16H00.

Entrada: Gratuita.

MUSEO FILANBANCO. (Guayaquil)

Este museo cuenta con obras muy similares a las del museo en Quito, también tiene piezas escultóricas y grabados antiguos.

Horario:

Lunes a Viernes 08 H 00 a 16H00.

Entrada: Gratuita.

MUSEO SAN FRANCISCO. (Quito)



Las obras que se encuentran en este museo representan la variedad y calidad de la colección franciscana. Arte religioso colonial de los siglos XVI XVII XVIII XIX lienzos tallas en madera y piedra, textiles, trípticos y en arquitectura cuenta con zaquizamies y artesanos.

Dirección Plaza de San Francisco

Teléfono 581 281

Horario: Martes a sábado 09:00 a 18:00

Domingos 09:00 a 17:00

Entrada : 2000s/ y 5000s/. extranjeros.

MUSEO JACINTO JIJÓN Y CAAMAÑO. (Quito)

El Museo Jacinto Jijón y Caamaño se encuentra en una de las salas de exposiciones de la Pontificia Universidad Católica. Tiene una muestra muy buena de piezas de cerámica precolombina y de Arte Colonial, cuenta, además, con una excelente colección de arte Republicano.

Dirección: Av. 12 de Octubre 1842.

Horario:

Lunes a viernes 09H 00 a 16 H 00.

Entrada: 1000 s/.



MUSEO GUAYASAMÍN. (Quito)

En el sector de Bellavista de la ciudad de Quito, se encuentra el Museo del, internacionalmente reconocido, pintor Oswaldo Guayasamín. Aquí se encuentran expuestas piezas de arte precolombino y colonial, pinturas de Oswaldo Guayasamín e interesantes colecciones de joyas artísticas y arte contemporáneo.

Dirección: Av. Bosmediano 543.

Horarios:

Lunes a Sábados de 9 H 00 a 18 H 00.

teléfono: 242 779.



MUSEO ARTE COLONIAL. (Quito)

Donde actualmente se encuentra el Museo de Arte Colonial, es una casa construida en el siglo XVI en el sector de los tejares de la ciudad de Quito. La colección de arte, que encierra este recinto, fue de la familia Flores y Caamaño. Con el tiempo se enriquece con la colección del señor Pacífico Chiriboga, reconocido por su cultura en las artes.

Entre las obras artísticas más valiosas de las colecciones del museo están Las Estaciones de "la Virgen de las Flores", de

Miguel de Santiago. "La huida de Egipto", "la Divina Pastora", "los Vicios y las Virtudes de las comunidades Europeas" de Manuel de Samaniego. "El Cristo Resucitado y la Dolorosa de Manuel Chili (Caspicara)" y la bellísima obra de Legarda "Santa Rosa de Lima".

Dirección: Cuenca # 915 y Mejía.

Teléfono: 212297

Entrada: 1000 s/.



MUSEO CASA DE LA CULTURA. (Quito)

El museo de la casa de la cultura Ecuatoriana fue fundado el 9 de Agosto de 1944, en el periodo presidencial del Dr. José María Velasco Ibarra. El Museo exalta el sentimiento de unidad nacional y afirma en la conciencia de los ecuatorianos los valores artísticos de la patria.

Los museos cuentan con las siguientes salas de exposiciones: "Pedro León" y "Joaquín Pinto" con pintura y escultura del siglo XIX y de los años 30.; "Manuel Rendón S." y "Miguel de Santiago", para exposiciones temporales; "Diego Paredes", con pintura contemporánea y "Pedro Traversari" de instrumentos musicales.

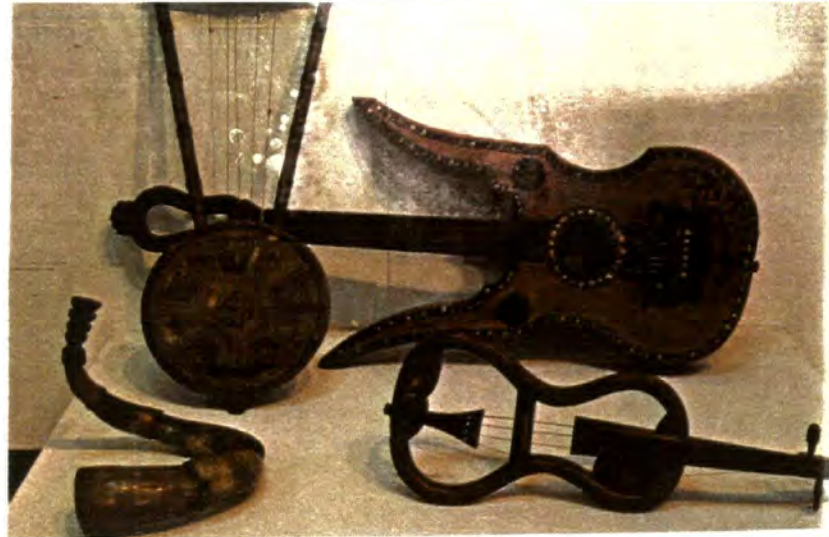
La colección de los Museos en el C.C.E. cuentan con:

ARTE: Pintura del siglo XIX y escultura y pintura del siglo XX, con obras representativas del periodo de la república, ejecutadas por Antonio Salas, padre de toda una generación plástica, Luis Cadena, Rafael Troya, Joaquín Pinto, Juan Manosalvas, José Grijalva y Luis A. Martínez, entre otros, se exhiben en la sala "Pedro León". En la misma sala se

encuentran los Pintores Diógenes Paredes, Víctor Mideros, Camilo Egas, Pedro León, Alberto Coloma Silva, Leonardo Tejada, Luis Moscoso, Galo Galecio, Piedad Paredes, José Enrique Guerrero, Oswaldo Guayasamín, Eduardo Kingman, entre otros, correspondientes al movimiento Indigenista que caracteriza los años 30.

ETNOGRAFÍA: La colección presenta piezas de la cultura del país. Materiales de distintas regiones del país, indumentaria típica de uso diario y ceremonial, implementos de trabajo, alfarería, máscaras. La colección lleva el nombre de "Pío Jaramillo A." ilustre investigador ecuatoriano.

INSTRUMENTOS MUSICALES: La CCE en los años 50 adquirió una valiosa colección de instrumentos musicales europeos y americanos que habían coleccionado las familias ecuatorianas a lo largo de los años. En la colección también se encuentran instrumentos musicales fabricados por culturas endémicas del Ecuador.



MUSEO DE ARTESANÍAS DEL M.T.R.E. (Quito)

Este museo se encarga de promocionar la artesanía tradicional y contemporánea de la cultura popular del Ecuador, promueve a la vez el acercamiento entre las comunidades artesanales del país a través del mejor conocimiento del conjunto cultural y los bienes artesanales.

El museo cuenta con una colección de tejidos, prendas de vestir, objetos de barro, tapices, joyas, juguetes. Todos estos elaborados por artesanos del Ecuador.

Dirección: Av. 12 de Octubre 1738 y Madrid.

Teléfono 503873.

Horario Lunes a sábado 9:00 a 17:00.



MUSEO ANTROPOLÓGICO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (Guayaquil).

Posee piezas de arqueología de la Costa ecuatoriana con 850 piezas. También de arte contemporáneo del Ecuador en la exposición "Nuestros Pintores de la Patria".

Dirección: José de Anteparra y 9 de Octubre.
teléfono: 327 402

Horario:

Martes a Viernes de 10:00 a 18:00

Sabados 10:00 16:00

Domingos 10:00 14:00



Posee piezas de arqueología de la Costa ecuatoriana con 850 piezas. También de arte contemporáneo del Ecuador en la exposición "Nuestros Pintores de la Patria".

Dirección: José de Anteparra y 9 de Octubre.
teléfono: 327 402

Horario:

Martes a Viernes de 10:00 a 18:00

Sabados 10:00 16:00

Domingos 10:00 14:00

MUSEO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL. (Guayaquil)

En este museo es donde reposa el acta original de la fundación de la ciudad. Hay salas con exposiciones de cerámica precolombina y objetos tallados en piedra. Además en el museo se presentan continuas exposiciones de artistas nacionales y extranjeros.

Dirección: Sucre entre Chile y Pedro Carbó.
teléfono 516391

Horario

Martes a Viernes 10:00 a 19:00

MUSEO NAHIM ISAIAS. (Guayaquil).

Posee colecciones de arte Colonial con 300 piezas y de arqueología del Litoral con 2.800 piezas. Se realizan, dentro de las salas del museo, conferencias sobre arte, lanzamientos de libros y conciertos.

Dirección: Av Pinchincha y Clemente Ballén.
Telefono 562200

Horario Lunes a Viernes de 10:00 a 17:00.

MUSEO DEL INSTITUTO OTAVALEÑO DE ANTROPOLOGÍA (Ibarra).

El museo de etnografía, se compone de maquetas en las que presentan las fiestas populares de la región e instrumentos musicales y la sala de Arqueología del Ecuador. Las actividades que desempeña son de investigación en Ciencias Sociales y Publicaciones. además brinda servicios de Biblioteca.

Dirección: Av. de los Sarances
teléfono: 920 321
Horarios:
Martes a Viernes 08 H 30 a 12 H 30
y 14 H 30 a 18 H 30
Sábados 09 H 00 a 12 H 00.
Entrada: 500 s/.

MUSEO DEL MONASTERIO DE LA CONCEPCIÓN.(Cuenca).

El museo se encuentra en un claustro hermoso que perteneció a las madres conceptas, es el museo de arte Religioso más importante que existe en el país.

Dirección: Hermano Miguel 6-33

Telefono 830625

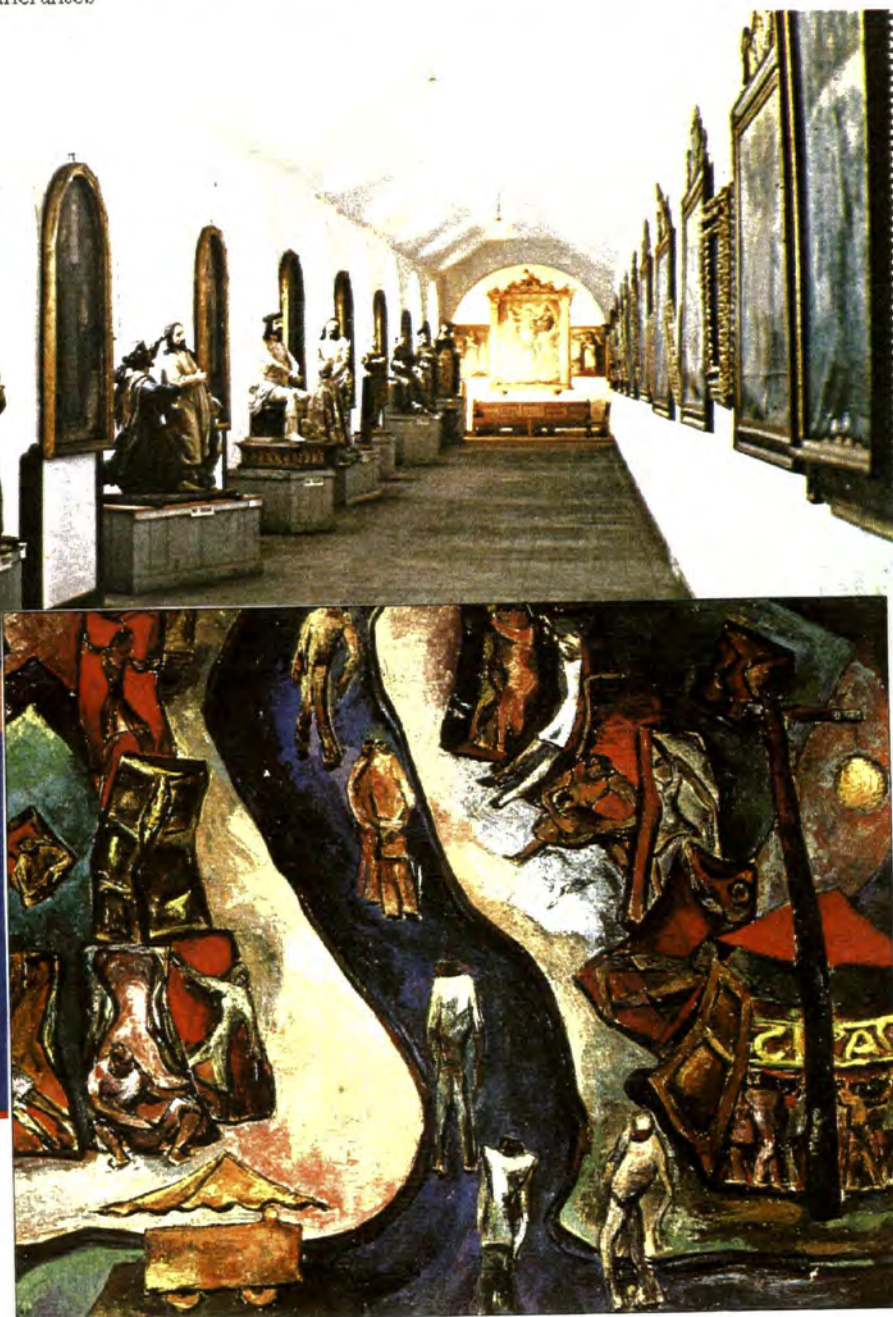
Horario Lunes 14:30 a 17:30

Martes a Viernes 9:30 a 17:30

Sábados 10:00 a 13:00

MUSEO MUNICIPAL DE ARTE MODERNO. (Cuenca).

Sus exposiciones de arte contemporaneo, Pintura y escultura, sus salas albergan la bienal de pintura de cuenca, sus colecciones son permanentes e itinerantes



MUSEO ARQUEOLÓGICO DEL BANCO DEL PACIFICO. (Guayaquil).



En sus salas tiene una exposición permanente de arqueología y una colección de sellos precolombinos.

Realiza proyecciones musicales de danza y de arte, talleres para niños, realización de títeres para las escuelas, colegios y minusválidos, conferencias y charlas de varios temas y publicaciones.

Dirección P. Ycaza 113 y Pichincha.

Telefono 566010

Horario: Lunes a Viernes 9:00 a 18:00.

MUSEO DE SITIO "LOS AMANTES DE SUMPA". (Guayaquil).



Este museo posee piezas arqueológicas de las culturas de la costa. Su mayor tesoro son dos esqueletos encontrados en perfecto estado, aparentemente un hombre y una mujer que murieron juntos y permanecieron más de 500 años enterrados juntos antes de ser descubiertos.

Las piezas se encuentran en la ciudad de Guayaquil en custodia del Banco Central del Ecuador. Las exposiciones son esporádicas.



MUSEO DEL BANCO CENTRAL "Sala del Oro". (Quito).

"En el Ecuador, y en el mundo andino Aborigen, el brillo del oro y de otros metales preciosos, era la principal muestra visible del poder jerarquía y riqueza. Este resplandor estaba presente, tanto en los más importantes objetos de culto religioso como en adornos que llevaban sobre el cuerpo y vestimenta los individuos más relevantes de la sociedad gobernantes y sacerdotes. El simbolismo del brillo y el color metálicos persistió en el mundo Andino desde las épocas más tempranas hasta el momento de la conquista Europea. En su afán por obtener un aprovechamiento máximo de las características del brillo y el color de los metales preciosos, los orfebres andinos desarrollaron un extraordinario nivel tecnológico".(catálogo sala de oro Banco Central).

El museo del Oro del Banco Cental es uno de los más hermosos del Ecuador. El museo del Banco Central tiene exposiciones en todo el territorio del país, dentro de sus colecciones podemos encontrar piezas precolombinas, figurillas de las diferentes culturas aborígenes y piezas de oro del período incaico.

Dirección: Venezuela 302 y Esmeraldas.

Teléfono 514511

Horario: Lunes a Viernes 09:00 a 13:00 15:00 a 17:00

Entrada: Gratuita.



3.2. Información básica de una página de turismo electrónica.

En el aspecto físico, de la revista de turismo, se encuentra un índice que facilita la navegación dentro de la misma.

El índice de contenidos de la página señalará eventos importantes, oportunidades, problemas o advertencias a los usuarios del Web Site. Generará, por otra parte, una visión amplia sobre los recursos turísticos existentes en el país.

La metodología de crear un índice de contenidos se divide en cuatro partes esenciales: Atractivos turísticos, Facilidades turísticas, Infraestructura y Actividades de esparcimiento, nocturnas, deportivas, ecologistas, etc...

En cada sección del índice existe un registro de información del área y la evaluación de los atractivos.

El siguiente esquema presenta los temas a tratarse en la revista de turismo y el índice de contenidos de la página.

LATINHOST SU ESPACIO VIRTUAL . . .

TRAVEL HOST

Guía turística del Ecuador

1.- Generalidades (Datos importantes)

- 1.1. Datos geográficos
- 1.2. Población ecuatoriana
- 1.3. Transporte y comunicaciones
- 1.4. Indices económicos
- 1.5. Principales ciudades del Ecuador
- 1.6. Breve historia del Ecuador

2.- Cultura y arte

- 2.1. Artesanías del Ecuador
- 2.2. Mercados y ferias indígenas
- 2.3. Lugares y centros históricos
- 2.4. Ruinas y lugares arqueológicos
- 2.5. Museos
- 2.6. Centros comerciales
- 2.7. Música y literatura
- 2.8. Gastronomía
- 2.9. Grupos étnicos
- 2.10. Arquitectura
- 2.11. Acontecimientos programados y vida nocturna

3.- Sitios naturales

- 3.1. Parques nacionales y reservas ecológicas
- 3.2. Costas y playas

3.3. Fotos, Gráficos, Mapas y Sonidos.

Las fotos de los paisajes del Ecuador han sido recopiladas de forma independiente. Cualquier paisaje no es válido, si bien es cierto el Ecuador posee una gran riqueza en la diversidad del paisaje pero es necesario captar una buena toma en la fotografía para promoción, ya que una buena imagen puede decir mucho más que cientos de palabras.

Los gráficos en la página están diseñados con el fin de que esta resulte vistosa y atractiva a la vista, también cabe resaltar que los colores de la página no pueden ser muy brillantes dado que el computador irrita la vista muy fácilmente y un color demasiado brillante causaría la perdida del usuario, un color demasiado bajo causaría aburrimiento. Los colores del diseño de gráficos son: negro para el fondo y el amarillo, azul y rojo para textos.

3.4. Financiamiento de la revista virtual.

Dado que la implementación de una página WEB es dinámica y actualizable, involucra una inversión y sobre todo un costo en su constante actualización y mantenimiento, se sugiere que parte de la inversión inicial y los costos de mantenimiento se solventen a través del cobro de valores a los hoteles, centros comerciales, líneas aéreas u otras empresas de carácter privado que deseen que su información se incluya en la página.

Para cualquier empresa de turismo correr su propio servidor resultaría extremadamente costoso por todo el Hardware, software, entrenamiento del personal técnico, la conexión permanente a Internet, los cargos de la compañía de teléfonos y la Administración del Sistema, que implican ingentes gastos por mes.

3.5. Break Even Point del proyecto. Análisis Económico, ANÁLISIS ECONÓMICO.

A fin de analizar la **sensibilidad** del proyecto, se realizó un estudio del **punto de equilibrio** o break even point, esto es el cálculo del volumen mínimo de ventas para cubrir los costos.

Los ingresos por ventas se generan en el cobro de 80 dólares mensuales por el diseño y mantención de la página, más 40 dólares mensuales por el arriendo del servidor (INTERNET).

Los costos totales de operación, resultan de la suma de los costos variables más los costos fijos. Estos últimos suman 850 dólares. Los costos variables ascienden a 60 dólares mensuales por página.

En consecuencia, la ecuación a resolver es la siguiente:

$$\begin{aligned}
 IT &= CT \\
 IT &= CF + CV \\
 120 * X &= 850 + 60 * X. \\
 (120 - 60) * X &= 850 \\
 60 * X &= 850 \\
 X &= 14.
 \end{aligned}$$

Esto es, el volumen mínimo de ventas, para no tener pérdidas, es de 14 páginas mensuales. Ello significa un ingreso de \$1680 mensuales. (14 * 120).

BREAK EVEN POINT

VENTA

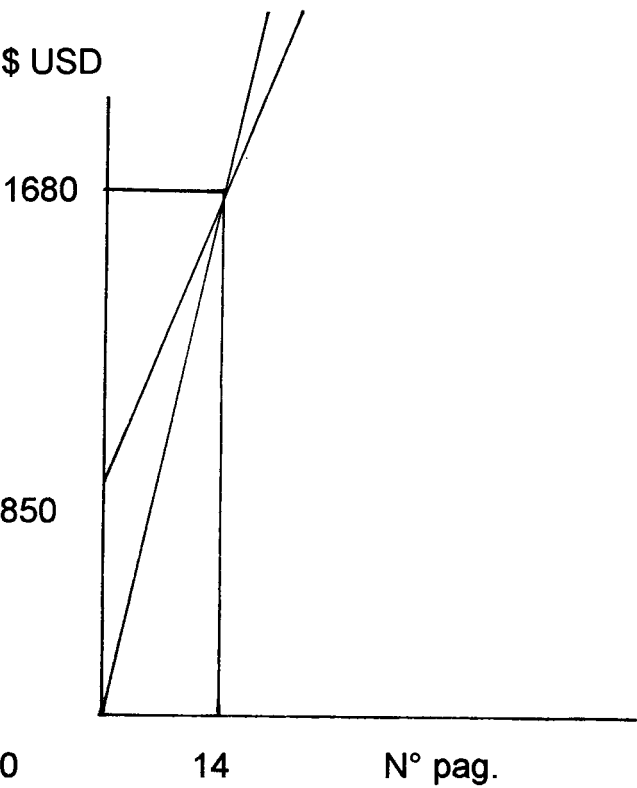
1PÁGINA(creación)	80,00
Arriendo	40,00
	120,00

COSTO VARIABLE

Arriendo	10,00
diseño	50,00
	60,00

COSTO FIJO

Arriendo servidor	750,00
computadoras	50,00
luz	20,00
arriendo ofic	30,00
	850,00



3.6. Aspectos Legales de la revista.

Al crear una revista de promoción del Patrimonio Turístico del Ecuador, es necesario observar las cláusulas de la ley Ecuatoriana que regulan los efectos de la promoción de los recursos del país. Y, a la vez, es necesario crear políticas internas para la revista, por el simple hecho de que ésta, es un aporte cultural a la sociedad nacional y mundial y no debe verse afectada por hechos contrarios a los que señalan las leyes Constitucional del Ecuador.

4. MUSEOS.

Museo es el lugar donde permanentemente se exhibe ante el público colecciones, obras de arte, hallazgos arqueológicos. Generalmente están a cargo de un Estado, instituciones, corporaciones de derecho público o entidades benéficas. Su organización y disposición ha dado parte y lugar a la ciencia llamada Museología.

Museología es la ciencia que usa la técnica de la clasificación, descripción y catalogación del museo, es decir, a la vida del mismo.

La cultura cumple un papel importante en la formación del hombre, y ésta viene dada con la educación. Es una forma particular con que el hombre se enfrenta a la naturaleza, cómo la concibe transformándose a sí mismo. La cultura va con la creación del hombre siendo paralela a ella, pues se manifiesta en sus costumbres, lenguaje e ideas.

4.1. Promoción de Museos por Internet.

Para la creación de la página de museos, se tomarán en cuenta las obras de arte principales o los elementos de la exposición que sean más representativos. De cada Museo se hará una breve síntesis explicativa sobre su origen e historia, lugar geográfico, accesibilidad, horas de visita, clasificación de la colección, precios de la entrada, etc.. Todos los datos,

que sean posibles recopilar y que además sean de interés turístico, serán incorporados a la página.

La página en sí tiene diversos gráficos y opciones de entrada y salida, los que le dan vida. Los colores utilizados van de acuerdo al tipo de gráfico insertado, que resaltan la figura con tonalidades tenues.

4.2. Museos del Ecuador.

En el Ecuador existen 168 museos, registrados en la Biblioteca del Banco Central, es muy difícil conseguir información sobre todos estos y de algunos es casi inexistente.

En la siguiente lista se han recopilado, los museos, de mayor importancia del país. Muchos de estos están financiados por el presupuesto del Estado Ecuatoriano, donaciones o por fundaciones privadas.

En esta lista no se han incluido colecciones de arte privadas ya que los turistas no tienen fácil accesibilidad a esta.

MUSEOS QUITO.

MUSEO DE ARTE FILANBANCO

Av. Amazonas y Naciones Unidas, Edif. Matriz

MUSEO NACIONAL DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Av. Patria y 6 de Diciembre

MUSEO DE ARTE COLONIAL

Cuenca 901 y Mejía

MUSEO ALBERTO MENA CAAMAÑO

Paisaje Espejo 1147

MUSEO “AURELIO ESPINOZA POLIT”

José Nogales y Arcos, Cotacollao

MUSEO ECUATORIANO DE CIENCIAS NATURALES

Parque la Carolina

MUSEO CASA DE SUCRE

Venezuela 537 y Sucre.

MUSEO CONVENTO DE SAN DIEGO

Calicuchima 117 y Fartán.

MUSEO DE SITIO RUMICUCHO

San Antonio de Pichincha.

MUSEO TEMPLO DE LA PATRIA

Cima de la Libertad

MUSEO ETNOGRAFICO MITAD DEL MUNDO

Monumento de la Mitad del Mundo.

MUSEO “GULLERMO PÉREZ CHIRIBOGA”

Casa de la Cultura

MUSEO CAMILO EGAS

Venezuela 1302 y Esmeraldas

MUSEO JACINTO JIJÓN Y CAAMAÑO

Av. 12 de Octubre y Carrión.

MUSEO CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA

12 de Octubre 555 y Patria.

CENTRO CULTURAL DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR

El Dorado

MUSEO ANTROPOLÓGICO SHUAR.

Av. 12 de Octubre y Wilson.

MUSEO DE GUAYASAMIN

José Bosmediano 543.

MUSEO AERONAUTICO DEL ESPACIO

Base aérea Mariscal Sucre

MUSEO DE MEDICINA

García Moreno 542 y Av. 24 de Mayo

MUSEO CASA DE BENALCAZAR

Olmedo y Benalcázar

VIVARIUM

Santa María y Colón

MUSEO ETNOGRAFICO

Venezuela y Ante

MUSEO SAN FRANCISCO.

Plaza San Francisco y Cuenca 477.

MUSEOS GUAYAQUIL

MUSEO DE “LOS AMANTES DE SUMPA”.

MUSEO NAHIN ISAIAS

Clemente Ballén y Pichincha.

MUSEO MUNICIPAL

Plaza Colón.

MUSEO ANTROPOLÓGICO BANCO CENTRAL.

José Anteparra y 9 de octubre.

MUSEO JULIO VITERI Y GAMBOA.

Roca Fuerte 205 y Loja.

MUSEO ARQUEOLÓGICO BANCO DEL PACÍFICO.

Pasaje Ycaza 113 y Pichincha.

MUSEOS CUENCA

MUSEO MUNICIPAL DE ARTE MODERNO

Sucre y Coronel Talbot

MUSEO HISTORICO CASA DE LOS TRATADOS

Bolívar y Córdoba.

MUSEO AZUAYO DEL FOLKLOR

Luis Cordero 722

MUSEO DE ARTES POPULARES.

Hermano Miguel 323 y Calle Larga.

MUSEO DE LA INMACULADA CONCEPCIÓN

Hermano Miguel 633 y Juan Jaramillo.

4.3. Información básica de los Museos del Ecuador para la revista de turismo en INTERNET.

Para la revista de turismo en INTERNET, en el ítem Museos, se colocará primero una corta explicación sobre el arte ecuatoriano y, a continuación, un listado de los museos más importantes del país con su respectiva dirección y localización. Esto facilitará la comprensión del porque de los museos y sus contenidos al turista. o visitante de la revista.

4.3.1. Contenido explicativo del arte ecuatoriano en la revista de Turismo.

ARTE Y CULTURA,

MUSEOS

El corazón del pueblo ecuatoriano se refleja en su desarrollo artístico. En la pintura, escultura y música, los artistas ecuatorianos han tenido un recorrido de aproximadamente 5000 años.

El misticismo del arte precolombino.- Las diversas culturas primitivas elaboraban figuras de barro y greda decorados con pigmentos naturales y figuras geométricas, también se crearon amuletos antropomorfos y zoomorfos con piedras, huesos y elementos de la naturaleza como semillas o tallos de madera, algunas de estas piezas de arte eran creadas

para uso doméstico y otros para rituales de agradecimiento a sus dioses. Cabe destacar dentro de este arte la creación de los sombreros de paja toquilla y los tejidos, en especial los de las culturas primitivas de la sierra como los Otavalos o los Zuletas, que creaban prendas y tapices de grandes coloridos confeccionados en lana de alpaca y oveja. La belleza de este arte está en su originalidad, ya que no ha sufrido cambios a través de la historia.

La riqueza del arte Colonial.- A la llegada de los españoles se establecieron las escuelas de Bellas Artes de Sudamérica. En el Ecuador, con la ayuda de las congregaciones Franciscanas, se dio a conocer “La Escuela Quiteña”, llamada así por la excelencia de sus logros artísticos en el arte religioso católico, además por la perfección en el dibujo, la utilización del oro en las imágenes, el manejo de luz y de colores. Entre los artistas más prominentes de este período, encontramos a Manuel de Samaniego y Nicolás de Goribar. En el siglo XVIII, Bernardo de Legarda, Bernardo Rodríguez y Antonio Salas, como uno de los mejores exponentes en el arte ecuatoriano, nacionalizan el estilo Europeo del arte religioso, incorporando a sus obras un despliegue de objetos locales como frutas tropicales, rosas y pájaros. A este movimiento se lo denominó “Arte Popular”. En este mismo período se crea el arte en la cerámica y la loza, se empiezan a producir objetos de cerámica finos, incorporando colores como el azul y el café, diferentes a los europeos y con mayor calidad, destacándose Toribio Ávila.

Arte Republicano.- En el siglo XIX es el período en que la Audiencia de Quito se convierte en República del Ecuador tras las sucesivas Guerras de Independencia lo cual llevaría a una ruptura con el arte religioso influenciado por España en la época Colonial.

El arte participa de las transformaciones económicas y políticas del país. Antonio Salas y otros pintores de los que iniciaron los tiempos republicanos forman talleres de arte donde el retrato y el paisaje fueron las grandes temáticas en la pintura quiteña del siglo XIX. se retratan también a los generales de Guerra y las escenas de guerras de la independencia, a la burguesía y a los terratenientes que eran los nuevos poderosos de la época.

En el período marcista -de liberación de la sociedad antimilitarista y anticlerical- se crea en Quito el Liceo de Pintura en 1848 por E. Charton y en 1852 la Escuela Democrática de Miguel de Santiago, ambas en un período de pleno fervor liberal y democrático, lo cual desliga totalmente el arte de la religiosidad.

En 1872 García Moreno fundó la escuela de Bellas Artes con pensamientos liberales los cuales estaban dirigidos por Luis Cadena. Entre los pintores más sobresalientes de esta influencia liberal, que da una nueva tendencia a lo artístico en el país, resaltando el carácter nacional y tradicionista dejando atrás muchos años de temática religiosa son: Luis A. Martínez, Antonio Salguero, César Villacrés, Alfonso Medina y ente los escultores más sobresalientes Caspicara, Zangurima y José Miguel Vélez.

El vivo rescate del sentimiento ecuatoriano en el arte contemporáneo.- En el siglo XX el modernismo europeo con las tendencias de impresionismo y expresionismo influyen en los artistas nacionales como Pedro León y Camilo Egas que bajo esta tendencia retratan momentos cotidianos de la vida de los indígenas y burgueses de la época que más tarde influenciará un movimiento indigenista.

Los desnudos de José Moscoso se deshacen de cualquier tradicionalismo. En la década de los 50, el realismo social se ve reflejado en las obras de Leonardo Tejada reconocido como gran acuarelista y José Enrique Guerrero que introduce el fauvismo. Entre los mayores exponentes más recientes, se reconoce el informalismo de Almeida, Guayasamín y Kingman por resaltar el movimiento indigenista a su mayor expresión y Oswaldo Viteri, quien deja de lado totalmente el informalismo y formalismo, creando valor en los signos y las cosas incorporadas a sus pinturas

4.3.2. Contenido explicativo de algunos museos del Ecuador.

MUSEO FILANBANCO. (QUITO)

El museo Filanbanco posee una colección de pinturas, esculturas y otras manifestaciones de gran valor cultural e histórico que han sido recopiladas durante cinco años, la mayoría de sus obras de son de carácter religioso, pertenecieron a la Real Audiencia de Quito durante la época

hispánica, época en la cual existió una gran influencia europea sobre el arte en América.

El museo ha dividido su colección de cuadros en cinco temas, relacionados con: la Santísima Trinidad, Vida, Pasión y Muerte de Jesucristo, Vida y advocaciones de la Virgen María, Vida y Gloria de San José, y cuadros con temas de santos y ángeles.

El Museo está ubicado en el corazón de la ciudad de Quito, (Edificio matriz), la entrada esta permitida al público en general y es gratuita. Los siguientes cuadros presentados son una pequeña muestra de la valiosa colección que este museo posee.

Horario:

Lunes a Viernes 08 H 00 a 16H00.

Entrada: Gratuita.

MUSEO FILANBANCO. (Guayaquil)

Este museo cuenta con obras muy similares a las del museo en Quito, también tiene piezas escultóricas y grabados antiguos.

Horario: Lunes a Viernes 08 H 00 a 16H00.

Entrada: Gratuita.

MUSEO SAN FRANCISCO. (Quito)

Las obras que se encuentran en este museo representan la variedad y calidad de la colección franciscana. Arte religioso colonial de los siglos XVI XVII XVIII XIX lienzos tallas en madera y piedra, textiles, trípticos y en arquitectura cuenta con saquizimies y artesanos.

Dirección Plaza de San Francisco.

Telefono 581 281

Horario: Martes a sábado 09:00 a 18:00

Domingos 09:00 a 17:00

Entrada : 2000s/ y 5000s/. extranjeros.

MUSEO JACINTO JIJÓN Y CAAMAÑO. (Quito)

El Museo Jacinto Jijón y Caamaño se encuentra en una de las salas de exposiciones de la Pontificia Universidad Católica. Tiene una muestra muy buena de piezas de cerámica precolombina y de Arte Colonial, cuenta, además, con una excelente colección de arte Republicano.

Dirección: Av. 12 de Octubre 1842.

Horario:

Lunes a viernes 09H 00 a 16 H 00.

Entrada: 1000 s/.

MUSEO GUAYASAMÍN. (Quito)

En el sector de Bellavista de la ciudad de Quito, se encuentra el Museo del, internacionalmente reconocido, pintor Oswaldo Guayasamín. Aquí se encuentran expuestas piezas de arte precolombino y colonial, pinturas de Oswaldo Guayasamín e interesantes colecciones de joyas artísticas y arte contemporáneo.

Dirección: Av. Bosmediano 543.

Horarios:

Lunes a Sábados de 9 H 00 a 18 H 00.

teléfono: 242 779.

MUSEO ARTE COLONIAL. (Quito)

Donde actualmente se encuentra el Museo de Arte Colonial, es una casa construida en el siglo XVI en el sector de los tejares de la ciudad de Quito. La colección de arte, que encierra este recinto, fue de la familia Flores y Caamaño. Con el tiempo se enriquece con la colección del señor Pacífico Chiriboga, reconocido por su cultura en las artes.

Entre las obras artísticas más valiosas de las colecciones del museo están Las Estaciones de “la Virgen de las Flores”, de Miguel de Santiago. “La huida de Egipto”, “la Divina Pastora”, “los Vicios y las Virtudes de las comunidades Europeas” de Manuel de Samaniego. “El Cristo Resucitado y la Dolorosa de Manuel Chili (Caspicara) y la bellísima obra de Legarda “Santa Rosa de Lima”.Dirección: Cuenca # 915 y Mejía.

Telefono: 212297

Entrada: 1000 s/.

MUSEO CASA DE LA CULTURA.(Quito)

El museo de la casa de la cultura Ecuatoriana fue fundado el 9 de Agosto de 1944, en el período presidencial del Dr. José María Velasco Ibarra. El Museo exalta el sentimiento de unidad nacional y afirma en la conciencia de los ecuatorianos los valores artísticos de la patria .

Los museos cuentan con las siguientes salas de exposiciones: “Pedro León” y “Joaquín Pinto” con pintura y escultura del siglo XIX y de los años 30.; “Manuel Rendón S.” y “Miguel de Santiago”, para exposiciones temporales; “Diego Paredes”, con pintura contemporánea y “Pedro Traversari” de instrumentos musicales.

La colección de los Museos en al C.C.E. cuentan con:

ARTE: Pintura del siglo XIX y escultura y pintura del siglo XX, con obras representativas del período de la república, ejecutadas por Antonio Salas, padre de toda una generación plástica, Luis Cadena, Rafael Troya, Joaquín Pinto, Juan Manosalvas, José Grijalva y Luis A. Martínez, entre otros, se exhiben en la sala “Pedro León”. En la misma sala se encuentran los Pintores Diógenes Paredes, Víctor Mideros, Camilo Egas, Pedro León, Alberto Coloma Silva, Leonardo Tejada, Luis Moscoso, Galo Galecio, Piedad Paredes, José Enrique Guerrero, Oswaldo Guayasamín, Eduardo Kingman, entre otros, correspondientes al movimiento Indigenista que caracteriza los años 30.

ETNOGRAFÍA: La colección presenta piezas de la cultura del país. Materiales de distintas regiones del país, indumentaria típica de uso diario y ceremonial, implementos de trabajo, alfarería, máscaras. La colección lleva el nombre de “Pío Jaramillo A.” ilustre investigador ecuatoriano.

INSTRUMENTOS MUSICALES: La CCE en los años 50 adquirió una valiosa colección de instrumentos musicales europeos y americanos que habían coleccionado las familias ecuatorianas a lo largo de los años. En la colección también se encuentran instrumentos musicales fabricados por culturas endémicas del Ecuador.

MUSEO DE ARTESANÍAS DEL M.T.R.E. (Quito)

Este museo se encarga de promocionar la artesanía tradicional y contemporánea de la cultura popular del Ecuador, promueve a la vez el acercamiento entre las comunidades artesanales del país a través del mejor conocimiento del conjunto cultural y los bienes artesanales.

El museo cuenta con una colección de tejidos, prendas de vestir, objetos de barro, tapices, joyas, juguetes. Todos estos elaborados por artesanos del Ecuador.

Dirección: Av. 12 de Octubre 1738 y Madrid.

Telefono 503873.

Hoario Lunes a sábado 9:00 a 17:00.

MUSEO ANTROPOLÓGICO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (Guayaquil).

Posee piezas de arqueología de la Costa ecuatoriana con 850 piezas. También de arte contemporáneo del Ecuador en la exposición “Nuestros Pintores de la Patria”.

Dirección: José de Anteparra y 9 de Octubre.

telefono: 327 402

Horario:

Martes a Viernes de 10:00 a 18:00

Sabados 10:00 16:00

Domingos 10:00 14:00

MUSEO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL. (Guayaquil)

En este museo es donde reposa el acta original de la fundación de la ciudad. Hay salas con exposiciones de cerámica precolombina y objetos tallados en piedra. Además en el museo se presentan continuas exposiciones de artistas nacionales y extranjeros.

Dirección: Sucre entre Chile y Pedro Carbó.

teléfono 516391

Horario

Martes a Viernes 10:00 a 19:00

MUSEO NAHIM ISAIAS. (Guayaquil).

Posee colecciones de arte Colonial con 300 piezas y de arqueología del Litoral con 2.800 piezas. Se realizan, dentro de las salas del museo, conferencias sobre arte, lanzamientos de libros y conciertos.

Dirección: Av Pinchincha y Clemente Ballén.

Telefono 562200

Horario Lunes a Viernes de 10:00 a 17:00.

MUSEO ARQUEOLÓGICO DEL BANCO DEL PACIFICO. (Guayaquil).

En sus salas tiene una exposición permanente de arqueología y una colección de sellos precolombinos.

Realiza proyecciones musicales de danza y de arte, talleres para niños, realización de títeres para las escuelas, colegios y minusválidos, conferencias y charlas de varios temas y publicaciones.

Dirección P. Ycaza 113 y Pichincha.

Telefono 566010.

Horario: Lunes a Viernes 9:00 a 18:00.

MUSEO DE SITIO “LOS AMANTES DE SUMPA”. (Guayaquil).

Este museo posee piezas arqueológicas de las culturas de la costa. Su mayor tesoro son dos esqueletos encontrados en perfecto estado, aparentemente un hombre y una mujer que murieron juntos y permanecieron más de 500 años enterrados juntos antes de ser descubiertos.

Las piezas se encuentran en la ciudad de Guayaquil en custodia del Banco Central del Ecuador. Las exposiciones son esporádicas.

MUSEO DEL INSTITUTO OTAVALEÑO DE ANTROPOLOGÍA (Ibarra).

El museo de etnografía, se compone de maquetas en las que presentan las fiestas populares de la región e instrumentos musicales y la sala de Arqueología del Ecuador. Las actividades que desempeña son de investigación en Ciencias Sociales y Publicaciones. además brinda servicios de Biblioteca.

Dirección: Av. de los Sarances

teléfono: 920 321

Horarios: Martes a Viernes 08 H 30 a 12 H 30 y 14 H 30 a 18 H30

Sábados 09 H 00 a 12 H 00.

Entrada: 500 s/.

MUSEO DEL MONASTERIO DE LA CONCEPCIÓN.(Cuenca).

El museo se encuentra en un claustro hermoso que perteneció a las madres conceptas, es el museo de arte Religioso más importante que existe en el país.

Dirección: Hermano Miguel 6-33

Telefono 830625

Horario Lunes 14:30 a 17:30

Martes a Viernes 9:30 a 17:30

Sábados 10:00 a 13:00

MUSEO MUNICIPAL DE ARTE MODERNO. (Cuenca).

Sus exposiciones de arte contemporaneo, Pintura y escultura, sus salas albergan la bienal de pintura de Cuenca, sus colecciones son permanentes e itinerantes.

MUSEO DEL BANCO CENTRAL "Sala del Oro". (Quito).

"En el Ecuador, y en el mundo andino Aborigen, el brillo del oro y de otros metales preciosos, era la principal muestra visible del poder jerarquia y riqueza. Este resplandor estaba presente, tanto en los más importantes objetos de culto religioso como en adornos que llevaban sobre el cuerpo y vestimenta los individuos más relevantes de la sociedad gobernantes y sacerdotes. El simbolismo del brillo y el color metálicos persistió en el mundo Andino desde las épocas más tempranas hasta el momento de la conquista Europea. En su afán por obtener un aprovechamiento máximo de las características del brillo y el color de los metales presiosos, los orfebres andinos desarrollaron un extraordinario nivel tecnológico".(catálogo sala de oro Banco Central).

El museo del Oro del Banco Cental es uno de los más hermosos del Ecuador. El museo del Banco Central tiene exposiciones en todo el territorio del país, dentro de sus colecciones podemos encontrar piezas precolombinas, figurillas de las diferentes culturas aborígenes y piezas de oro del período incaico.

Dirección: Venezuela 302 y Esmeraldas.

Teléfono 514511

Horario: Lunes a Viernes 09:00 a 13:00 15:00 a 17:00

Entrada: Gratuita.

5. CONCLUSIONES.

El gobierno nacional por medio de su secretaria de estado, ha señalado que el turismo es un área prioritaria no sólo como fuente de generación de divisas y empleo, sino por la imagen internacional que esta actividad presenta. El Ecuador es un país con un alto potencial turístico, la riqueza de su cultura, la diversidad de la flora y fauna y la calidez de su gente crean un conjunto atractivo para el visitante extranjero.

El aprovechar estos recursos de la mejor manera es la clave para el logro eficaz de los objetivos de quienes operan en la industria del turismo, y esto nos lleva a la necesidad, de crear una imagen positiva y atractiva del país. Imagen que nos va a enaltecer como ecuatorianos, que nos va a crear un sentimiento de nacionalidad y civismo. Imagen que va a hablar por sí sola de lo grande que es el Ecuador en su gente, de lo mágico de su cultura, de su belleza y diversidad de paisajes.

Esta imagen del Ecuador no ha sido un trabajo fácil, ya que se ha debido estudiar de manera detenida los gustos y preferencias de quienes nos visitan y sobre todo analizar lo positivo y lo negativo en la promoción que se ha venido realizando en los últimos años. El hecho está en que se necesitó analizar la imagen que el Ecuador tiene hoy internacionalmente, para darse cuenta de que lo único que se ha promocionado en el país son: las Islas Galápagos y algunos centros culturales de manera muy simple, además se lo ha realizado por medios de comunicación que sólo llegan a

una parte del mercado potencial de turistas, lo cual no permite el alcance óptimo de los objetivos básicos en el desarrollo de la industria turística. Esto no quiere decir que se ha venido haciendo promoción de una forma incorrecta sino que se puede hacer aún más, con todos los atractivos que posee el país, conjuntamente con los medios tecnológicos que se tienen a disposición.

El INTERNET es único medio de comunicación actual por el cual se puede llegar a un gran segmento del mercado por medio de imágenes, sonidos y textos unidos en un sólo espacio y con la capacidad de ser actualizados periódicamente, para que el producto final obtenga el éxito deseado.

Promocionar museos del Ecuador es hablar de la base de la cultura ecuatoriana, es hablar del sentimiento de un pueblo por medio del arte y de sus orígenes, también por medio de los hallazgos arqueológicos, al recopilar la historia en un sólo espacio con el fin de facilitar el acceso al conocimiento de una cultura. La creación de una página virtual de los museos del Ecuador es mostrar los principios y el futuro de la cultura a más de 300 millones de personas al mismo tiempo. Por esto es que, con la puesta en línea de la revista de turismo, podemos decir que “Ecuador es ahora una ventana al mundo”.

6. RECOMENDACIONES.

Esta tesis ha sido creada con el único fin de ser un aporte más al desarrollo de la industria turística del país. Llevar a cabo una revista de turismo implica muchas responsabilidades como lo es la imagen internacional, de toda una nación, o el simple hecho de crear un sentimiento nacionalista para aquellos que han nacido y viven dentro del territorio.

Se recomienda a aquellas personas que van a hacer uso de la página como medio promocional, estar concientes de la responsabilidad que esto conlleva, para que en un futuro no muy lejano podamos recibir la recompensa esperada.

Para las empresas que operan en turismo se recomienda cambiar el método promocional y para esto es necesario centrarse en los siguientes puntos:

Primero, experimentar activamente para así tener un enfoque más personalizado, crear lo que en administración se llama el know How del negocio, es decir conocer a fondo la actividad y saber manejarlo, analizar el potencial tan alto que posee el Ecuador, romper corrientes para expandir la gama de la oferta en servicios turísticos ya que el país es mucho más que un

un hotel y conocer una ciudad, sino conocer y palpar una cultura diferente, saber que el Ecuador es cultura, gente, tradiciones, mágico y grande.

Segundo llevar a cabo un plan efectivo en la promoción, elaboración y desarrollo del turismo dentro del país.

Y, por último lanzarse al mundo con la misma rapidez que lo hace la tecnología en las comunicaciones, ya que turismo es estar interrelacionados. Es necesario saber que esta actividad no es sólo salir de viaje sino conocernos y sentirnos orgullosos de vivir en un planeta con tantas bellezas y a la vez compartirlas. Conocer nuestros orígenes para así comprender mejor nuestro presente y vivir más intensamente nuestro futuro.

"Turismo es PAZ, es convivir los unos con los otros".

GLOSARIO.

ACTIVIDAD TURÍSTICA Conjunto de operaciones o tareas relacionadas con el turismo.

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cuál los individuos trabajen juntos en grupos que logren objetivos previamente seleccionados. En el turismo es el uso del conocimiento fundamental dirigida a la realización de actividades recreacionales.

AHOTEC Asociación de Hoteleros del Ecuador

ANTROPOMORFO De formas humanas

ARTE COLONIAL Periodo que comprende desde el establecimiento de la Real Audiencia de Quito (1563). Se caracteriza por el catolicismo en las imágenes.

ARTE CONTEMPORÁNEO Periodo que comprende al siglo XX.

ARTE PRECOLOMBINO Periodo que comprende desde 4000 años antes de Cristo hasta la llegada de los españoles en 1492.

ATRATIVOS Elementos propios de una zona que son capaces de causar interés o atracción.

ATRATIVOS TURÍSTICOS Bellezas o elementos de interés que atraen a personas de los diversos puntos del planeta.

Diversión o Recreo, Conjunto de espectáculos que forman parte de un mismo programa diversiones varias instaladas en un mismo lugar de esparcimiento.

CALIDAD TOTAL Llegar al máximo a la satisfacción de las necesidades.

CETUR Corporación Ecuatoriana de Turismo.

CPU Computador, lugar donde se almacena toda la memoria.

DEMANDA TURÍSTICA Curva o tabla que muestra qué cantidad servicios turísticos será demandada a diferentes precios posibles.

La demanda del turismo se refleja en la cantidad de personas que visitan determinado lugar y las necesidades que estas precisan.

DEVALUACIÓN DE EXISTENCIAS Acción y efecto de la pérdida de valor inicial de las cosas. En promoción turística es la desactualización en información escrita de datos propios de un lugar y de las actividades que se realizan en el.

DITURIS Dirección de Turismo.

E- MAIL Nombre por el cual se conoce al correo electrónico por computadoras.

ESLOGANS TURÍSTICOS Frases descriptivas y llamativas de algún sector, que atraen al turista.

ESPARCIMIENTO Divertir o recrearse. En turismo es la acción de despegarse de lo tradicional para efectuar un viaje o traslado a un sitio diferente al del lugar de origen.

ETNOGRAFÍA Ciencia que tiene por objeto la descripción de las diferentes razas humanas.

FACILIDADES TURISTICAS Elementos dentro de la infraestructura y superestructura turística que permiten el desenvolvimiento de la actividad.

FAUVISMO Del término francés salvaje, se clasificó así a la pintura que expresaba violencia por medio del color.

FIBRA ÓPTICA Es el cable de fibra de vidrio, el cuál permite transmitir señales o impulsos electromagnéticos en unidades de tiempo más rápidos que el cable de cobre convencional.

FORMALISMO (art.)* Pintura no figurativa, con formas normalmente geométricas lo contrario a informalismo.

GESTORES TURÍSTICOS Personas naturales o jurídicas, así como también, socios o Accionistas que dirigen y administran las actividades turísticas que se desarrollan en el país. Son los encargados de crear la oferta turística.

HTML Hyper Text Markup Language.

HTTP Protocolo que existe entre un cliente (usuario del INTERNET) y un servidor del WEB.

IATA International Air Transport Asociation. Asocioación Internacional de transportistas aéreos.

IDIOMA O PROTOCOLO Lenguaje utilizado en programación de páginas WEB.

IGM Instituto Geográfico Militar.

IMAGEN TURÍSTICA Representación viva y eficaz de los atractivos de un pais por medio del leguaje gráfico y escrito.

IMFORMALISMO (art.)* Pintura no figurativa de formas libres, en contornos color y tratamiento de la figura. Este movimiento influyó en los artistas ecuatorianos Villacís y Tebara.

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Elementos básicos que provee el Estado como luz, agua potable, carreteras, alcantarillado, que permiten y facilitan el desarrollo de la actividad turística.

INTERNET Es la red de computadoras que se encuentran comunicadas entre si en forma continua.

LENGUAJE HTML Language utilizado en la creación y diseño de una página WEB.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Cada uno de los medios o vias de acceso y traspaso de correspondenciaentre personas. Radio, televisión, telefono computadoras, periodicos, anuncios, etc.

MERCADO TURÍSTICO Organización en donde se comercializa a la oferta y la demanda de los diferentes servicios trísticos.

MULTINACIONALES Es la unión de compañías que operan en varios países y que cumplen un rol común.

MUSEO Lugar donde permanentemente se exhibe ante el público colecciones de obras de arte o ciencia, hallazgos arqueológicos, piezas valiosas, entre otras.

MUSEOLOGIA Es la ciencia que utiliza la técnica de la clasificación, descripción y catalogación de las piezas que van a componer una exposición.

NAVEGADOR Persona participa activamente dentro de la red INTERNET.

OCEPA Organización Comercial Ecuatoriana de Productos Artesanales.

OFERTA TURÍSTICA Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

OPERADORES FORMALES Empresas turísticas estatales y privadas, personas naturales o jurídicas que actúan de forma directa en la actividad turística. Estas empresas deben estar registradas en la Corporación Ecuatoriana de Turismo. CETUR.

OPERADORES INFORMALES Personas naturales o jurídicas que actúan dentro del mercado turístico de forma indirecta.

PAGINA WEB Espacio puesto en línea o red de computadoras, el cual posee información detallada sobre algún tema.

PLANIFICACIÓN Proceso por el cual se organizan los pasos para la obtención de los objetivos o metas deseados.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Dirección de los recursos de los que dispone el turismo.

PROMOCIÓN CONJUNTA Es aquella realizada por las empresas u organizaciones de turismo de forma conjunta, a segmentos de mercado que puedan interesarse por el producto o servicio turístico que se les ofrece.

PROMOCIÓN DIRECTA Es aquella realizada por las empresas de turismo de forma individual, encaminada a personas determinadas que fundadamente se presupone que pueden interesarse por el producto o servicio turístico que se les ofrece.

PROMOCIÓN TURÍSTICA Son todos los esfuerzos realizados para la venta de una imagen atractiva de los servicios turísticos que posee determinado sector.

PUBLICIDAD Conjunto de medios que se utilizan para divulgar noticias o anuncios de carácter comercial para atraer posibles compradores.

RED Conjunto de computadoras comunicadas entre si.

SERVICIOS TURÍSTICOS Es el conjunto de atractivos y facilidades que permiten al visitante desplazarse y apreciar un determinado lugar.

SERVIDOR - cliente Es la comunicación que existe entre dos programas distintos ejecutándose en computadoras diferentes. Uno de los programas llamado servidor que proporciona un recurso en particular y otro llamado cliente que es quien utiliza ese recurso.

SOFTWARE Programa computacional que facilita la ejecución de textos.

TCP Transmission Control Protocol. o Controlador de protocolo. Protocolo se dice a una serie de reglas que describen técnicamente como deben hacerse ciertas tareas.

TURISMO Nace de la curiosidad de conocer lugares y costumbres diferentes a la propia. Turismo es la afición a realizar viajes sin ánimo de lucro directo por parte del viajero.

UNIX Es la familia de sistemas operativos (programas de control del sistema) que se utilizan para controlar las computadoras.

VIDEOS CONFERENCIA Videos donde el locutor y receptor son capaces de interactuar simultáneamente.

W W W **WORLD WIDE WEB.** Que es una herramienta basada en hipertexto que permite recuperar y mostrar información basada en búsqueda por palabras clave.

ZOOMORFO Con formas de animal o animales.

BIBLIOGRAFÍA

- AAVV, "Arte Colonial Quiteño", Arcchivos UTE. Quito 1995.
- AAVV, "Promoción Turística" INCATUR, Caracas 1983, p 144.
- AAVV, "Turismo como Generador de Recursos" Universidad de Guayaquil, 1993.
- AAVV, Enfoque y estudio Historico, Quito a través de la Historia, serie Quito, vol 6, primera edición, Editorial Fraga, 1992.
- AAVV. "Manual de InformacióN ECUADOR" VOL I, II, III, Editorial Científica Latina Editores Cía Ltda, impresión España Novograph, 1980
- ACERENZA, M. Angel, "Promoción Turística" Un enfoque Metodológico, editorial Trillas, México, 1986. p140
- ALMEIDA, Reyes Eduardo, "Monumentos Arqueológicos del Ecuador", Quito Ecuador, editorial luz de América, 1997.
- ALVAREZ, José Luis, "Turismo Integración y Desarrollo", Memorias del IV Congreso de Turismo, Quito Ecuador, 1992.
- BALDEON, Luis M. "Turismo y Sociedad", Universidad Esternado de Colombia, Colombia 1987. p 48
- CETUR "Bases de Datos Generalidades del Ecuador", archivos 1996.
- CRESPO, Ortiz Alfonso, MARDONES, Jorge SOTO. Revista Caspicara, Publicación especializada en museología, restauración de bienes culturales e Historia del Arte. año 1, #1 1993.
- DEMING, Edwards, "Calidad, Productividad y Competitividad" Salida de la Crisis, Editorial Diaz Santos S.A. Madrid España, 1989.
- HAULOT, Arthour, "Turismo Social" Editorial Trillas, México, 1994, p 184.
- HOFFMAN, Paul "Intenet Instant References", EEUU, 1994. p317

MACINTOSH, Robert, "Turismo , Planificación, Administración y Perspectivas" Editorial Limusa, México, 1989.

PERALTA, Evelia, "Guía Arquitectónica", serie Quito, primera edición, serie Quito vol IV, editorial Fraga, 1991.

RIBADENEIRA, Edmundo, "Teoría del Arte en el Ecuador", Banco Central del Ecuador, Quito, vol 31, Corporación Editorial Nacional 1987.

RODRÍGUEZ, Casteló Herman "Panorama del Arte", Biblioteca ecuatoriana de la Familia, primera edición, vol 9, Editorial el Conejo, Quito, 1993.

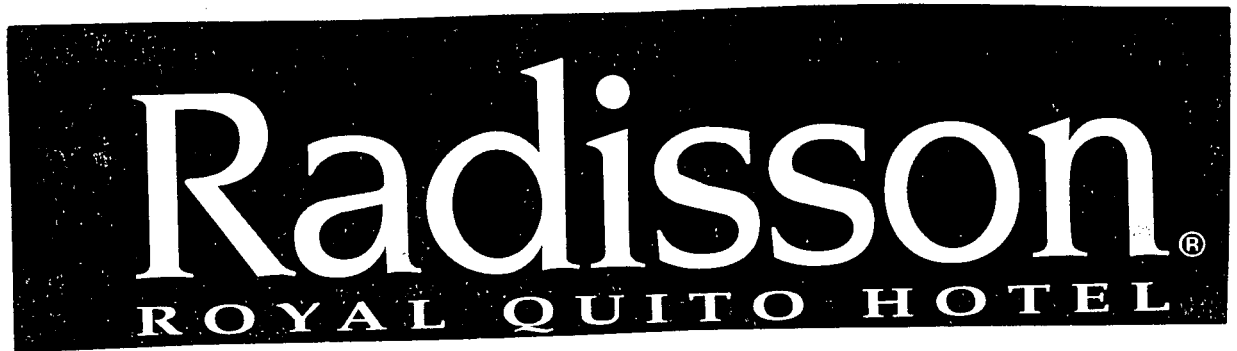
STOUT, Rick "Manual de Referencia Internet", Editorial Mc Graw Hill, España 1994.

VARGAS, Fray José María " El Arte Ecuatoriano", Biblioteca Ecuatoriana Clásica, primera edición, vol II, editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Ecuador, 1989.

ANEXO 1
EMPRESAS PRIVADAS QUE SE PUBLICARAN EN
INTERNET

SANGAY TOURING

Reina Victoria 1710 y La Pinta
Telf. 542476 Fax (5932) 230738
Quito - Ecuador



Av. 12 de Octubre 1942 y Cordero Quito - Ecuador
Reservaciones al teléfono : (5932) 229 • 239 Fax: (5932) 229 • 234



**hostería
uzhupud**



En el valle andino, a las afueras de la
población de Salcedo, a 100 km de Quito, a
10 km. de Latacunga y a 28 km de Ambato.

Localización

A las orillas del río Paute, a 45
minutos de Cuenca

Instalaciones

Centro de convenciones y
facilidades para seminarios



Esmeraldas, Tonsupa / Playa Ancha. Telfs. (06) 731-056 / 053. Oficina Quito: Edificio Centro Financiero, Av. Amazonas 4545 Of. 407. Telfs. 981-740 al 745



¡Excelente Elección!

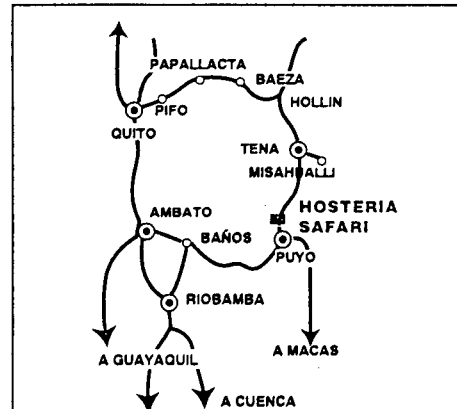
KLEINTOURS

MAIN OFFICE: Ave. Shyris 1000 **QUITO - Ecuador**
 TELEPHONE: (5932) 430345
 FAX: (5932) 442389
 TELEX: (308) 21378 Klein Ed.

U.S.A. OFFICE: P.O. Box 1435 **Dundee, FL 33838**
 TELEPHONE: (813) 4392659
 FAX: (813) 4392118
 TOLL FREE: 1 800 73 CORAL

GERMANY: TEL: (0049-69) 314576
 FAX: (0049-69) 314516

BELGIUM: TEL: (32-02) 3430411
 FAX: (32-02) 3436268



HOSTERIA SAFARI

HOSTERIA SAFARI

RESERVACIONES

Telfs. 823588 - 844779

Fax: 828574

AMBATO - ECUADOR

INFORMACION

Telf. 885466

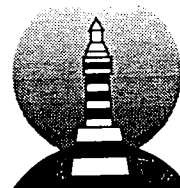
PUYO - ECUADOR



Quito • Ecuador



Salcedo



Hotel La Piedra

Bahia



AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO S.A.



CENTRO DE
TURISMO
COMERCIO Y
CONVENCIONES
INTERNACIONALES S.A.



INFORMES Y RESERVACIONES

QUITO. TELF.: 225-197 / 502-817

P.O. Box: 17-11-6500

TONSUPA. TELF.: (06) 731-556

O en su agencia de viajes preferida.



Hotel Palace: Calle Montalvo 20-03 / P.O. Box 18-02-1902

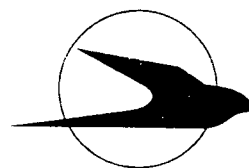
Reservaciones/Reservations: 03 740 470 - Fax 593 3 740291

ó consulte a su Agencia de Viajes preferida.

Baños - Tungurahua - Ecuador



**ORGANIZACION
DE RESTAURANTES
DE PICHINCHA**



TAME

QUITO

Av. Amazonas 1354 y Colón

Telfs.: 509-382 al 509-388

Fax: 554-907

Av. 10 de Agosto 239 (Alameda)

Telfs.: 583-939 / 510-305

Av. Colón y La Rábida (Ed. Ave. María)

Telfs.: 554-900 / 554-905 / 554-274

Aeropuerto

Telfs.: 464-143 / 247-014

GUAYAQUIL

Av. 9 de Octubre 424, Gran Pasaje

Telfs.: 561-751 / 563-993 / 565-806

Fax: 562-279

Aeropuerto: Telf.: 287-155



**COLÓN
GUAYAQUIL**

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana. Conmutador: (593-4) 689000 Fax: (593-4) 689149

Quito: Av. Amazonas y Patria esq. Telfs.: (593-2) 560666 / (593-2) 561333 Fax: (593-2) 563903

Hilton Reservations Worldwide: 1 800 221 2424 Toll Free

ANEXO 2

Tendencia • Por USD 1.000

Internet sí vende turismo

San José, EFE

Las ventas de viajes y ofertas turísticas a través de "Internet" ascenderán este año a unos 1.000 millones de dólares y pueden alcanzar los 3.000 millones en el año 2000, según expertos que participan en las sesiones previas al XVII Congreso Interamericano de Turismo, que se celebra en Costa Rica.

El año pasado los viajes representaron la mitad de transacciones en el "World Wide Web" (WWW) y sólo la firma "Microsoft's Expedia" vendió más de un millón de dólares en billetes de avión en una semana de trabajo.

Los servicios relacionados con la industria de viajes han sido una de las áreas con mayor crecimiento en la red y el año pasado generó transacciones por 126 millones de dólares en ventas al detalle, seguidos de la venta de equipos y programas de computadoras, que generaron 140 millones de dólares.

Según el informe "Internet y Turismo en América Latina", elaborado por la secretaría permanente sobre turismo de la Organización de Estados Americanos (OEA), presentado durante estas sesiones técnicas, para el año 2000 serán más de 150 millones los usuarios de la red "WWW".

La actividad generó 567.9 millones de llegadas de turistas internacionales, en 1995, y generó 372.000 millones de dólares, según un documento presentado en las sesiones previas al Congreso, que patrocina la OEA y organiza el Gobierno de Costa Rica.

Internet tuvo 46.5 millones de usuarios a principios de 1997, de los cuales alrededor de 30 millones lo fueron en Estados Unidos y Canadá, nueve millones en Europa, seis millones en Asia y 1.5 millones en América Latina.

En el caso de esta última región, en 1992 había menos de 900 ordenadores conectados a la red -básicamente México, Brasil y Chile-, pero en junio de 1994 se pasó a 17.000, en 1995 a 36.000, y en 1996 se triplicó.

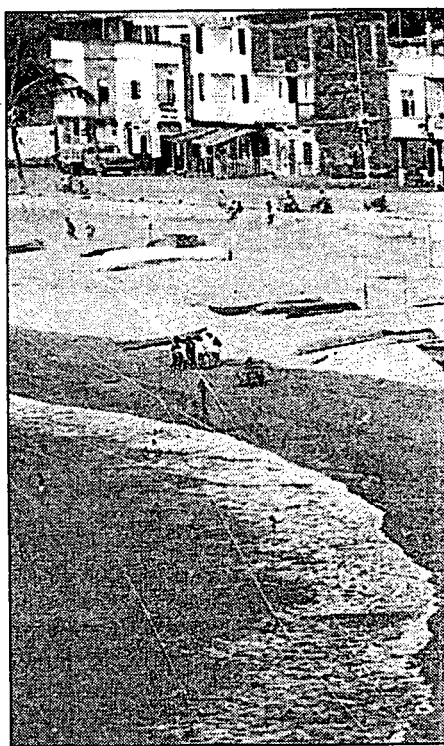
Turismo • Un convenio con el canal Travel Chanel

280 cuñas por Tv. cable para vender al Ecuador

Redacción Guayaquil

Noventa y ocho mil dólares le costará a la empresa privada y al Estado ofertar al país turístico a través de la señal de una empresa estadounidense de televisión por cable.

Travel Chanel, con programación



Archivo EL COMERCIO

¿UNA BUENA ALTERNATIVA? • Un equipo vendrá al país a filmar los sitios turísticos.

netamente de turismo, difundirá dos veces en los próximos 12 meses un espacio de media hora con imágenes, ofertas y guías sobre las cuatro regiones del país.

Un grupo de producción vendrá a fines de julio a grabar durante 14 días las propuestas de turismo.

De estas imágenes e información saldrá el programa, pero además servirá para confeccionar las 280 cuñas de dos minutos de duración cada una, que se difundirán a manera de spot publicitario entre septiembre y octubre este año, y de marzo a abril, del próximo.

Travel Chanel es receptado en todos los países del continente americano, en Portugal y España, en Europa, por medio de una señal codificada y comercializada a través del sistema de televisión por cable.

Es el único canal dedicado exclusivamente al turismo. Desde hace 18 meses se difunde en Latinoamérica, pero en los Estados Unidos es una empresa con más de 10 años.

Los noventa y ocho mil dólares que se invertirán para esta promoción fueron financiados por parte del Estado, por medio del Ministerio de Turismo y por la empresa privada, quienes deben desembolsar 49 mil dólares de parte y parte.

La firma del convenio entre Travel Chanel y la contraparte ecuatoriana se efectuó la noche de martes, en el Bankers Club.

Un castillo... y mucha fibra óptica

Un pueblo español se convierte en un tubo de ensayo informático

Por Carltia Vitzthum

REDACTORA DE THE WALL STREET JOURNAL

Villena, España • Cuando a los habitantes de este pueblo les ofrecieron por primera vez una red cibernética, creyeron que se trataba de una gigantesca burbuja de cristal en la cual quedaba atrapado este pequeño pueblo mediterráneo.

Pero ya no se imaginan eso. Actualmente, quienes antes ignoraban los fundamentos de la informática verifican las calificaciones de sus hijos por computadora. Las amas de casa utilizan a Internet para comparar los precios en las tiendas del pueblo y concertar citas médicas. Y el alcalde de la ciudad, Vicente Rodas, revisa los grupos de conversación en línea para enterarse de las últimas quejas sobre los huecos de las calles y las bombillas fundidas.

Si al Alcalde no le gusta lo que lee, él es el único responsable. El aceptó el reto del gobierno de Valencia de convertir a su pueblo en la primer "ciberaldea" de España.

¿Qué importa si solo un puñado de habitantes había utilizado alguna vez una computadora? El mismo alcalde reconoció que "no tenía la más mínima idea" sobre lo que significa la realidad virtual. "Salí de mi primera reunión con el gobierno regional totalmente confundido", admite con una sonrisa. "Aunque no sabía de qué estaban hablando, me di cuenta de que se trataba de algo muy importante".

La ciber-aldea

Así fue como la pequeña Villena se convirtió en "Infovilla", un pueblo mediterráneo de calles laberínticas, con un castillo medieval y kilómetros de cable de fibra óptica que conectan a sus miles de habitantes a una poderosa computadora central que les da acceso a Internet a la velocidad propia de los fanáticos de la red mundial. Actualmente, Villena tiene más de la quinta parte de las líneas digitales de alta velocidad (ISDN) de toda España. Y todo esto sucedió sin que el ayuntamiento tuviera que gastar una sola peseta.

En desarrollo de un programa que encabezó el gobierno de Valencia y financiaron en su mayoría compañías como Telefónica de España e

International Business Machines Corp., más de 2.000 familias, firmas y organizaciones han solicitado computadoras IBM, software y capacitación gratis. También son gratis el mantenimiento, el personal de asistencia y la conexión a una línea ISDN que lleva a la computadora central de la ciudad de Valencia. El costo total del programa es US\$ 12 millones. Cada participante paga sólo 92.000 pesetas (US\$ 595) y esa cuota se puede financiar con préstamos de bancos locales.

Este proyecto piloto, diseñado por un consejero empresarial, tiene un impacto inusual para esta aislada región que se anida entre viñedos y olivares. En escasos seis meses, la autópista de la información se ha extendido hasta un lugar mejor conocido por su representación anual de una batalla entre moros y cristianos del Siglo XIV.

Calzados Gulliver SA, la fábrica

local de zapatos, ha usado a Internet para vender su calzado hecho a mano en lugares tan lejanos como California y la República Dominicana. Ricardo Cartagena, cajero de una ferretería, juega ajedrez con aficionados en Dakota del Sur.

Pero la mayoría utiliza su porción de ciberespacio para hacer cosas que normalmente hacía por teléfono o a pie: hablar, hacer citas y obtener información. Para los más viejos, la intranet es más accesible que Internet. La aldea global aún no amenaza a la aldea real.

Esto queda claro en el ayuntamiento de Villena, que data del siglo XVI y hasta hace poco era famoso por su colección de 35 reliquias de oro. En una tarde reciente, Jesús Tortosa, el experto en computadoras del pueblo, cruza el patio de piedra, pasa la galería que aloja los tesoros y sube unas escaleras de mármol para llegar hasta un cuarto de vidrio. Sobre la

pared hay dos estantes cargados de cables y unidades centrales de procesamiento.

Tortosa toma asiento ante una terminal, entra al sistema y revisa un grupo de conversación dedicado al festival de moros y cristianos que se realiza en septiembre. Descubre que José Juan López intenta vender un traje moro y Miguel Ángel Lalija invita a los vecinos a que se sumen a una campaña contra las corridas de toros.

Una semilla

Tortosa explica su visión para Villena. Dice que podría convertirse en una versión en miniatura de Silicon Valley, a medida que surjan nuevos negocios para atender la demanda de servicios de Internet. "La gente está aprendiendo a crear páginas electrónicas para vender sus servicios", afirma.

Francisco Ferri, propietario de la ferretería más grande del pueblo, tiene una página en la intranet local con un catálogo de sus mercancías. La página es popular entre los vecinos, pero hay un problema: "a la hora de comprar, prefieren venir a la tienda".

Incluso quienes elogian el ambicioso proyecto que se desarrolla en Villena abrigan dudas. "¿La gente de un pueblo tan pequeño realmente necesita poder hacer compras por esta vía?", se pregunta Eric Mino, secretario general de TeleCities, un consorcio comercial con sede en Bruselas.

Pero José Emilio Cervera, un antiguo ejecutivo de Andersen Consulting en Madrid, le resta importancia a esas críticas.

Este hombre de 47 años fue contratado por el gobierno regional para mejorar la administración pública de Valencia y concibió a "Infovilla" como un primer paso para que en un futuro los cuatro millones de valencianos tengan acceso a Internet.

La aislada Villena es el tipo de pueblo que Cervera tiene en mente. "La idea era ésta: si Villena —con su poderosa identidad cultural y sentido histórico— puede dar este salto hacia el futuro, cualquiera puede hacerlo", asegura. "Queremos catapultar este pueblo hacia el Siglo XXI".



Felipe Galindo



Llegó la hora de los viajes de negocios 'a lo pobre'

SI VIAJA por razones de negocios es probable que tenga flexibilidad para escoger aerolíneas y hoteles. Eso puede haberle permitido acumular millas en los programas para viajeros frecuentes de sus aerolíneas favori-

permite a un gerente controlar desde su computadora el celo ahorrativo de sus subordinados. Si el plan de viaje de un ejecutivo le parece muy costoso, puede enviarle un mensaje electrónico a su superior para que lo llame al orden. Los ejecutivos no apelarían a un agente de viajes: reservarían sus pasajes, hoteles y automóviles de alquiler desde su computadora. Cuando no escojan la opción más económica, en su pantalla aparecerá una cajita con una leyenda que les exigirá una explicación. Una copia aparecerá en la pantalla de su superior.

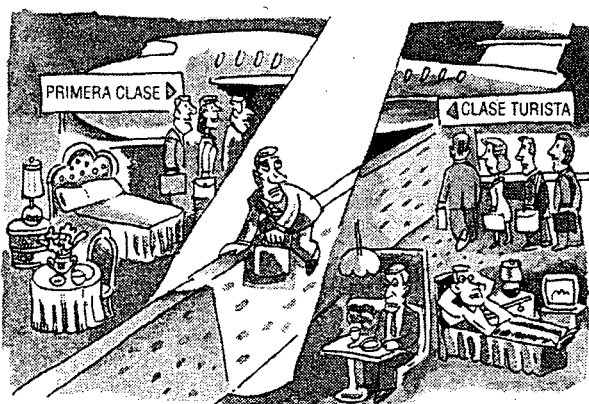
Con ese sistema, su jefe podría limitar las opciones que usted puede consultar desde su computadora y usted a lo mejor no se enteraría. Por supuesto, le tocaría decirle adiós a la posibilidad de acumular millas escogiendo siempre la misma aerolínea.

Algunos empresarios que lo han ensa-

yado ya lo defienden. Bob Grant, gerente de viajes de Charles Schwab dice que gracias a los ahorros sus ejecutivos podrán hacer más viajes y aún así los costos bajarán cerca de un 30%. A los ejecutivos que protestan les ha recordado que los altos costos de los viajes minan las ganancias de la empresa. "Es un asunto serio", les recuerda.

Pero ese argumento podría no ser suficiente para neutralizar la resistencia de los ejecutivos. Aseguran que una computadora no puede tener en cuenta motivos legítimos para no escoger el precio más bajo, como la necesidad de viajar en primera clase para poder conversar durante el viaje con un cliente importante al que no se podría tener acceso de otro modo. De hecho, la resistencia se extiende a algunas empresas que comprenden las ventajas de la flexibilidad.

—Nancy Keates



Richard Bennett

tas, o quedarse en un hotel muy cercano al lugar escogido para un desayuno de trabajo. Prepárese: esas prerrogativas podrían estar a punto de terminar. Existe una nueva tecnología para ayudar a las empresas empeñadas en reducir los altos costos de los viajes de negocios. Y la suya podría ser una de esas compañías. Ese hotel que le permitió llegar a tiempo al desayuno puede haber resultado caro, al igual que los pasajes en esa aerolínea que recompensa su fidelidad con tantas millas. En esta era de reducción de costos ese argumento puede pesar más que todas las razones por las que usted escogió esas alternativas.

Muchas empresas han intentado con poco éxito imponer normas para obligar a sus ejecutivos viajeros a escoger las alternativas menos costosas. Pero un nuevo sistema electrónico creado por Sabre Inc., una división de American Airlines, le

ANEXO

LISTADO DE MUSEOS DE LA CIUDAD DE QUITO



MUSEO GUILLERMO PEREZ CHIRIBOGA

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Av. Patria y 6 de Diciembre (Edificio de la Casa de la Cultura Ecuatoriana)

Telf: 223 258 y 220 547.

Colecciones: arqueología, arte colonial, arte republicano, arte contemporáneo, etnología, numismática.

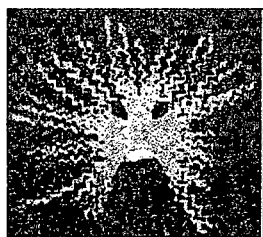
Horario de atención: de martes a viernes, de 9h00 a 16h30

sábados y domingos, de 10h00 a 15h00

Valor de la entrada: S/. 5.000 adultos

S/. 3.000 estudiantes

Líneas de Buses: Tejar-El Inca, Marín-El Bosque.



MUSEO CAMILO EGAS

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Venezuela 302 y Esmeraldas.

Telf: 514511

Colección: exposiciones temporales

horario: de lunes a viernes, de 9h00 a 13h00 y de 15h00 a 17h00

Valor de la entrada: gratuita

Líneas de Buses: San Bartolo - Miraflores, GuajalóU. Central

MUSEO JACINTO JIJON Y CAAMAÑO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

Av. 12 de Octubre 1842 y Carrión.

Casilla 2184. Telf: 529240 y 529250, ext. 128 6 242

Colecciones: arqueología, arte colonial, arte republicano, etnología.

Horario: de lunes a viernes de 9h00 a 16h00

Valor de la entrada: Extranjeros S/. 1.000

Nacionales 300

Estudiantes 100



MUSEO DE LA CASA DE LA CULTURA

ECUATORIANA

BENJAMÍN CARRION

Ave. 12 de Octubre y Patria.

Casilla 67. Telf: 565 809 y 527 440

Colecciones: arte republicano, arte contemporáneo, etnología, instrumentos musicales.

MUSEO DE ARTE COLONIAL

CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA

Cuenca No. 915 y Mejía.

Telf: 212 297.

Colección: arte colonial.

Horario: de martes a viernes, de 10h00 a 18h00

sábado 10h00 a 13h00

domingo 10h00 a 14h00

Valor de la Entrada: Extranjeros S/. 5.000

Nacionales 2.000

Estudiantes 500

Línea de Buses: Belisario-Libertad, Tejar-El Inca.



MUSEO MUNICIPAL ALBERTO MENA

CAAMAÑO

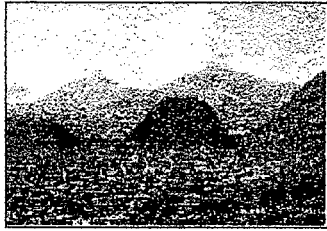
Espejo No. 1147.

Casilla No. 17-01-3346. Telf: 214018

Horario: de martes a sábado de 9h00 a 17h00.

Entrada gratuita

Línea de Bus: Batán-Colmena, U. Central- Guamaní, San Juan-Pintado.



MUSEO DE ARTESANIAS

MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA

Ave. 12 de Octubre No. 1636.

Telf: 232 464

Colecciones: artesanía

VIVARIUM DE QUITO

FUNDACION HERPETOLOGICA G. ORCES

Reina Victoria 1576 y Santa Maria.

Telf: 230 988

Bus: Colon-Camal, EMT El Ejido-Aeropuerto

Colecciones: serpientes, lagartos, tortugas, ranas.

Horario: de Martes a Domingo de 9h00 a 13h00

y de 14h30 a 18h00

Entrada: adultos (15+) S/. 3.000

niños (0-14) 2.000

pedido de información

MUSEO DEL INSTITUTO GEOGRAFICO MILITAR

Casilla 2435. Telf: 522148 .

Colecciones: instrumentos geodésicos y fotogramétricos.

Horario: martes a viernes de 8h00 a 12h00 y de 14h00 a 16h00

sábado y domingo de 10h00 a 12h00

Ingreso gratuito al museo.

Para ingreso al Planetario el costo es de: adultos 1.500

niños 500

MUSEO DE CIENCIAS NATURALES DE LA ESCUELA POLITECNICA NACIONAL

Calle Ladrón de Guevara.

Casilla 2759. Tel: 507 144 y 507 131

Colecciones: zoología, paleontología.

Horario: de lunes a viernes, de 8h00 a 12h00 - 14h00 a 17h00

Entrada gratuita

Líneas de Bus: San Bartolo-Miraflores, Recreo-Vicentina.

MUSEO HISTORICO CASA DE SUCRE DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL

Venezuela No. 573. Quito.

Telf: 512860

Colecciones: arte colonial, arte republicano, arte contemporáneo, historia.

Horario: de martes a viernes de 8h00 a 12h30 y de 13h30 a 16h00

lunes y sábado de 8h00 a 12h30

Valor de la entrada: Extranjeros S/. 3.000

Nacionales 500

Líneas de Bus: San Juan-Pintado.

MUSEO TEMPLO DE LA PATRIA DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL

Cima de la Libertad, Venezuela No. 573 y Sucre.

Telf: 512860

Colección: historia

Horario: de martes a viernes de 8h00 a 12h00 y de 13h00 a 16h30

lunes y sábado de 8h00 a 13h30

Valor de la Entrada: Extranjeros S/. 3.000

Nacionales 500

Estudiantes: entrada gratuita

Líneas de Bus: Iñaquito-Villa Flora, Batán- Colmena

MUSEO DEL CENTRO CIVICO MARISCAL SUCRE DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL

Parque Central de Chillogallo. Quito.

Telf: 512860.

Colecciones: arte, historia

MUSEO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE CULTURA HISPANICA CASA DE BENALCAZAR

Olmedo No. 968 y Benalcázar. Quito.

Casilla 2495. Telf. 218 102. Fax 215 838

Colección: arte colonial

Horario: de lunes a viernes de 9h00 a 13h00 y de 14h00 a 18h00

Entrada gratuita

Línea de Bus: Tejar-El Inca

MUSEO DE LA MITAD DEL MUNDO

CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA

Monumento a la Mitad del Mundo, San Antonio de Pichincha.
Colección: etnografía

MUSEO DE ARTE ETNICO AMAZONICO SINCHI SACHA

Reina Victoria 1780 y La Niña.
Telf. 230609 - 527240. Fax 567311
Colección: arte étnico
Horario: de lunes a viernes, de 10h00 a 18h30

sábado de 10h00 a 18h00
Entrada gratuita
Línea de Bus: Colón-Camal

MUSEO ECUATORIANO DE CIENCIAS NATURALES

Ave. Rumipamba 341, Parque La Carolina.
Casilla 8976. Tel: 449 825 y 449 824
Colecciones: mineralogía, botánica, zoología, paleontología.
Horario: de lunes a viernes, de 8h30 a 16h30

sábado de 9h00 a 13h00
Valor de la Entrada: Extranjeros 5.000

Nacionales 2.000

Estudiantes 1.000
Líneas de Bus: Camal-Hipódromo, San Blas- Carcelén

MUSEO ANTROPOLOGICO ANTONIO SANTIANA

Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Central del Ecuador.
Colecciones: arqueología, etnología, antropología física.
Líneas de Bus: Barrio Nuevo-La Gasca, Guajaló-U. Central, Belisario-Libertad.

MUSEO GEOLOGICO, MINEAROLOGICO Y PALEONTOLOGICO DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

Ciudadela Universitaria.
Telf: 550588 y 542026
Colecciones: mineralogía, paleontología, petrografía.
Horario: de lunes a viernes de 8h00 a 15h00
Línea de Bus: Barrio Nuevo-La Gasca, Guajaló-U. Central, Belisario-Libertad.

MUSEO DE HISTORIA Y CIENCIAS NATURALES DEL COLEGIO ELOY ALFARO

Ave. Orellana y La Pradera No. 400.
Telf: 547-555/014
Colecciones: arqueología, historia, minerealogía, zoología.

No se abre permanentemente este museo, se lo puede visitar previo pedido escrito.

MUSEO ETNOGRAFICO Y DE CIENCIAS NATURALES DEL COLEGIO MEJIA

Calle Vargas y Ante.

Telf: 213418.

Colecciones: arqueología, historia, etnología, zoología, paleontología.

Horario: de lunes a sábado de 8h00 a 12h00 y de 14h00 a 16h00

Entrada gratuita

Líneas de Buses: San Juan-Pintado, Belisario-Libertad

MUSEO ANTROPOLOGICO SHUAR

Ave. 12 de Octubre 1436.

Casilla 472. Telf. 230 504

Colecciones: arqueología, etnología.



MUSEO DE LA FUNDACION GUAYASAMIN

José Bosmediano No. 543. Quito.

Casilla 2926. Telf. 446455 y 452938. Fax: 446277

Colecciones: arqueología, arte colonial, arte republicano, arte contemporáneo

Horario: de lunes a viernes de 9h30 a 13h00 y de 15h00 a 18h30

sábado de 9h30 a 13h00

Valor de la entrada: S/. 2.000

MUSEO DE LA FUNDACION MUNDO JUVENIL

Ave. de los Shyris s/n y Rumipamba.

Telf: 244 314

Colecciones: arte contemporáneo, astronomía, tecnología del petróleo, mineralogía, zoología.

Horario: de lunes a viernes de 8h00 a 13h00 y de 14h00 a 17h00

Valor de la entrada: S/. 1.000

MUSEO DEL FILANBANCO

Av. Amazonas y Naciones Unidas.

Telf: 444 951

Colección: arte colonial

Horario: de lunes a viernes de 9h00 a 17h00

Entrada Gratuita



MUSEO FRAY PEDRO BEDON

Flores 150, Convento de Santo Domingo.

Casilla 246. Telf: 210723

Colección: arte colonial

Horario: de lunes a viernes de 9h00 a 11h30 y de 15h00 a 17h30

Valor de la Entrada: Extranjeros S/. 5.000

Nacionales 2.000

Estudiantes 1.000

Líneas de Buses: Colón-Camal, Iñaquito-Villa Flora.



MUSEO ARTISTICO DEL CONVENTO DE SAN DIEGO

Calicuchima No. 117 y Farfán.

Casilla 2118. Telf: 515822

Colecciones: arte colonial, arte republicano.

MUSEO PRIVADO DEL CONVENTO DE LA MERCED

Mejía No. 721.

Casilla 123. Telf: 210743

Colecciones: arte colonial, historia, arqueología.

MUSEO DEL CONVENTO FRANCISCANO

Cuenca No. 477.

Casilla 133. Telf: 211124 y 513929

Colecciones: arqueología, arte colonial, arte republicano, historia.

MUSEO AURELIO ESPINOSA POLIT

Calle 25 de Mayo. Cotacollao.

Casilla 160. Telf: 530 420

Colecciones: arqueología, arte colonial, arte republicano, arte contemporáneo, historia, etnología,

numismática, cartografía, botánica.

MUSEO DE SITIO RUMICUCHO

*Ave. Kennedy s/n, San Antonio de Pichincha.
Casilla 339 Quito. Telf: 533533 ext. 46
Colección: arqueología*

MUSEO-TALLER BERNARDO DE LEGARDA

*Antiguos Garajes Quito. Plazoleta de San Marcos.
Telf: 571035 y 581833
Especialidades: imaginería, taracea, tallado, joyería
Horario: de 8h30 a 16h30
Línea de Bus: Iñaquito-Villa Flora*
