

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN	6
TEMA	8
OBJETIVOS.....	9
METODOLOGÍA	10
 CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO.....	 11
1.1 Sistema Turístico.....	11
1.2 Oferta y Demanda. Mercado Turístico	13
1.3 Teorías de Motivación. Estilos de Vida.....	15
1.4 Turismo Cultural y Turismo Musical.....	17
1.5 Turista Musical	20
1.6 Festivales Musicales	20
1.7 Música Electrónica	21
1.8 Festivales masivos de Música Electrónica.....	24
1.9 Marketing. Marketing operativo y estratégico.....	26
1.10 Agencias de viajes.....	28
 CAPÍTULO 2: OFERTA	 32
2.1 Oferta internacional actual en el mercado de turismo musical	32
2.2 Oferta actual en el mercado de turismo musical en Argentina	34
2.3. Perfil de empresas especializadas en viajes a eventos masivos de música electrónica en Argentina.....	35
2.3.1 Antecedentes y análisis de sus redes sociales.....	35
2.3.1.1 Electronic Music Travel	35
2.3.1.2 In Travel Electronic Music.....	39
2.3.1.3 Festival Viajes	41
2.3.1.4 Fly Music Travel	45
2.3.2 Resultados de búsquedas realizadas en Google	49
2.3.3 Entrevistas a responsables de las empresas	50

CAPÍTULO 3: DEMANDA.....	63
3.1 Resultados de encuestas a consumidores de viajes a eventos masivos de música electrónica.....	63
3.1.1 Perfil del turista de festivales internacionales de música electrónica.....	64
3.1.1.1 Aspectos demográficos y socioeconómicos.....	64
3.1.1.2 Actitudes y comportamientos.....	67
3.1.1.3 Preferencias del turista y comportamiento de consumo de los viajes a eventos de música electrónica.	70
3.1.1.4 Percepción de los consumidores sobre la oferta de servicios disponibles.	74
3.1.1.5 Perfil del turista de festivales internacionales de música electrónica. ...	83
3.1.2 Perfil de clientes de empresas especializadas en viajes a festivales internacionales de música electrónica	84
3.1.2.1 Cliente EMT.....	84
3.1.2.2 Cliente In-Travel.....	85
3.1.2.3 Cliente Festival Viajes	86
3.1.2.4 Cliente Fly Music	87
CAPÍTULO 4: CONTRASTES ENTRE OFERTA Y DEMANDA	88
4.1 Análisis de oferta y demanda	88
4.1.1 Perfil del turista de festivales internacionales de música electrónica.....	88
4.1.2 Producto o servicio	89
4.1.3 Precio	90
4.1.4 Punto de venta o distribución.....	91
4.1.5 Promoción.....	92
4.1.6 Elección de la empresa.....	92
4.1.7 Generalidades	93
4.2 Síntesis de los contrastes presentados	94
4.3 Conclusiones.....	98
4.4 Recomendaciones.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	100
FUENTES ELECTRÓNICAS	104
ANEXOS.....	105
Anexo I: Entrevista	105
Anexo II: Encuesta	105