

Índice

<i>Introducción</i>	6
<i>Objetivo General</i>	7
<i>Objetivo Específico</i>	7
<i>Metodología</i>	8
<i>Capítulo 1: Imagen Turística</i>	10
1.1 Concepto de imagen de destino turístico.....	10
1.2 Tipos de imagen.....	11
1.3 Agentes de Información.....	12
<i>Capítulo 2: Promoción Turística y Medios Audiovisuales</i>	15
2.1 Definición de promoción turística.....	15
2.2 Herramientas promocionales.....	17
2.3 El cine como medio de promoción.....	18
2.4 Definición de video musical.....	20
<i>Capítulo 3: Descripción del destino turístico: Ciudad Sagrada de los Indios Quilmes</i>	22
3.1 Historia de la Ciudad Sagrada de los Indios Quilmes.....	22
3.2 Atractivos de los Valles Calchaquíes.....	24
3.3 Herramientas de promoción turística.....	29
3.4 Entidades promotoras.....	30
<i>Capítulo 4: Interpretación de datos</i>	34
4.1 Video Abel Pintos.....	34
4.2 Muestra seleccionada.....	35

4.3 Resultados de la investigación.....	36
4.3.1 Seguidores de Abel Pintos.....	36
4.3.1.1 Reconocimiento del destino.....	36
4.3.1.2 Imagen del destino.....	37
4.3.1.3 Impacto del video en el entrevistado.....	37
4.3.2 No Seguidores.....	37
4.3.2.1 Reconocimiento del destino.....	37
4.3.2.2 Imagen del destino.....	38
4.3.2.3 Impacto del video en el entrevistado.....	38
4.3.3 Ampliación de Muestra No Seguidores.....	38
4.3.3.1 Reconocimiento del destino.....	38
4.3.3.2 Imagen del destino.....	39
4.3.3.3 Impacto del video en el entrevistado.....	39
4.4 Análisis de los resultados.....	40
Conclusiones.....	42
Líneas de Investigación.....	45
Bibliografía.....	46
Anexos.....	50