



PROMOCIÓN Y DESARROLLO CULTURAL DEL MUSEO O'HIGGINIANO Y DE BELLAS ARTES DE TALCA

JAIME ANTONIO VALENZUELA FAÚNDEZ

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

El presente estudio tiene como principal objetivo diseñar un programa promocional de marketing, eficiente y efectivo, que ayude a fomentar el flujo de asistencia, de los habitantes de la comuna de Talca, al Museo O' higiniano y de Bellas Artes de Talca. El estudio se base) de una parte exploratoria, que se utilizó con el fin de obtener información preliminar, que ayude) a definir los problemas actuales que limitan la asistencia a las actividades organizadas en el Museo O'higginiano y de Bellas Artes de Talca. Para ello se realizaron dos grupos focos, los cuales ayudaron a estructurar el cuestionario y aportaron información relevante para el tema en estudio y también se ocuparon fuentes de información secundarias como libros, revistas y documentos de entidades relacionadas como el INE o el mismo Museo O'higginiano. Por otro lado, el estudio también tuvo una parte descriptiva con el objeto de describir las características mas importantes presentes en los habitantes de la comuna de Talca y que permitirían dar cumplimiento a los objetivos de esta investigación. Sin embargo, con toda esta información obtenida se pretende dar cumplimiento al objetivo general de este estudio, que es diseñar el programa promocional de marketing, que permitiría aumentar en cierta medida la concurrencia a las actividades culturales organizadas por dicho museo. Además, se llevo a cabo durante el mes de octubre una encuesta, la cual fue aplicada a los habitantes de la comuna de Talca, distribuidos en los estratos ABC1 y C2C3.

Las principales conclusiones sobre los habitantes de la comuna de Talca, respecto al tema cultural indican que las actividades culturales mas preferidas por las personas son ir al cine, a los conciertos y asistir a alguna exhibición del museo. Sin embargo, hay una gran cantidad de gente que lleva mas de un ano sin visitar el

Museo O'higginiano. Por otro lado las actividades preferidas por la gente que asiste al museo son las exhibiciones temporales y los conciertos, y los menos preferidos son los talleres literarios y las conferencias; los atributos personales relevantes para no asistir al museo son la falta de tiempo y la falta de interés; los atributos externos a la persona que también influyen en la decisión de asistir al museo son los programas poco atractivos, la falta de información y el horario en que se realiza la actividad. Con respecto a los medios de comunicación mas utilizados son las invitaciones, los afiches/pendon y los diarios. Es claro que el tema de la cultura necesita cambios, y estos deben realizarse desde la cultura existente.