

Índice

Introducción a la temática de la investigación	5
Fundamentación	8
Sobre la tipología de los turistas y su relación con la metodología de la investigación	9
Alcances y limitaciones.	12
Objetivos.	14
Capítulo I	15
El esnobismo a través de los años y su relación con la gastronomía y el turismo.	15
Capítulo II	21
Esnobismo y posmodernidad. Foodies esnobs en internet.	21
Estatus y prestigio. El gusto.	23
Capítulo III	26
Consumo gourmet y tendencias en la Argentina.	26
Capítulo IV	30
Gastronomía como incentivo del viaje.	30

Capítulo V	33
Marketing experiencial y novedad gastronómica.....	33
Capítulo VI	36
Escala novedad-esnobismo.....	36
Análisis general de entrevistas y encuestas.....	38
Análisis individual de entrevistas y encuestas.....	42
Conclusiones	46
Bibliografía	50
Bibliografía General.....	50
Bibliografía Académica.....	52
Anexos	56
Encuestas y entrevistas.....	56
Análisis gráfico.....	92