

- INDICE

RESUMEN	4
CAPITULO 1: INTRODUCCION	5
CAPITULO 2 - MARCO TEORICO	7
2.1. TURISMO: CONCEPTOS	7
2.2. EL SISTEMA TURISTICO	7
2.2.1. LA OFERTA TURISTICA	8
2.2.2. LA DEMANDA TURISTICA	9
2.3. HOTEL: CONCEPTO Y REGULACIÓN VIGENTE	10
2.3.1. HOTELERIA BOUTIQUE	11
2.3.1.1. DEFINICIONES	11
2.3.1.2. ORIGENES	12
CAPITULO 3 - ASPECTOS METODOLOGICOS	14
3.1. TIPOS DE DISEÑO	14
3.2. UNIVERSO DE ESTUDIO	15
3.2.1. IDENTIFICACION DE VARIABLES Y UNIDADES DE ANALISIS... ..	15
3.2.2. METODO DE MUESTREO	16
3.2.2.1 ENCUESTA	16
3.2.2.2 ENTREVISTA	17
3.2.2.3 OBSERVACIÓN	18
CAPITULO 4: HOTELERIA BOUTIQUE	20
4.1. CRECIMIENTO Y CARENCIA DE UN CONCEPTO OFICIAL	20
4.2. CASOS DE ESTUDIO:	22
4.2.1. CASO DE ESTUDIO 1: 1555 MALABIA HOUSE	24
4.2.2. CASO DE ESTUDIO 2: MANSIÓN DANDI ROYAL	26
4.2.3. CASO DE ESTUDIO 3: MARSEILLE DES ANGES	29
4.3. EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN HOTELES BOUTIQUE	31
4.3.1. BOUTIQUE HOTELS ARGENTINA	31
4.3.2. RUSTICAE	33
4.3.3. TEN RIVERS & TEN LAKES	34
4.3.4. NEW AGE TOWN & COUNTRY HOTELS	35
CAPITULO 5: ANALISIS DE DATOS Y CONCLUSIONES	36
5.1. ANALISIS DE LOS DATOS	36
5.1.1. CONCLUSIONES DEL ANALISIS DE DATOS	44
CAPITULO 6: PROPUESTAS DE MEJORA	46
CAPITULO 7: CONCLUSIONES	47
7.1. HOMOGENEIZACIÓN DEL CONCEPTO	47
7.2. CONCLUSIÓN FINAL	48
BIBLIOGRAFIA	49
ANEXO	52