



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURISTICA

**TEMA: PLAN DE PROMOCION TURISTICA DEL MUSEO “FRAY ANTONIO
RODRIGUEZ” DE LA IGLESIA DE GUAPULO**

AUTOR/ A: MARTHA DANIELA CASTILLO SALAZAR

TUTOR/ A: PHD. ELFIO PEREZ

2016

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado a las personas más importantes en mi vida que sin dudar lo han aportado en la inspiración de este mencionado trabajo con el único fin de culminarlo con éxito, esfuerzo y dedicación.

Primeramente, a Dios que siempre ha sido mi guía y mi fortaleza, mi hermoso hijo Dany que es la luz de mis ojos, mi esposo, mis padres que son una gran bendición y mi ejemplo en general y a toda mi familia, que de hecho es mi único motor para seguir adelante y ser la mejor.

MARTHA DANIELA CASTILLO SALAZAR

AGRADECIMIENTO

El presente plan de titulación fue gracias a personas que hicieron de este proyecto una experiencia inolvidable durante su proceso, al Padre Jesús Mosquera Director del Museo “Fray Antonio Rodríguez” por la apertura.

Un agradecimiento a la Universidad Israel por aportar los conocimientos que me permitirá ser una profesional de éxito en este mundo de mucha competitividad profesional.

Quiero agradecer de manera muy especial al Señor Msc Elfio Pérez por su entrega y profesionalismo al momento de elaborar este proyecto de titulación sin duda, una ayuda idónea para culminarlo.

Un profundo agradecimiento a Msc. Paola Ortiz y Msc. Francisco Vinueza por la colaboración en el desarrollo y culminación del proyecto, de hecho, fueron una herramienta imprescindible para su finalización.

MARTHA DANIELA CASTILLO SALAZAR

DECLARACIÓN Y AUTORIZACION

Yo, **Martha Daniela Castillo Salazar**, CI **1721160552** autor/a del trabajo de graduación:

Plan de Promoción Turística del Museo “Fray Antonio Rodríguez” de la Iglesia de Guápulo, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración Turística y Hotelera** en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 18 de Octubre del 2015

Atentamente.

Martha Daniela Castillo Salazar

C.I. 1721160552

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de esta investigación fue diseñar un plan de promoción turística para el Museo “Fray Antonio Rodríguez” perteneciente a la orden franciscana en la Iglesia de Guápulo, atreves de herramientas que permitan mejorar su competitividad en el mercado turístico.

El objetivo de este presente trabajo se basa en dar a conocer la riqueza cultural y patrimonial, registrando y organizando efectivamente para realizar una promoción acorde a las necesidades del lugar.

El museo carece de una debida promoción turística, es así que esta investigación determina la importancia de una correcta difusión de sus atractivos que posee el mismo ya que aguarda obras de arte de mucho valor cultural, atribuidos a artistas muy famosos dentro de la Escuela Quiteña.

El desarrollo y la efectividad de este proyecto se fundamenta en la propuesta planteada, con el único fin de dar a conocer al Museo” Fray Antonio Rodríguez “como un potencial atractivo turístico.

Palabras Claves: Promoción turística, Escuela Quiteña, efectividad, mercado turístico

ABSTRACT

The purpose of this research was to design a tourist promotion plan for the Museum "Fray Antonio Rodriguez" belonging to the Franciscan Order in the Church of Guápulo, dare of tools to improve their competitiveness in the tourism market.

The objective of the present work is based on raising awareness of the rich cultural heritage, recording and organizing effectively for a promotion according to local needs.

The museum lacks a appropriate tourism promotion, so that this investigation determines the importance of proper dissemination of the attractions that has the same since awaits artworks much cultural value attributed to very famous artists in the Escuela Quiteña.

Development and realization of this project is based on the proposal put forward, for the sole purpose of publicizing the Museum "Fray Antonio Rodriguez" as a potential tourist attraction.

Key words: tourist promotion, Escuela Quiteña, effectively, tourism market.

INDICE

I.INTRODUCCION.....	1
TEMA.....	1
PROBLEMA DE LA INVESTIGACION.....	1
OBJETIVO GENERAL	1
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	1
RESEÑA HISTORICA	2
II. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICO– METODOLÓGICO.....	12
MARCO TEORICO	12
ANTECEDENTES.....	12
CONCEPTUALIZACION.....	17
METODOLOGIA.....	20
METODOS.....	20
TECNICAS.....	21
III PRESENTACION DEL PRODUCTO.....	31
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES.....	51
BIBLIOGRAFIA.....	52
ANEXOS.....	53

I. INTRODUCCION

Tema

PLAN DE PROMOCION TURISTICA DEL MUSEO "FRAY ANTONIO RODRIGUEZ"
DE LA IGLESIA DE GUÁPULO

Problema de Investigación

El museo "Fray Antonio Rodríguez" de la iglesia de Guápulo, posee gran riqueza histórica-cultural debido al sinnúmero de obras de arte religioso perteneciente a la escuela Quiteña, sin embargo, no posee la debida difusión turística.

Objetivo general:

Difundir mediante una Promoción Turística la riqueza histórica-cultural que posee el museo "Fray Antonio Rodríguez" de la iglesia de Guápulo.

Objetivos específicos:

- Determinar el valor histórico-cultural de las obras en el museo
- Fundamentar teóricamente el Plan de Promoción Turística del Museo Fray Antonio Rodríguez como un destino importante dentro del turismo religioso.
- Proponer plan promocional para la puesta en valor del museo Fray Antonio Rodríguez que revalorice el atractivo del museo.

El presente trabajo quedó estructurado para su presentación de la siguiente forma: Introducción, conceptualización teórica, metodología, desarrollo del producto, conclusiones, recomendaciones, bibliografía, anexos.

RESEÑA HISTORICA

MUSEO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ



Foto 1: Fachada frontal Iglesia de Guápulo

Fuente: Comunidad Franciscana

El museo Fray Antonio Rodríguez se encuentra situado al interior de la iglesia de Guápulo, localizada en el barrio del mismo nombre en la Ciudad de Quito. La construcción de la iglesia inicio en el año 1649 posee un estilo neoclásico y un sinnúmero de obras de arte en su interior.

El museo guarda varias obras de la escuela Quiteña pertenecientes a grandes artistas tales como Miguel de Santiago, Menacho, y Bernardo de Legarda entre otros. Una de las principales falencias del museo es que no cuenta con un guía permanente, tampoco información en idioma extranjero, además no existe un recorrido con un orden lógico establecido, las obras están hacinadas únicamente con títulos y fechas en idioma español, pero con ninguna relación en común. Además, el

museo no posee ningún tipo de información impresa como folletos, trípticos o guías que faciliten el entendimiento durante la visita.

Es por eso el presente estudio busca revalorizar el patrimonio cultural que se encuentra dentro del museo facilitando la información y dando pautas para un servicio de calidad al visitante.

LA VIRGEN DE GUÁPULO

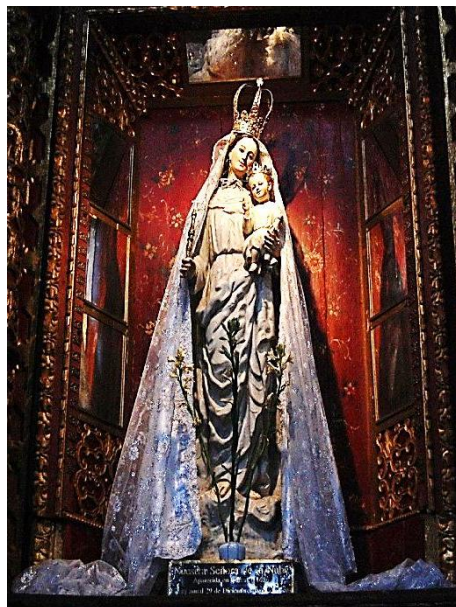


Foto 2: Virgen de Guápulo

Fuente: Comunidad Franciscana

El santuario de la Virgen de Guápulo, es una de las reliquias más importantes dentro del arte arquitectónico ecuatoriano. Una de las primeros oleos pintados que aparecieron en Quito al principio del siglo XVI, que representaba a la Virgen de Guadalupe, fue motivo para que se establezca una congregación bajo ese nombre que promovió la edificación de una capilla en la parroquia de Guápulo. El año 1587 fundaron el santuario y allí colocaron el famoso lienzo, también la estatua que esculpió “Diego de Robles”, y policromada por “Luis de Rivera” en el año 1586.

En 1682 el Dr. José Herrera y Cevallos obtuvo por oposición, el beneficio parroquial de Guápulo; pero al parecer desde antes de ser cura propio de la parroquia de Guápulo fue colaborador y desde entonces comenzó la edificación del actual santuario, haciéndolo desde sus bases. La iglesia tiene forma de cruz latina de 60 mts. de largo y 27 de ancho en el crucero de una sola nave con bóveda de cañón, cúpula y linterna; para edificar este templo el Dr. Herrera y Cevallos lo hizo con apoyo de las limosnas que recaudó peregrinando por toda la América española de ese entonces.

El Dr. Herrera y Cevallos quiso que toda la iglesia fuera una verdadera obra de arte y no dejó detalle alguno de ella que no fuese confiado a algún artista de prestigio de la época, es así que Goríbar y Miguel de Santiago trabajaron allí; así se ve que, durante los meses de mayo, junio y julio de 1683, el ilustre maestro de la pintura quiteña se dedicó a adornar las puertas del nicho y del sagrario. Más tarde decoró con grandes lienzos toda su sacristía, así como también los retablos de las capillas laterales del crucero. En 1693 se terminaba la construcción del ostentoso santuario, y posteriormente comenzaban los trabajos para su decoración interior. Terminada la construcción material del templo, lo primordial era el retablo del altar mayor que debía corresponder a su grandiosa construcción.

Los cuadros más antiguos y valiosos se hallan en la sacristía, colocados en una magnífica galería de 14 lienzos. Todos los cuadros son obra del gran pintor quiteño Miguel de Santiago, muchos de ellos firmados. De este mismo artista son los ángeles que decoran el retablo de la virgen.

En los inicios del siglo XIX un voraz incendio destruyó varias de las obras de arte que contenía el santuario, inclusive el retablo del altar mayor con toda su pintura y los lienzos que realizó "Miguel de Santiago".

El 15 de agosto de 1868 un terremoto hizo sufrir graves quebrantos al santuario: se rajó la bóveda y se cuarteó su cúpula; pero el 3 de febrero de 1870 se desplomó ocasionando graves daños al santuario. El arquitecto quiteño Juan Pablo Sanz reconstruyó la cúpula y arregló todos los daños, concluyendo la obra en 1876. 21 años después hubo de repararse íntegramente el artesonado; últimamente se acaban de hacer obras de radical renovación, y cuidadosamente se restaura el santuario, en lo posible a su antiguo estado. (Juan De Dios Navas E., 1926, Libro Guápulo y su Santuario.)

Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”

El Museo “Fray Antonio Rodríguez” está ubicado en la antigua sacristía del Santuario, abriendo sus puertas el 04 de diciembre del 2001, el cual está bajo responsabilidad de la Comunidad Franciscana. El museo cuenta con tres salas de exhibición con obras de arte realizadas en su mayoría por Miguel de Santiago.

Primera Sala de Exhibición



Foto 3: Primera Sala

Fuente: Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”
Comunidad Franciscana

Es llamada también “Sala de los Milagros de la Virgen de Guápulo” aquí encontramos una de las obras más famosas del mejor representante del arte colonial de época, el pintor quiteño del siglo XVII, “Miguel de Santiago”, que representa en 12 lienzos “Los Milagros de la Virgen de Guadalupe”. Lo más importante de estos cuadros es la demostración del paisaje andino, como elemento nuevo de este siglo. Dentro de esta sala podemos apreciar pinturas atribuidas a “Miguel de Santiago” del siglo XVII tales como:

- “Virgen protege a Diego de la Peña”
- “Milagro de la Virgen en su Santuario
- “Milagro de San Narciso”
- “Virgen de Loreto con el Niño Jesús “
- “Amparo de la Virgen a los labradores”
- “Milagro de la Virgen por la Sequía”
- “Castigo de la Virgen a Francisco Romo”
- “Milagro de la virgen de Guápulo por Doña María Castro”
- “Milagro de la Virgen”
- “La Virgen protege a Manuel Gómez”
- “Milagros de la virgen a los peregrinos”
- “Milagro de la Virgen a los Labradores”
- “Virgen Inmaculada”

Dentro de esta sala se puede apreciar pinturas anónimas del siglo XVIII tales como:

- “San Narciso de Portugal”
- “El Arcángel San Gabriel”
- “El Arcángel San Miguel”
- “San Jerónimo”
- “La Anunciación”
- “La Visitación”
- “San Luis Gonzaga”

- “San Francisco de Asís”
- “Santo Franciscano”
- “San Isidro Inquisidor”

Están en exhibición indumentaria típica de la iglesia católica la cual eran utilizados para la celebración de la Santa Misa, en el siglo XIX, Todos estos bordados con hilos de oro y seda. (Véase en anexo 10), tales como:

- Casulla
- Dalmática
- Estola
- Manipulo

También está en exhibición esculturas de autores que se desconoce su identidad del siglo XVIII esculpidas en madera carne brillante y ojos de madera.

- Niño Jesús (Véase en anexo # 15)

Platería sacra del siglo XVIII, XIX y XX, entre ellas:

- Cálices
- Acetre
- Hisopo
- Incensario
- Dos candelabros
- Copones
- Ciriales
- Cruz profesional
- Florero
- Cruz de altar

Todos ellos con estilo de coral rojo (Véase en anexo # 14)

Segunda Sala de Exhibición



Foto 4: Segunda Sala

Fuente: Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”
Comunidad Franciscana

Pinturas

En esta sala muestra pinturas anónimas del siglo XVIII, óleo sobre lienzo (algodón)
(Véase en el anexo # 17)

- “Las Bodas de Canaán” (refleja uno de los primeros milagros de Jesucristo)
- “Virgen de la Dolorosa”
- “La Virgen María Madre de la Soledad”

Cabe mencionar que en esta sala se exhibe una de las pinturas del máximo exponente de la Escuela Quiteña “Miguel de Santiago”:

- “Invocación del Toledano (del siglo XVII en óleo sobre lienzo, lino)

Decoraciones Marianas del siglo XIX tales como:

- “Mariolas”
- “Columnas de Plata”

Esculturas

- “Virgen María” (escultura del siglo XVI, esculpida en madera en carne mate dorada y policromada, siendo una de las reliquias más importantes y antiguas del museo, decorado en pan de oro)
- “Los Ángeles” (escultura del siglo XVIII, esculpida en madera, policromada, estofada en carne brillante y ojos de vidrio, cualidad propia de este siglo)
- “Crucifijo” (escultura del siglo XVII, el brillo que posee lo conseguía el artista frotando la vejiga del cordero sobre la misma con saliva)
- “El Frailero” (anónimo siglo XVIII, repujado en cuero policromado en madera, utilizadas por los Frailes)
- “Cómoda” (mueble del siglo XVII, tallada en madera paneleado, policromado y decorado en pan de oro)
- “Cristo” (del siglo XVII, esculpido en madera en carne brillante y goznes)
- “Bargueño” (siglo XVIII, incrustación de madera, hilo de viruta y hierro forjado)

Cabe mencionar que las mencionadas obras de arte en su mayoría son de autor desconocido.

Tercera Sala de Exhibición



Foto 5: Segunda Sala

Fuente: Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”
Comunidad Franciscana

Dentro de esta sala se exhiben Pinturas anónimas del siglo XVIII y XIX óleo sobre lienzo (algodón)

- “San Pedro de Alcántara”
- “La concesión de dones por parte de la Virgen a sus devotos”
- “San Antonio de Padua”
- “Intersección de Santos para la Salvación de las almas “

Esculturas anónimas, talladas en madera siglo XVIII y XIX

- “Bargueño” (conjunto de dos bargueños, enchapado de madera y grabado en hueso)
- “Ángel” (esculpida en madera en carne brillante y policromada, ojos de vidrio)
- “El tenebrario” (tallada en madera, policromado y dorado)
- “Señor del Rio” (esculpida en madera en carne mate y policromada)

Conjunto Escultórico anónimas del siglo XVII y XVIII

- “Cristo” (esculpida en madera, en carne mate)
- “Virgen Dolorosa” (esculpida en madera, imagen de vestir, en carne brillante)
- “María Magdalena” (esculpida en madera, policromada en carne brillante)
- “San Juan” (esculpida en madera, tela encolada policromada en carne brillante)

Exhibición restaurada por el convenio Ecuador-España 1992, mantenimiento y montaje.

II. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICO– METODOLÓGICA

Antecedentes

Turismo

Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el desplazamiento de personas de su lugar habitual a un temporal y se caracteriza por pernoctar en un sitio diferente por un periodo consecutivo, es decir inferior a un año. (OMT 2012)

Turismo Religioso

El Turismo religioso, es diferente a los distintos segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje -como Jerusalén, La Meca o Roma siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.

Museo

“Museo se define como una institución dedicada a la adquisición, conservación y exposición de objetos de valor relacionados a la ciencia y el arte”

Según Benhamou (1997) “El museo tiene la función de transmitir una herencia, de generación en generación, a través de la conservación de las obras. El museo como institución surge con el doble objetivo de abrirse al público y desarrollar el carácter enciclopédico de las colecciones, conservadas fuera de su contexto original”.

El Museo en la sociedad ecuatoriana

En la actualidad, frente al reto de asumir la memoria social, los museos ecuatorianos se han diversificado notablemente mostrando alternativas al modelo oficial del museo nacional y respondiendo, a veces parcialmente, a las nuevas demandas de los públicos. Sin embargo, sus intenciones de trabajo han afrontado distintos obstáculos y falencias que deben considerarse en la construcción de las políticas públicas.

Así, en el Encuentro Nacional de Políticas de Museos fue importante el reconocimiento de ciertas problemáticas comunes como punto de partida para proponer alternativas para un desarrollo coherente de la práctica museística con las demandas del contexto ecuatoriano, entre ellas están: la administración de museos, el estado de las colecciones y la relación del museo con la sociedad.

En cuanto a la administración de museos se detectaron problemáticas en torno a la vinculación con el Estado y a la gestión cultural:

- Desarticulación Comunicación (programa de estudios de público y programa de exposiciones insignia, programa de comunicación interna y externa del SNM)
- Falta de presupuestos permanentes para el área de museos e inexistencia de modelos de gestión que hacen de esta labor un conjunto de esfuerzos aislados.
- Escasez de espacios de formación: los pocos espacios existentes para la profesionalización en carreras afines a los museos operan desde el ámbito privado y se encuentran centralizados. No existen programas permanentes por parte del Estado para la capacitación de trabajadores (: Ministerio de Patrimonio y Cultura, 2015)

Construcción de una política pública de museos

Las propuestas elaboradas en el Encuentro buscan enfrentar las problemáticas generales de los museos ecuatorianos, dentro del marco político y jurídico de la actual Constitución. En ese sentido, es fundamental recurrir a los Derechos Culturales (Art.21-25) como la base para la construcción de políticas públicas.

Así, se reconoce el derecho a la identidad cultural, la pertenencia a comunidades culturales y a conocer, acceder y difundir la memoria y el patrimonio desde la diversidad y la libertad individual. Es importante destacar el hecho de que se afirme a la identidad como un constructo pues se admite la movilidad de lo cultural y la negociación de sentidos dentro de este campo, haciendo frente a versiones reduccionistas que pretenden fijar la identidad a una esencia. (Ministerio de Patrimonio y Cultura, 2015)

Construcción de redes de museos

Desde el análisis de los conceptos de museo establecidos internacionalmente, se planteó la necesidad de concretar una definición propia de este concepto acorde con las particularidades del contexto local. Este sería un concepto orientador para las prácticas de los museos públicos y privados, por lo que favorecería generando espacios para la confluencia de varias formas de desarrollo de museos y evitando reducir sus potencialidades individuales. Sin embargo, deberá enfocarse en las especificidades del museo como institución no lucrativa y sus diferencias con espacios similares como los centros culturales.

Considerando el Art.378 de la Constitución, el Sistema Nacional de Cultura deberá promover la construcción de redes de museos que se integran a un sistema voluntariamente, acogiendo también a los museos privados. De este modo, al sistema como totalidad orgánica construida por componentes en relación coherente y estable, se une el trabajo en redes donde a pesar de la articulación existe un margen amplio de autonomía y respeto a las especificidades institucionales. Las redes podrán conformarse por tipologías o asociaciones geográficas tales como la Red de Museos del Centro Histórico de Quito, cuyos objetivos y mecanismos de operación fueron expuestos por Diego Santander en su ponencia al respecto. Esta red que funciona como tal desde 1999, articula la gestión y difusión de aproximadamente treinta museos del ámbito (Ministerio de Patrimonio y Cultura 2015)

Gestión de museos

Los participantes del Encuentro consideraron que el financiamiento debe ser un tema transversal para la continuidad de las políticas públicas. Para ello se requiere elaborar una planificación estratégica a corto y largo plazo, que incluya mecanismos de financiación y fomento estatales y mixtos considerando el aporte del ámbito privado y en pos de la sustentabilidad de los museos. Es importante, además, generar vínculos de cooperación internacional contemplados en acuerdos iberoamericanos y analizar los modelos desarrollados en países que ya han implementado su sistema de museos. Al respecto, se presentó en el Encuentro el ejemplo de Brasil, donde se destacó la importancia de construir una política pública a la par de los modelos de financiamiento y gestión para su sustentabilidad

La gestión de museos conlleva una corresponsabilidad, admitiendo que el Estado no puede ser el único encargado de la sustentabilidad de los museos. Si bien perciben fondos públicos y son parte del espacio público, su incidencia en la cultura pública está en manos de toda la sociedad. Será fundamental el fortalecimiento de lo público, como un espacio para el diálogo y la apropiación cotidiana; por eso, es necesario establecer mecanismos que regulen la participación y las responsabilidades, tanto en la construcción de políticas como en el sostenimiento de la actividad museal. (Ministerio de Cultura del Ecuador 2015.)

Orden Franciscana en Ecuador

La Orden de Frailes Menores u Orden Franciscana, cuyos miembros son más conocidos como franciscanos, es una orden religiosa indigente católica fundada por San Francisco de Asís en el año 1209.

La identidad del franciscano está en el vivir el Evangelio en la Iglesia según el modelo observado y propuesto por San Francisco de Asís y predicarlo a toda creatura. (Fr. Agustín Moreno, OFM, 2015)

La “Escuela Quiteña”

Se conoce como Escuela Quiteña al conjunto de manifestaciones artísticas y de artistas que se desarrolló en el territorio de la Real Audiencia de Quito durante el período colonial, es decir durante la dominación española donde obtuvo su mayor esplendor entre los siglos XVII y XVIII, de esta manera llenándose de gran prestigio entre las otras colonias americanas incluso en la Corte Española de Madrid.

La Escuela Quiteña se originó en la escuela de artes y oficios, fundada en 1551 por Fray Jodoco Ricke y Fray Pedro Gocial, que luego estos mismos Fray fundan el Colegio San Andrés. (Vargas, F. J. (1989). Biblioteca ecuatoriana clásica, el Arte Ecuatoriano. Quito.)

Características Técnicas de La “Escuela Quiteña”

La Escuela Quiteña se caracteriza por la combinación y adaptación de rasgos europeos e indigenistas y en sus etapas refleja todos los estilos dominantes en cada época en España y así tiene elementos renacentistas y manieristas; durante su apogeo es particularmente barroca concluyendo con una corta etapa rococó que desemboca en un neoclasicismo hacia la fase de transición a la etapa republicana

Una de sus características más comunes en la Escuela Quiteña es su “técnica de encarnado”, llamada en la pintura y escultura al intento de parecer al color de la carne del cuerpo humano, que da una apariencia más natural a la piel del rostro de las esculturas.

Su técnica era frotar a la escultura con la vejiga de un cordero y saliva, para darle un brillo, es decir una de las técnicas utilizadas dentro de la época de la Escuela Quiteña.

Además, cabe mencionar otras técnicas utilizadas dentro de la época como el esgrafiado o llamado grabado, y el estofado etc.

Fray Antonio Rodríguez

Es uno de los más grandes arquitectos de la Escuela Quiteña, conjuntamente con el hermano Marcos Guerra. Fray Antonio Rodríguez perteneció a la orden de San Francisco, su maestro el padre Francisco Benítez le encaminó en su vocación de constructor enseñándole los secretos de la arquitectura.

Conceptualización:

Promoción Turística

Se refiere a los esfuerzos organizados, entre empresas con interés turístico y de negocios, para lograr el crecimiento del mismo mediante la satisfacción de los turistas. y llegar con éxito al objetivo planificado.

Producto Turístico

Se define como un conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado producto o servicio para satisfacer los deseos o necesidades; la parte tangible la constituye el producto en sí y la parte intangible está vinculada directamente a la percepción que los consumidores- usuarios tienen de los productos-servicios (Philip Kotler 2004)

Alianza Estratégica: Acuerdo cooperativo entre empresas de negocios a mediano y largo plazo.

Nichos de Mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Web Marketing: Una forma de mercadeo directo que se hace en la Web de la Internet.

Elementos fundamentales para una promoción turística

Publicidad

- Anuncios en periódicos y revistas
- Artículos, reportajes pagados y noticias transmitidas a una determinada hora.
Publicaciones en libros y guías turísticas
- Radio, televisión, etc.

Materiales de Apoyo

- Afiches
- Trípticos
- Imágenes
- Camisetas
- gorras y bolígrafos

Relaciones públicas

- Viajes familiares
- Ferias turísticas (nacionales e internacionales)
- Agencias de turismo
- Sociedades corporativas
- Centros de reserva

Plan de Marketing

Es un documento maestro adaptable a cada empresa, es decir que forma parte de la planificación estratégica de una organización. El plan de marketing se utiliza para recoger los objetivos y estrategias, además de las acciones que van a ser necesarias para los cumplimientos de dichos objetivos. (D guiu garrigues 2012)

Marketing mix

El marketing mix está enfocado al diseño y ejecución del mismo, es decir, centrado a la realización de las estrategias previamente planteadas. Su horizonte temporal de actuación se limita al corto y mediano plazo y sus acciones se ven restringidas por el presupuesto de la organización.

El marketing mix es la combinación de los diferentes recursos e instrumentos comerciales de los que dispone la organización para alcanzar sus objetivos, el modelo del marketing mix son las 4 "P" (Enrique Bigne, Xavier Font, Luisa Andreu 2000)

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

El Marketing en destinos turísticos

Se enfoca en el segmento del mercado con una variedad de ofertas y proponer una solución integrada a las necesidades y deseos de los consumidores (Enrique Bigne, Xavier Font, Luisa Andreu 2000)

Promoción de ventas

Es un conjunto de ideas, planes y acciones comerciales que refuerzan la venta activa y la publicidad, y apoyan el flujo del producto al consumidor. (Libro: Marketing, de R. Romero, Editora Palmir)

Metodología

Para el desarrollo del presente estudio fue necesario el uso de varias herramientas metodológicas que permiten procesar la información y lograr los resultados esperados:

Método de observación

Por medio de las visitas oportunas al lugar se observó la riqueza cultural que existe en el museo Fray Antonio Rodríguez, el cual nos ayudará a realizar la debida difusión que requiere el lugar.

Método Deductivo

Este método fue aplicado en el trabajo de investigación del Plan de Promoción Turística del Museo” Fray Antonio Rodríguez” basando en los hechos observados partiendo de lo general a lo particular.

Método Analítico Sintético

Este método se aplicará en el trabajo de exploración por el cual se promocionarán los atractivos turísticos y culturales que posee el Museo “Fray Antonio Rodríguez”

Método Histórico Lógico

Lo histórico está relacionado con el estudio del proceso de investigación para promocionar el Museo Fray Antonio Rodríguez e investigar las actividades que se realizan en el lugar y así atraer la atención del visitante que llega a la Iglesia de Guápulo, este método histórico lógico es esencial para dar a conocer este lugar, rico en patrimonio y cultura

Herramientas de Investigación

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Registro de observación
Entrevista	Banco de preguntas
Encuesta	Red social Facebook

Cuadro 1: Técnicas de Investigación

Autor: Daniela Castillo

Análisis de la observación realizada del lugar

De acuerdo a la observación de campo realizada en esta investigación se han podido observar obras de arte, así como esculturas y cuadros realizados sobre lienzo pertenecientes a la Escuela Quiteña y realizadas por artistas anónimos y de renombre de la época.

Entrevista

Se realizaron entrevistas al director del Museo Padre Jesús Mosquera y personal que labora dentro del Museo Fray Antonio Rodríguez para poder obtener una mejor información sobre los aspectos más importantes que se deberían tomar en cuenta para la realización de la promoción turística de este lugar.

Banco de Preguntas

- ❖ ¿Qué opina usted de cuál es el motivo de la poca acogida del Museo Fray Antonio Rodríguez?
- ❖ ¿Cree usted que la red de Museos existentes dentro del Distrito Metropolitano de Quito posee el debido apoyo?
- ❖ En su opinión, ¿Qué aspecto se debe destacar del Museo Fray Antonio Rodríguez para su promoción turística?
- ❖ En su opinión ¿cuáles son sus expectativas de este proyecto turístico?
- ❖ ¿Está de acuerdo Ud. con una campaña de promoción turística para el Museo Fray Antonio Rodríguez? ¿Por qué? Y ¿en qué beneficiaría al sector de Guápulo?

Análisis de Resultados

En primer lugar, cabe destacar la disponibilidad a la colaboración y el interés mostrado por la Institución, así como la cantidad, calidad y profundidad de sus opiniones.

La entrevista denota claramente que los problemas de difusión del Museo Fray Antonio Rodríguez provocan una falta de flujo turístico, los visitantes al acudir al Santuario de la Virgen de Guápulo; no tienen conocimiento de la existencia del Museo y la riqueza cultural que posee. Por lo cual es viable el proceso de la mencionada investigación y ayude de forma positiva a la Institución.

El propósito fundamental de esta investigación es realizar un estudio a fin de apoyar al Museo Fray Antonio Rodríguez; en cuanto a un Plan Promocional que ayude a afrontar la baja demanda que este tiene en la actualidad. Esta investigación se basa en información recopilada con la cual se brinda un panorama actual de la problemática que afronta el museo; se refleja una respuesta positiva en cuanto a la realización del proyecto

Encuesta

Aprovechando el marketing digital que facilita la difusión del nuevo plan de promoción turística se pueden definir los posibles clientes, para conseguir información se elabora una encuesta virtual por medio de una conocida red social (*Facebook*) basada en una muestra de 50 personas de entre 18 y 65 años de edad con preferencias de viaje, deportes, arte y cultura; la cual nos facilitará la información adecuada para desarrollar el presente proyecto.



Foto 6: captura de encuesta virtual por medio de Facebook

Fuente: página de Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

Se realizaron 5 preguntas para determinar la acogida y la ejecución del plan de promoción turística del Museo Fray Antonio Rodríguez.

Banco de preguntas:

1. ¿Te gustaría visitar un Museo de arte del siglo VXI, XVII Y VXIII?

SI

NO

2. ¿Muestras interés por conocer acerca del Museo Fray Antonio Rodríguez ubicado en Guápulo?

SI

NO

3. ¿Estarías interesado en conocer el arte religioso y la Escuela Quiteña?

SI

NO

4. ¿Cuánto pagarías por la entrada a un museo en Quito?

2.00

1.50

3.00

5. ¿Estarías de acuerdo que se realice un plan de promoción y difusión para el museo Fray Antonio Rodríguez por medio de redes sociales?

Tabulación

Pregunta 1

¿Te gustaría visitar un Museo de arte del siglo VXI, XVII Y VXIII?

RESPUESTA	# PARTICIPANTES	PORCENTAJE
SI	45	90%
NO	5	10%

Tabla #1

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

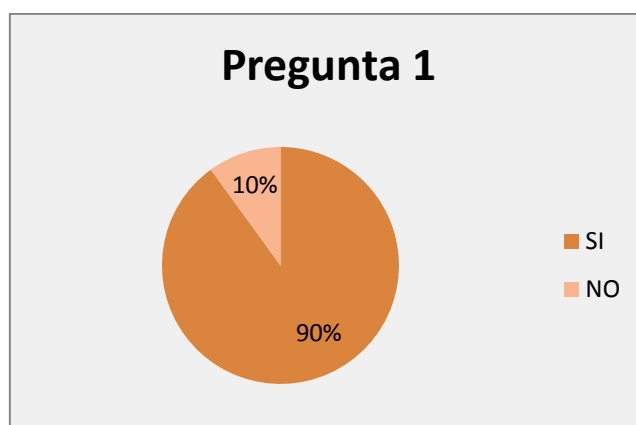


Gráfico #1

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

Interpretación

Se determina que al 90% de las personas encuestadas les gustaría visitar un museo de arte del siglo XVI, XVII y XVIII que propone el presente estudio, y una minoría del 10% que plantea por motivos desconocidos no le gustaría. Lo cual determina que a la gente si le gustaría conocer el lugar.

Pregunta 2

1. ¿Muestras interés por conocer acerca del Museo Fray Antonio Rodríguez ubicado en Guápulo?

RESPUESTA	# PARTICIPANTES	PORCENTAJE
SI	38	76%
NO	12	24%

Tabla # 2

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

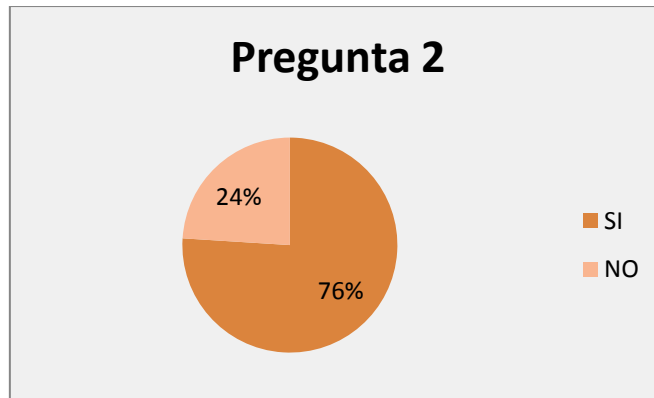


Grafico #2

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

Interpretación

Se establece que un 76% de las personas encuestadas tienen interés por conocer del arte religioso y la Escuela Quiteña, es así que beneficia al desarrollo del presente proyecto mostrando interés en conocer del tema y un 24% muestran un desinterés.

Pregunta 3

1. ¿Estarías interesado en conocer el arte religioso y la Escuela Quiteña?

RESPUESTA	# PARTICIPANTES	PORCENTAJE
SI	45	90%
NO	5	10%

Tabla # 3

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

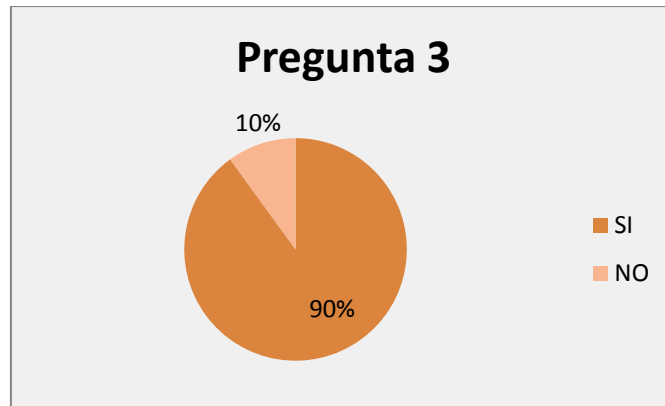


Grafico # 3

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

Interpretación

Se establece que una mayoría del 90% le gustaría conocer acerca del Museo Fray Antonio Rodríguez el cual determina la ejecución del proyecto mostrando la falta de promoción existente en el lugar y apenas un 10% muestra que no le interesaría conocer acerca del museo.

Pregunta 4

¿Cuánto pagarías por la entrada a un museo en Quito?

RESPUESTA	# PARTICIPANTES	PORCENTAJE
\$ 2.00	20	40%
\$ 1.50	20	40%
\$ 3.00	10	10%

Tabla # 4

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

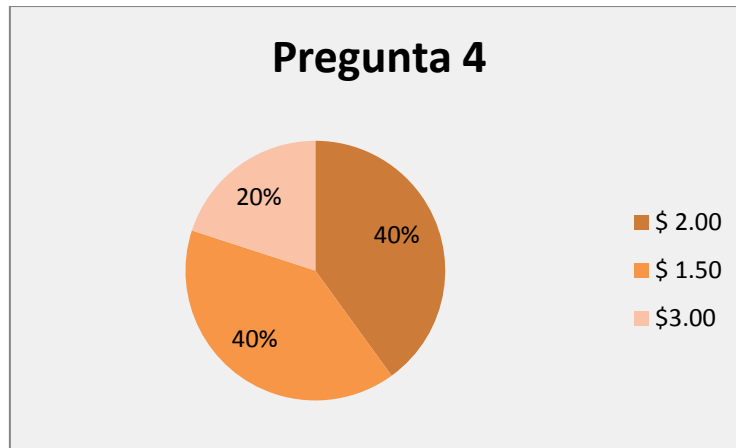


Grafico # 4

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

Interpretación

Del total de los encuestados un 80% no tendría problema en pagar una entrada a un museo con valor de 2.00 y de 1.50, mientras que el otro 20 % de los encuestados corresponde a que si estaría dispuesto a pagar un valor de 3.00 por una entrada a un museo, la cual determina que el precio actual de la entrada al Museo Fray Antonio Rodríguez es la adecuada y accesible hacia al visitante

Pregunta 5

¿Estarías de acuerdo que se realice un plan de promoción y difusión para el museo Fray Antonio Rodríguez por medio de redes sociales?

RESPUESTA	# PARTICIPANTES	PORCENTAJE
SI	48	96%
NO	2	4%

Tabla # 5

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

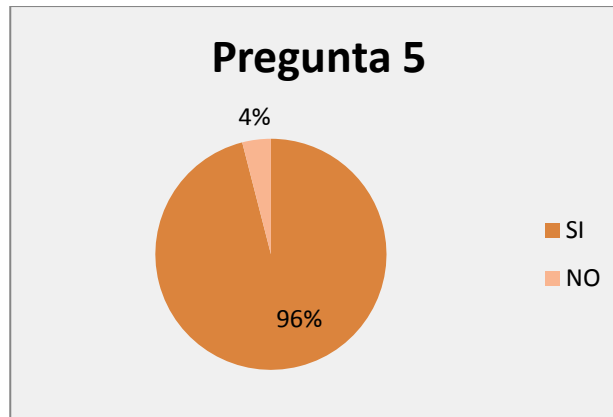


Grafico # 5

Fuente: Red social Facebook

Elaborado: Daniela Castillo

Interpretación

Se comprueba que la mayoría de los encuestados, que un, 96% están de acuerdo en que se ejecute el plan de promoción y difusión por medio de redes sociales acerca del Museo Fray Antonio Rodríguez el cual ayudará a mejorar la afluencia de visitantes al lugar por uno de los medios más conocidos a nivel mundial, mientras que una minoría del 4 % está en desacuerdo.

III “PROPUESTA DE UN PLAN PROMOCIONAL PARA DAR IMPORTANCIA TURISTICA AL MUSEO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ



Foto 7: Segunda Sala

Fuente: Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”

Autora: Daniela Castillo

Presentación

En base a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se demostró que es muy importante diseñar un Plan de Promoción Turística que permita mejorar la afluencia de turistas al Museo Fray Antonio Rodríguez ubicado en el interior de la Iglesia de Guápulo.

El presente capítulo establece las diferentes estrategias y acciones que se realizarán para mejorar el aumento de visitantes al mencionado museo, con el objetivo de contribuir al desarrollo de la Parroquia de Guápulo.

De esta forma se generarán empleos directos e indirectos, teniendo una nueva opción de destinos dentro del turismo religioso, siendo la promoción turística un punto clave para inducir a los futuros clientes en la compra de un producto turístico cultural e histórico, que puede ser atractivo tanto para el turista como para la población local.

Filosofía empresarial

Objetivo

Lograr de forma acertada la promoción del museo de manera que se incremente el flujo de turistas y visitantes un 30% al establecimiento, promoviendo un turismo cultural dentro de la Parroquia de Guápulo.

Misión

El Museo “Fray Antonio Rodríguez” tiene como misión salvaguardar el invaluable patrimonio artístico cultural que guarda bajo su administración y exhibición, priorizando la integridad en el tiempo de las obras, además del fortalecimiento y la difusión de las diferentes expresiones artísticas – culturales del país hacia América y el Mundo.

Visión

Posicionar el Museo “Fray Antonio Rodríguez” a nivel local y mundial; como un referente de la Escuela Quiteña, fomentando el interés de nuestra historia y el orgullo de una identidad sincrética que marco un episodio en el arte universal.

Política

Siendo la conservación del patrimonio un pilar fundamental donde se establece principios éticos y morales a nuestro visitante con el único objetivo de conservar la herencia artística existente en el Museo Fray Antonio Rodríguez y de esta manera lograr difundir y exhibir obras de arte con un valor patrimonial muy importante en la historia de la Ciudad de Quito.

PROMOCION Y PUBLICIDAD

Establecer un plan de difusión turística que permita dar a conocer la importancia de este museo, su riqueza histórica, su patrimonio, y potenciando el interés del turista en la oferta local, para lo cual se aplicarán estrategias promocionales logrando captar nuevos segmentos y el crecimiento del número de visitantes, en un futuro.

Precio

El museo actualmente cuenta con una lista de precios la cual se detalla a continuación:

DESCRIPCION	VALOR POR PAX
Estudiantes y niños	1.00
Nacionales	1.50
Extranjeros	2.00

Cuadro 2: Precios de Entradas

Fuente: Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”

Autora: Daniela Castillo

Estrategia de Promoción y Difusión del Museo “Fray Antonio Rodríguez”

- ❖ Creación y mantenimiento de las cuentas como Facebook y twitter, ya que es un medio masivo en cuanto a redes sociales procurando posicionar al museo como destino turístico de importancia y que permita conocer la existencia y localización del Museo Fray Antonio Rodríguez y difundirlo masiva y constantemente, publicitando de esta manera eficaz y a bajo costo.

- ❖ Creación de un tríptico informativo en inglés y español a disposición del cliente entregando en diferentes puntos estratégicos de la Ciudad de Quito como el Municipio de Quito e islas de información del Ministerio de Turismo; sin costo por un tiempo determinado.

- ❖ Proponer un nuevo recorrido que sea más interactivo y llamativo hacia el visitante, mostrando de manera interesante las obras de arte que se encuentran dentro del Museo Fray Antonio Rodríguez. Y crear una alianza estratégica para pasantías con instituciones académicas y lograr un servicio de calidad al momento de la visita del turista.

ESTRATEGIAS CON REDES SOCIALES

Estrategia N. 1 Creación y mantenimiento de cuentas: Facebook y twitter

Descripción:

Por medio de redes sociales en Internet se ha escogido a dos plataformas populares de uso común como son *Facebook* y *Twitter*, que permitirán subir la información oportuna de los atractivos turísticos que posee el Museo Fray Antonio Rodríguez ya que es uno de los medios con alta difusión a nivel nacional e internacional.

Política:

Realizar mantenimiento y actualización de las paginas cada tres meses.

Acción:

Creación de las cuentas virtuales y su actualización semanal para difundirlo masiva y constantemente, publicitando de una manera eficaz y a bajo costo

Presupuesto

25.00 usd diario

75.00 usd semanal

300.00 usd mensual

900.00 usd total

Alcance diario estimado

9000-24000 personas en Facebook

664-697 personas en Twitter

Cuadro 3. Cuadro de estrategias con redes sociales

Fuente: investigación de campo

Autora: Daniela Castillo

ESTRATEGIA: TRIPTICO PUBLICITARIO

Estrategia N. 2 Creación de un tríptico en idioma inglés y español	
Descripción:	La creación de un tríptico publicitario en idioma inglés y español para facilidad del visitante nacional y extranjero con el fin de proporcionar datos importantes como un corto resumen, mostrando las tres salas de exhibición que posee el museo, la ubicación y dirección de contactos.
Política:	La impresión del documento informativo será con un número de 50 unidades cada mes durante tres meses.
Acción:	Entregar en puntos estratégicos de la Ciudad de Quito como: islas de información del Municipio de Quito y del Ministerio de Turismo 25 unidades en cada una de ellas y por un tiempo de tres meses con un total de 50 unidades mensuales
Presupuesto	30.00 usd mensual 90.00 usd total
Alcance Estimado	150 personas durante los tres meses de duración de la campaña de promoción

Cuadro 4: Estrategia de documento publicitario

Fuente: Investigación de campo

Autora: Daniela Castillo

ESTRATEGIA: NUEVO RECORRIDO DEL MUSEO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ

Estrategia N. 3 Propuesta de Nuevo recorrido del Museo
<p>Descripción:</p> <p>Proponer un nuevo recorrido en el Museo que sea más interactivo y atractivo para el visitante con el fin de promover el turismo cultural y difusión del mismo.</p>
<p>Política:</p> <p>El nuevo recorrido se realizará en grupos de hasta un máximo de 8 personas con la facilidad de hacer llegar la información a todos los visitantes y con un tiempo de 40 minutos de recorrido.</p>
<p>Acción:</p> <p>Ejecutar la nueva ruta del recorrido del museo con la finalidad de mejorar calidad de servicio para nuestros visitantes.</p>
<p>Presupuesto:</p> <p>0</p>

Cuadro 5: Estrategia de nuevo recorrido de Museo Fray Antonio Rodríguez

Fuente: Investigación de campo

Autora: Daniela Castillo

Estrategia de Redes Sociales

La red social ha revolucionado el campo de la comunicación, desarrollando tanto las posibilidades de difusión e interacción entre usuarios, como los formatos y tipos de contenido, la ventaja de estos medios de comunicación digital (Facebook, y Twitter,) es facilitar al usuario conectarse desde su Smart phone o PC en cualquier lugar y a toda hora.

Perfil Oficial Del Museo Fray Antonio Rodríguez

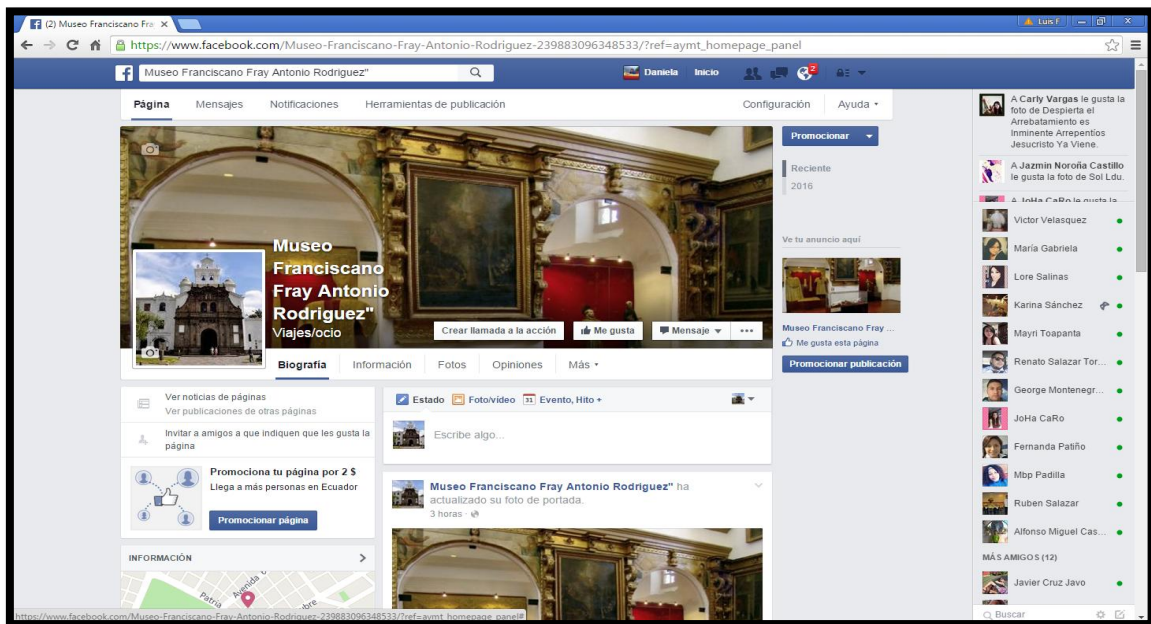


Foto 8: Perfil Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”

Fuente: Red Social “Facebook”

Autora: Daniela Castillo

Días de publicación	Horario	Duración
Miércoles, jueves y viernes	Desde 17:00 hasta 22:00pm	Tres meses
Sábado	Desde 15:00 hasta 21:00	

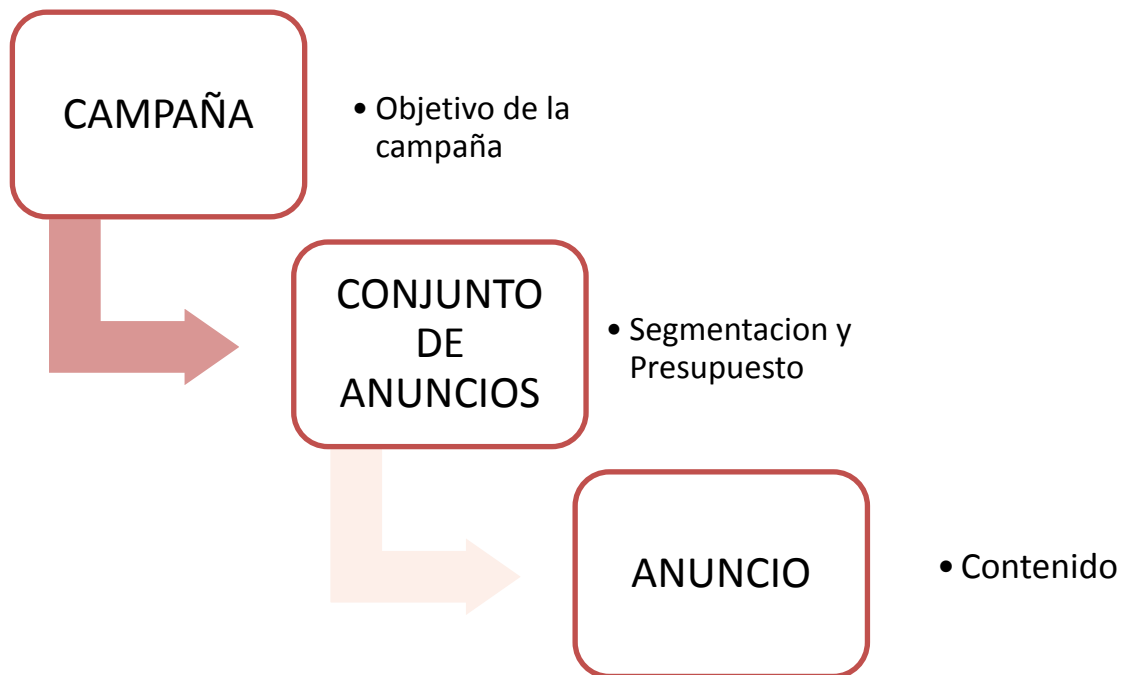
Cuadro 6: Programación de anuncios en Facebook

Fuente: investigación de campo

Autora Daniela Castillo

Campaña Facebook

La campaña de Facebook se forma de la siguiente manera



Cuadro 7: Programación de anuncios en Facebook

Fuente: investigación de campo

Autora Daniela Castillo

Mediante estos pasos se establece el objetivo de la campaña, posteriormente es llegar al cliente que queremos, así también fijar el presupuesto y por último se diseña el anuncio

Siguiendo los pasos de la estructura de la presente campaña de promoción mediante Facebook resultaría de la siguiente manera

Campaña Objetivo

Facebook Anuncios de Facebook

CONJUNTO DE ANUNCIOS: Define tu público, presupuesto y calendario

Presupuesto y calendario

Presupuesto diario 25.00 \$

Periodo de circulación

Inicio 7/4/2016 07:27

Finalización 7/5/2016 07:27

Optimización para la entrega de anuncios

Me gusta de la página

Importe de la puja

Automático

Manual

1.00 \$

Alcance diario estimado

9000 - 24000 personas en Facebook

Cerrar sin guardar

Informar de un problema

Foto 9: captura de la campaña objetivo

Fuente: Red Social "Facebook"

Autora: Daniela Castillo

Determinación de público y presupuesto

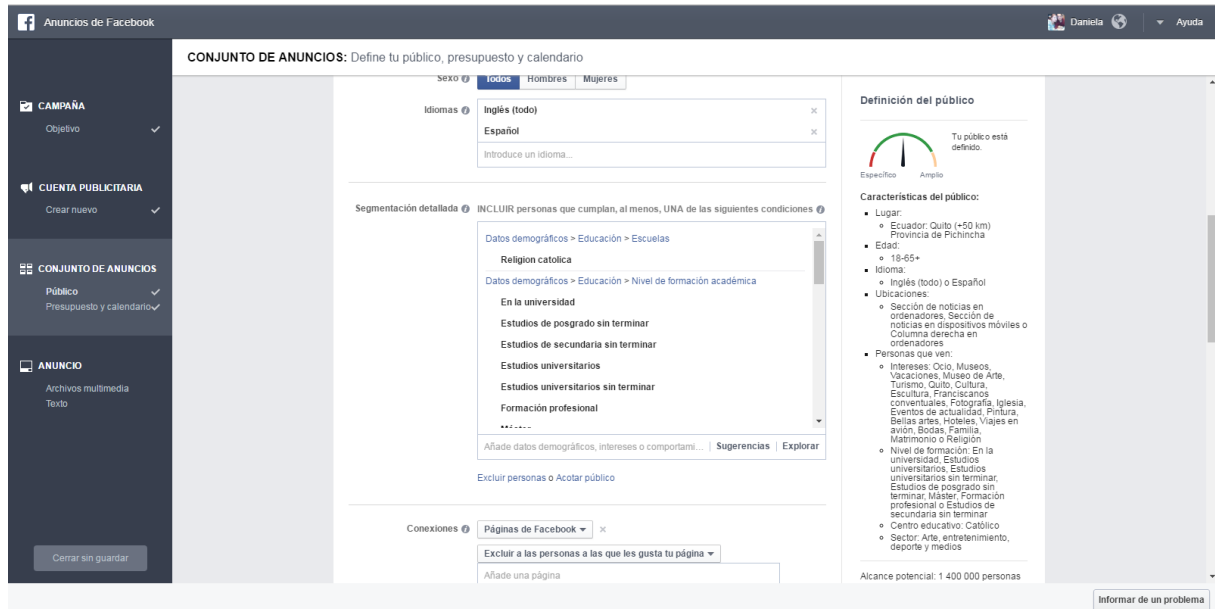


Foto 10: captura de fijación de público y presupuesto

Fuente: Red Social “Facebook”

Autora: Daniela Castillo

Para la elaboración de la publicidad por medio de *Facebook* se debe fijar el público hacia dónde vamos a llegar través de una herramienta que proporciona la misma página. El público seleccionado fue hombres y mujeres de 18 a 65 años que dentro de sus intereses está el hacer, deporte, viajar y que viven en la ciudad de Quito.

Es importante mencionar que mediante esta herramienta que nos proporciona la misma página nos ayuda a segmentar nuestro mercado, así como colocando las “key words”, o palabras claves las cuales nos llevan a un específico tipo de clientes con intereses claves para de esa forma llegar con nuestro objetivo que es promocionar el Museo Fray Antonio Rodríguez.

El presupuesto se estableció de la siguiente manera 25.00 usd diarios los días miércoles, jueves y viernes los días de más acogida por parte de los usuarios que da

un total de 300.00 usd mensuales por un periodo de tres meses, pagando por cada Me Gusta un valor de 0,50 ctvs. y dando un total de 900.00 usd por la totalidad de los tres meses.

Los anuncios llegarán de entre 9000 y 24000 personas de las cuales se estima un 30% tome interés en conocer el Museo Fray Antonio Rodríguez durante los tres primeros meses de la campaña de promoción

Campaña en *twitter*



Foto 11: captura de página de *twitter*

Fuente: Red Social "*Facebook*"

Autora: Daniela Castillo

Es por eso que para el presente trabajo se eligió uno de los medios más reconocidos a nivel mundial para la promoción y difusión del Museo Fray Antonio Rodríguez

Días de publicación	Horario	Duración
Miércoles, jueves y viernes	Desde 17:00 hasta 22:00pm	Tres meses
Sábado	Desde 15:00 hasta 21:00	

Cuadro 8: Programación de anuncios en Twitter

Fuente: investigación de campo

Autora Daniela Castillo

- **Tweets Promocionados**

Los Tweets promocionados posicionan la marca con el fin de aumentar las visitas y las personas que capten el Tweet tendrán interés de conocer el lugar, lo que creará más tráfico en redes y los posibles visitantes al Museo Fray Antonio Rodríguez.

Se escogió estos días de la semana tomando en cuenta los tiempos libres que los usuarios tienen para ingresar a distintas páginas de redes sociales como es el caso de *Facebook* y *twitter*, es importante recalcar que el periodo de tiempo de duración de la publicidad por medio de redes sociales se puede medir a partir de tres meses de duración con la ayuda del marketing online.

Tríptico

Por medio de esta herramienta publicitaria se propone un nuevo medio de información acerca del Museo Fray Antonio Rodríguez en idioma inglés y español para facilitar el acceso a la información a turistas nacionales y extranjeros donde se indicará la dirección de cómo llegar al museo, números de contactos y dirección de redes sociales, resumiendo el contenido del Museo con sus tres salas de exhibición de obras de arte. Entregando de forma gratuita y en puntos estratégicos de la Ciudad

de Quito como en el punto de información del Municipio de Quito y así también en diferentes islas de Ministerio de Turismo, con el fin de dar a conocer el Museo Fray Antonio Rodríguez y que puedan visitarlo

Documento en Idioma Español

MUSEO FRANCISCANO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ

Primera Sala



A partir de 4 de diciembre del 2001 en el interior del santuario franciscano de nuestra Señora de Guápulo, la iglesia y antigua sacristía han sido habilitadas como museo el cual funciona bajo responsabilidad de la comunidad franciscana se muestran tres salas de exposición con obras restauradas por el convenio

"Las restauraciones del santuario y sus bienes culturales fueron realizados desde 1987 hasta 1993"

Ubicada en la primera sacristía del Santuario es llamada también "sala de los milagros de la Virgen de Guápulo" aquí encontramos la obra cumbre del máximo exponente del arte colonial el pintor quiteño del siglo XVII Miguel de Santiago que representa en 12 lienzos " Los Milagros de la Virgen de Guadalupe".

Lo más importante de estos cuadros es la incorporación del paisaje andino, como elemento nuevo en este siglo.

De esta sala podemos apreciar pinturas anónimas como "San Narciso de Portugal", el Arcángel San Gabriel", "Arcángel San Miguel", "San Jerónimo", "La Anunciación", "La Visitación". Se exhiben ornamentos litúrgicos que eran utilizados para la celebración de la Santa Misa en el siglo XIX tales como casulla, dalmática, estola, manipulo, todos estos bordados en hilos de oro y seda, además de te.

Segunda Sala



En la segunda sala se exhiben obras de arte las más sobresalientes como:

"Virgen Maria" escultura anónima del siglo XVI, siendo esta la más antigua del Museo con decoración de pan de oro.

"Crucifijo" escultura anónima del siglo XVII, el brillo que posee lo consigue el artista frotando la vejiga del cordero sobre la misma con saliva.

Pinturas anónimas del siglo XIX como la VIRGEN María Madre de la Soledad" " Las Bodas de Canaán"

En esta última sala observamos obras como: "El Calvario", conjunto escultórico del siglo XVIII de autor anónimo. "Bargueños" anónimos del siglo XVIII, mueble decorado con la técnica de la taracea, "Tenebrario" tallado en madera en el siglo XVII.

Pinturas y esculturas anónimas del siglo XIX como: "San Pedro de Alcantara", "San Antonio de Padua", "Señor del Río"

Tercera Sala



DATOS DEL MUSEO

Es un antiguo monasterio de construcción colonial

Costos

\$ 1.50 adulto

\$ 1 estudiantes & niños

Días de atención:

Lunes a Viernes

Horario:

09h00-12h00

14h00-18h00

Ubicación



Contacto:

 Museo Fray Antonio Rodríguez

FRAY ANTONIO RODRIGUEZ

MUSEO

Quito - Ecuador



Bienvenidos

Telefonos: (02) 2565652 / 2541858

Foto 12: Tríptico en español

Fuente: Museo Franciscano "Fray Antonio Rodríguez"

Autora: Daniela Castillo

N. unidades de impresos publicitarios	Duración	Responsable
50unidades	TRES MESES	Comunidad Franciscana y Daniela Castillo

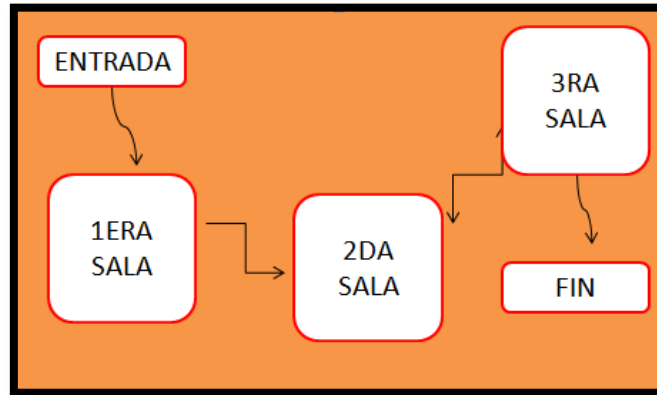
Cuadro 9: Detalle de impresiones publicitarias

Fuente: investigación de campo

Autora Daniela Castillo

El documento de promoción se entregará en lugares de gran afluencia turística, tal es el caso de puntos de información turística del Municipio de Quito y del Ministerio de Turismo; los mismos pueden ser adquiridos de forma gratuita.

Propuesta nueva recorrido del Museo Fray Antonio Rodríguez



Cuadro 10: Precios de Entradas

Fuente: Museo Franciscano “Fray Antonio Rodríguez”

Autora: Daniela Castillo

La propuesta de un nuevo recorrido en el museo Fray Antonio Rodríguez permitirá mejorar la calidad de los servicios del museo, promoviendo el turismo cultural y la difusión del mismo, con la finalidad de mejorar la afluencia de visitantes al museo.

El inicio del recorrido empieza dándoles una cordial bienvenida, comunicándoles de las normas y reglas a que deben regirse al momento de su visita, así también el guía deberá mencionar su nombre y hacerles saber que cualquier inquietud está dispuesto en contestar

Se estima que el recorrido dure entre unos 40 a 45 minutos aproximadamente con un máximo de 8 personas con el fin de hacer llegar la información de forma resumida las tres salas que posee el museo.

Se emprenderá con información básica como ubicación del lugar, una corta biografía de Arq. Fray Antonio Rodríguez a quien se atribuye el nombre del Museo por formar parte importante de la construcción del Santuario de Guápulo

A continuación, se realizará el recorrido de las tres salas de exhibición que tiene el museo explicando de una forma clara y concisa la historia de cada una de las obras de arte que existen dentro del museo.

Es así como termina el recorrido de este hermoso lugar donde aguarda un conjunto de obras de arte de mucha importancia dentro de la Escuela Quiteña teniendo consigo lienzos pertenecientes a uno de los mejores exponentes de la Escuela Quiteña

Agradeciéndoles por la visita y su pronto retorno se les invitará a pasar a la tienda de recuerdos que posee ya el museo.

Determinación de costos y gastos

Medio	Duración	Unidades	Costo
<i>Mantenimiento de medios de difusión (Redes sociales)</i>	<i>3 meses</i>		<i>900.00</i>
<i>Impresiones publicitarias</i>	<i>3 meses</i>	<i>150</i>	<i>90.00</i>
TOTAL(USD):			990.00

Cuadro # 11

Elaborado: Daniela Castillo

El presupuesto general para la aplicación del Plan de Promoción y Difusión es de \$ 990.00 dólares, el mismo que será financiado por la Comunidad Franciscana la mitad del monto ya que la otra parte asumirá el total de las ventas de las entradas

al museo, debido a que esta propuesta favorece al barrio de Guápulo dando a conocer sus Atractivos Turísticos, aumentando el flujo turístico lo que generará ingresos económicos y puestos de trabajo en beneficio de la comunidad.

Resultados Esperados

Visitas mensuales (dato actual)	Ingreso de entradas mensuales	Compras en tienda de recuerdos
60 Pax	\$90	\$24
PROYECCION		
Primer Mes 10% =66 PAX	\$99.00	\$26.40
Segundo mes 10%=72 Pax	\$108.00	\$29.04
Tercer mes 10%=79 Pax	\$118.50	\$31.94

Cuadro # 12

Elaborado: Daniela Castillo

Plan de Acción Promocional

Objetivo:	Estrategias	Recursos:	Fechas:	Responsables
Lograr de forma acertada la promoción del museo, de manera que se incremente el flujo de turistas un 30% al establecimiento; promoviendo un turismo cultural dentro de la parroquia de Guápulo	<p>Creación y mantenimiento de cuentas Facebook y twitter</p> <p>Creación de un tríptico en idioma inglés y español</p> <p>Propuesta de un nuevo recorrido del museo</p>	Financiero Material impreso	<p>Inicio: Octubre del 2016</p> <p>Fin : Diciembre del 2016</p>	Autora : Daniela Castillo

Cuadro # 13

Elaborado: Daniela Castillo

CONCLUSIONES

- Mediante la investigación realizada en el Museo Fray Antonio Rodríguez se demostró que su valor histórico cultural es de gran importancia, ya que posee obras de arte realizadas por artistas de renombre de la Escuela Quiteña y que son de mucho valor cultural a nivel mundial.
- La falta de información e historia de las obras de arte que posee el museo Fray Antonio Rodríguez es uno de los factores que resta competitividad en el mercado turístico, es por eso que la investigación realizada es muy favorable para la ejecución del mismo.
- El estudio del proyecto mostró que existe una baja afluencia de visitantes al Museo, por lo cual se pudo comprobar que es necesario un Plan de promoción turística que ayude a potenciar las obras de arte que en él se encuentran.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- Implementar el Plan de Promoción que se desarrolló para el Museo Franciscano Fray Antonio Rodríguez para obtener los resultados esperados que contribuyan a mejorar la demanda del atractivo turístico
- Realizar convenios e invitaciones enfocando los esfuerzos publicitarios hacia instituciones educativas, y personas interesadas en la cultura, resaltando las obras de arte más representativas realizadas por el mayor exponente de la Escuela Quiteña Miguel de Santiago.
- Hacer contacto con las líneas de buses locales para que mantengan su frecuencia más seguida y masivamente, donde se evidencia la falta de transporte público para los turistas.
- Que las autoridades de la Parroquia de Guápulo organicen programas tradicionales que motiven a los pobladores para que valoren lo propio y así procurar la conservación de esta joya arquitectónica.

BIBLIOGRAFIA

- América y España en la escultura colonial quiteña: historia de un sincretismo (1992), por Ximena Escudero-Albornoz, Ximena Escudero de Terán, "(Escuela Quiteña, características, siglo XVI, XVII, XVIII)," Biografía de Fray Antonio Rodríguez"
- Benhamou, Françoise, (1997):" Definición de museo" La economía de la cultura. Ediciones Trilce, Montevideo.
- D guiu garrigues (2012) "Plan de Marketing"
- Diccionario de Marketing, / de Cultural S.A., España (1999); Pág. 282
- Ecuador Regiones Naturales (2014)" Importancia del turismo ", capturado de ecuador.costasur.com/es/economía.
- El-Abbadi, Mustafá (1984): "historia de museos "libro La antigua biblioteca de Alejandría, 1ª edición.
- Enrique Bigne, Xavier Font, Luisa Andreu (2000), "Marketing Mix", "Marketing en destinos turísticos", "La comunicación de los destinos turísticos"
- Fr. Agustín Moreno, OFM, (2015) "Orden franciscana en el Ecuador" Quito-Ecuador
- Kotler, Neil y Kotler, Philip (2001):" Estrategias y marketing de museos. Ariel. Barcelona
- M.A. KHAN, (2005)" Definición de Promoción Turística"
- Ministerio de Patrimonio y Cultura del Ecuador (2015), "Construcción de política de museos en el Ecuador", "Construcción de redes de museos", "Museos en la sociedad ecuatoriana", " Gestión de Museos "Quito. Ecuador
- Navas, J. (1926) Libro Guápulo y su Santuario, Quito- Ecuador
- Organización Mundial de Turismo (2012) "Turismo- Definición", Quito- Ecuador
- Romero R. (1997) Marketing. Editora Palmir E.I.R.L.
- Turismo Religioso (2014) "definición de turismo religioso"
- (Vargas, F. J. (1989). Biblioteca ecuatoriana clásica, el Arte Ecuatoriano. Quito.)

ANEXOS

ANEXO # 1



ANEXO # 2



ANEXO # 3



ANEXO # 4



ANEXO # 5

Entrevista

Banco de Preguntas

- ❖ ¿Qué opina usted de cuál es el motivo de la poca acogida del Museo Fray Antonio Rodríguez?
- ❖ ¿Cree usted que la red de Museos existentes dentro del Distrito Metropolitano de Quito posee el debido apoyo?
- ❖ En su opinión, ¿Qué aspecto se debe destacar del Museo Fray Antonio Rodríguez para su promoción turística?
- ❖ En su opinión ¿cuáles son sus expectativas de este proyecto turístico?
- ❖ ¿Está de acuerdo Ud. con una campaña de promoción turística para el Museo Fray Antonio Rodríguez? ¿Por qué? Y ¿en qué beneficiaría al sector de Guápulo?

ANEXO # 6

INFORMATION MUSEUM

It is an old monastery building colonial

Cost

\$ 1.50 adult

\$ 1 students & child

FRAY ANTONIO RODRIGUEZ

MUSEUM

Quito - Ecuador



WELCOME

Days: Monday through Friday

Hours: 09:00-12:00
14:00-18:00

Location:



Find us:

 Museo Fray Antonio Rodriguez

Phone: (02) 2565652 / 2541858

MUSEO FRANCISCANO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ

FIRST ROOM



From December 4, 2001 within the Franciscan sanctuary of Our Lady of Guápulo, church and old sacristy have been enabled as a museum which operates under the responsibility of the Franciscan community three exhibition halls with restored works shown by the Ecuador agreement -Spain Ecuador -España

"The restoration of the sanctuary and its cultural property were conducted from 1987 to 1993"

Located on the first sacristy of the Shrine is also called "room of the miracles of the Virgin of Guápulo" here are the masterpieces of the greatest exponent of colonial art the quiteño seventeenth-century painter Miguel de Santiago represented in 12 paintings "The Miracles of the Virgin of Guadalupe". The most important of these pictures is the incorporation of the Andean landscape as a new element in this century. In this room we can see anonymous paintings as "San Narciso de Portugal", the Archangel Gabriel ", " San Miguel Archangel "

liturgical ornaments that were used for the celebration of the Mass in the nineteenth century such as chasuble, dalmatic, stole, maniple, all these embroidered gold thread and silk, plus we have anonymous sculptures of the eighteenth century and sacred silverware are exhibited. nemos esculturas anónimas del siglo XVIII y platería sacra.

SECOND ROOM



"Virgen María" escultura anónima del siglo XVI, siendo esta la más antigua del Museo con decoración de pan de oro.

"Crucifijo" escultura anónima del siglo XVII, el brillo que posee lo conseguía el artista frotando la vejiga del cordero sobre la misma con saliva.

Pinturas anónimas del siglo XIX como la VIRGEN María Madre de la Soledad" "Las Bodas de Canaán"

In the second room the most outstanding works of art as shown:

"Virgin Mary" anonymous sculpture of the XVI century, being the oldest the museum decorated with gold leaf.

"Crucifix" anonymous sculpture of the seventeenth century, the brightness that has got the artist rubbing the bladder of the lamb with saliva.

In this last room we see works like "El Calvario", a sculpture of the eighteenth century by an anonymous author. anonymous "Bargueños" eighteenth century, decorated with marquetry technique, "tenebrario" woodcarving in the seventeenth century furniture. Paintings and sculptures anonymous nineteenth century as "San Pedro de Alcantara", "San Antonio de Padua", "Lord of Rio"

Tercera Sala



ANEXO # 7

MUSEO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ



"ANGELES

Esculturas anónimas del siglo XVIII

Poseen ojos de vidrio característica propia de ese siglo

ANEXO # 8

MUSEO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ



"BARGUEÑOS"

Anonimos del siglo XVIII

Mueble decorado con la técnica de la taracea

ANEXO # 9

MUSEO FRAY ANTONIO RODRIGUEZ



ANEXO # 10



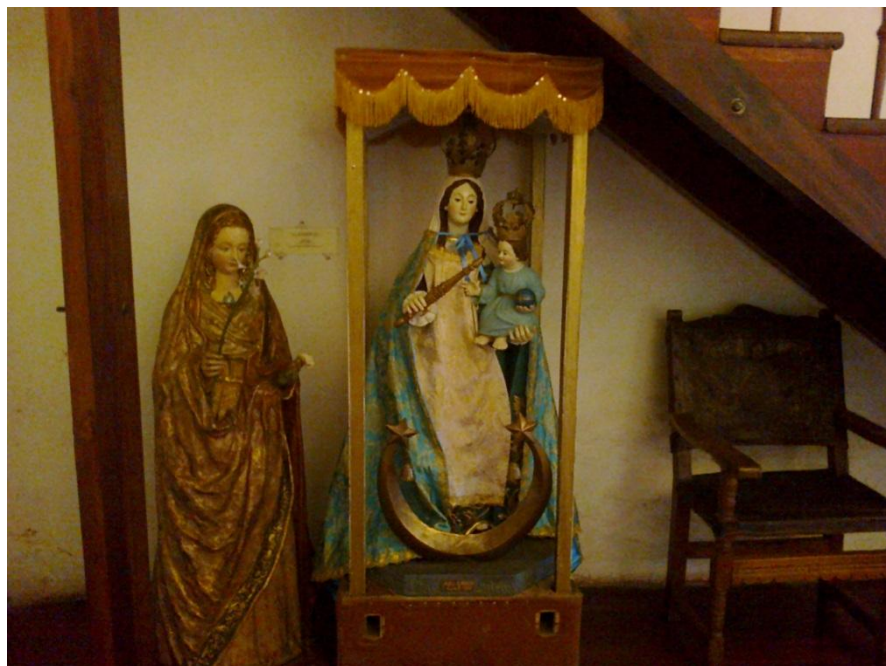
ANEXO # 11



ANEXO #12



ANEXO # 13



ANEXO # 14



ANEXO # 15



ANEXO # 16



ANEXO # 17



ANEXO # 18



ANEXO # 19



ANEXO # 20



ANEXO # 21

