

## **Reseña de la presente edición**

Con la selección del material recogido entre los meses de Marzo y Agosto de 2012 editado en el presente número, continuamos agradeciendo el apoyo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Plata y reafirmamos nuestro compromiso con el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y el Departamento de Turismo en la difusión de la investigación y de los resultados del esfuerzo docente en materia de enseñanza en Turismo, contando además en esta oportunidad con la participación del recientemente creado Instituto de Investigaciones en Turismo mediante el envío de su ya temprana producción científica.

En el presente y los siguientes números, ampliaremos la modalidad de las publicaciones, a los fines de contemplar los distintos formatos que nos llegan para su difusión, ensanchando el espectro de atención en pos de satisfacer el interés de los diversos lectores en turismo.

De esta manera se agregarán secciones de artículos de Opinión, y Monografías, que permiten tanto expresar la visión de docentes e investigadores, como así también fomentar las inquietudes de los alumnos avanzados que en el futuro cercano integrarán los cuerpos de investigación y las cátedras docentes.

En este número, desde el Instituto de Investigaciones en Turismo los licenciados Santiago Cravero Igarza y Eduardo Alza, desarrollan en su artículo los aspectos a contemplar en el desafiante escenario de la comunicación de los destinos turísticos de la Provincia de Buenos Aires, en el contexto comunicacional de Social Media Marketing actual.

Por su parte, la licenciada Alejandra Trucchia expone un artículo con la estimación del Producto Bruto Turístico a partir de los datos censales disponibles en el Censo Nacional Económico 2004/2005, estimándose la participación del sector en el PBI y en cada una de las provincias, permitiendo la comparación de tales resultados con los obtenidos en trabajos anteriores para datos de principios de los noventas.

Por su parte, en el constante esfuerzo docente realizado desde las cátedras de la Facultad de Turismo, el licenciado Luis Emiliano Scuriatti describe, esquematiza y sintetiza una de las visiones más difundidas en la enseñanza de la elección de los destinos turísticos a través del modelo de Lancaster, con el desarrollo de ejemplos de estática comparativa acerca de la modificación de los parámetros enfrentados por el consumidor.

Por último, se incorpora una sección de Monografías, en la que alumnos avanzados de la Licenciatura en Turismo, Julieta Feller y Adriel Ibáñez, exploran el turismo de compras, sus características y las visiones de la bibliografía desde la historia reciente y algunos aspectos particulares de su tratamiento en la actualidad.

Esperamos satisfacer las expectativas de nuestros lectores e invitamos por este medio al envío de material en cualquiera de las modalidades editadas en esta Revista, en el común objetivo de la difusión del conocimiento y la enseñanza en el turismo.

*Mg. Pedro Ignacio Velasco (Director)*