

Índice

Resumen	4
Introducción	5
Objetivos.....	6
1. Objetivo General	6
2. Objetivos Específicos.....	6
Marco Referencial	7
Metodología.....	8
Capítulo 1: Marco teórico	9
1.1 Turismo cultural	9
1.1.1 Relación entre la historia del cine y el turismo.....	10
1.1.2 Turismo cinematográfico	11
1.1.3 Relación películas - series	11
1.1.4 Ventajas y desventajas del turismo cinematográfico	12
1.1.5 Datos y características del turismo cinematográfico.....	14
1.1.6 Formas y características del turismo cinematográfico.....	15
1.2 Turista cinematográfico	16
1.2.1 Generación Millennial	17
1.2.2 Motivación.....	18
1.2.3 Teoría Push - Pull.....	19
1.3 Promoción Turística.....	20
1.4 Comunicación Digital	21
1.4.1 Product Placement.....	22
1.4.2 Imagen del destino.....	22
Capítulo 2: Análisis de resultados	25
2.1 Información general de los encuestados	25
2.2 Relación entre el cine - series y turismo	27
2.3 Relación series y turistas. Generación Millennial	31
2.4 La intención de viajar de los Millennials en el nuevo contexto mundial.....	37
Conclusión.....	41
Bibliografía.....	43
Anexo	46

Índice de figuras

Figura 1: Cantidad de personas por edad	26
Figura 2: Género de los encuestados	26
Figura 3: Nivel de estudios que poseen los encuestados	27
Figura 4: Cantidad de personas que poseen o no trabajo	27
Figura 5: Conocimiento del turismo cinematográfico	28
Figura 6: Consumo de productos/servicios relacionados a una serie	29
Figura 7: Las series como instrumento para impulsar las visitas a los destinos	30
Figura 8: Interés en realizar tours relacionadas a las series	31
Figura 9: Horas de consumo semanal de series	32
Figura 10: Plataformas más utilizadas para ver series.....	32
Figura 11: Motivos por los que eligieron una plataforma	33
Figura 12: Dispositivos utilizados para ver series	34
Figura 13: Personas que conocen la aplicación Netflix Party	35
Figura 14: Motivación de los viajes de las personas	37
Figura 15: Influencia de las series en la intención de viajar de las personas.....	38
Figura 16: Consideración de las personas de viajar en el contexto actual	40