
APORTES y Transferencias



Año 11

Volumen 2

2007

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación
Instituto de Investigaciones
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
cendocu@mdp.edu.ar
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

**APRECIACION DE RESPONSABLES DE SERVICIOS TURISTICOS
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS Y FESTIVAL DE CINE.
ENCUESTA A PRESTATARIOS EN MAR DEL PLATA.**

Juan Carlos Mantero - Ane Mirem Diez Alberdi - Cecilia Pallante
Universidad Nacional de Mar del Plata

El Centro de Investigaciones Turísticas ha realizado una Serie de Encuestas con relación a los acontecimientos programados y del Festival del Cine que se realizan en Mar del Plata, dentro y fuera de temporada, con el propósito de auscultar apreciaciones de los turistas de temporada, de los usuarios del Festival y de los responsables de servicios turísticos y urbanos.

La encuesta a responsables de los servicios turísticos y urbanos, en rigor el sondeo de opinión, se realizó en temporada en vísperas de la realización del Festival del Cine en la aspiración de conocer sus apreciaciones respecto de los acontecimientos y en particular del Festival del Cine. A tal fin, acorde cuestiones planteadas y recursos afectados a tal fin se adoptó por recurrir a una muestra intencionada que de cuenta de la diversidad de los servicios, apelando a un cuestionario cuya estructura no obviara plantear preguntas que en la apertura de las respuestas permitiera recoger matices que suscitan las diversas respuestas. De tal modo , se da cuenta de los resultados de una encuesta a treinta responsables de servicios, asignando cuotas similares en relación a los diversos servicios implicados, sin perjuicio de la diversidad de escala e incidencia de los servicios, y dando cuenta de los resultados de acuerdo al total de encuestados cuanto a los encuestados por rubro de actividad.

En consecuencia se han consultado a una muestra de treinta prestatarios de servicios turísticos, cinco responsables de establecimientos de los siguientes rubros: transporte, alojamiento, gastronomía, comercio, esparcimiento y balneario. El período de actividad de los establecimientos comprende veinticinco de apertura anual, cuatro de apertura estival y uno de apertura primaveral y estival. (*)

(*) encuestadores: Natatlia Babini, Melina Briñón, Mariangel Cacciuto, Rocio Gabrich, Mariela Miccio, Mercedes Salama Ortiz, Agustina Vicente

Tendencias en la actividad turística:

Respecto de las perspectivas de la actividad, se consulta a propósito de a propósito de duración de la temporada, cantidad de turistas, estadía del turista, consumo del turista, satisfacción del turista. Las apreciaciones mas relevantes indican

en temporada

. la apreciación consigna una tendencia de prudente optimismo a propósito de *la duración de la temporada*, en tanto solo uno de cada diez refiere que decrecerá y el resto 9 de cada 10 y en similar proporción expresan que se estabilizará o que crecerá

la ponderación se acentúa por relación a la expectativa de los encuestados en *la cantidad de turistas*: en tanto 6 de cada 10 señalan que crecerá y del resto 3 de cada 10 que se estabilizará, correlación que implicaría más afluencia turística distribuida en períodos diferentes, sin perjuicio de *la duración de estadía* que al referirse al tema 6 de cada 10 aprecian que se estabilizará, en tanto del resto 2.5 estiman que crecerá

. la expectativa del incremento de *el consumo del turista* concita la apreciación de 1 de cada 2 de los encuestados, que integrada a la expectativa de la estabilidad supera de modo sensible aquella del decremento que apenas alcanza a 2 de cada 10, sin perjuicio además de advertirse una expectativa de superación en *la satisfacción media del turista* que comprende a casi 6 de cada 10 de los encuestados.

fuera de temporada

Mas allá de la incidencia de la clientela cautiva por posesión y acceso a la vivienda con relativa frecuencia y no obstante diferentes opciones, es dable señalar:

. en expresión de 7 de cada 10 encuestados *la cantidad de turistas* crecerá y del resto 2 de cada 10 que se estabilizará, con incremento en *el consumo del turista* en expresión de 5 de cada 10 al estimar que crecerá y del resto 4 de cada 10 que se estabilizará y apenas 1 señala que decrecerá, en congruencia se advierte una apreciación considerable de incremento en *la satisfacción media del turista* en expresión de 6 de cada 10 de los encuestados.

. la expectativa respecto de la afluencia, consumo y satisfacción creciente fuera de temporada, aunque remite a una presencia menor de turistas, concita una coincidencia mas acentuada entre los encuestados que aquella que suscita la temporada.

oportunidades fuera de temporada de más afluencia turística

. Semana Santa constituye la oportunidad que, según lo estiman el 2 de cada 3 encuestados, genera más afluencia de turistas fuera de temporada explicable en relación a su ubicación en el curso del otoño, a la presencia de un destino diferente del habitual, acreditable no sólo por diferencia en el perfil del turista, sino en la escala y el ritmo diverso al destino de temporada

. el fin de semana de octubre, en el curso de la primavera, incluyente del feriado del mes, en apreciación de 1 de cada 6 de los encuestados, es la oportunidad inmediata de más afluencia, indicio apreciable respecto de la temporada próxima

. las vacaciones de invierno constituyen la tercer oportunidad relevante en la

presencia de la afluencia turística en apreciación del 1 de cada 10 de los encuestados, no ajena a la incidencia climática en el uso de los recursos naturales y en la multiplicación de destinos alternativos para un periodo que tiende a distribuirse en tres fines de semana .percepción y apreciación recíproca

Resulta de interés la recíproca percepción de los diversos sectores que incluyen los servicios turísticos, de uso difícilmente prescindible, en la satisfacción del turista cuanto en la obtención de beneficios, producto de la consulta sucesiva: a su criterio, consignando hasta dos opciones ¿qué sector incide más en la satisfacción del turista? y ¿qué sector obtiene más beneficio de la actividad turística?

De las opiniones emitidas por los consultados:

. a propósito de la satisfacción producida a través de la prestación de los servicios se atribuye relevancia al alojamiento hotelero 35.5 % y a la restauración 29.3 % en prelación aunque a similar nivel y en tercer instancia al comercio turístico 15.5 %, difiriendo la incidencia de los restantes servicios.

. a propósito del beneficio generado al servicio a través del consumo del turista se atribuye neta primacía a la restauración 38.1 % y en prelación aunque a similar nivel al esparcimiento 23.6 % y el alojamiento hotelero 20.0 %

. pese al extenso e intenso usufructo en playas, resulta observable la opinión de los consultados respecto de la incidencia en la satisfacción del usuario del servicio de balneario 8.6 % y en el beneficio del servicio 9.0 %.

. en la puesta en relación de satisfacción del turista - beneficio del prestatario en tanto apreciación recíproca de los encuestados no deja de incidir la integración de la muestra de encuestados; lo expresado sin embargo permite advertir la relevancia que en la satisfacción del turista se le atribuye al alojamiento hotelero y a la gastronomía y simultáneamente la inversión de su incidencia en relación al beneficio,

. tal apreciación no resulta ajena el tipo de actividad, la magnitud de la inversión, la escala del establecimiento y la polifuncionalidad del servicio, sin perjuicio de la expectativa y presencia del turista.

. tampoco resulta subestimable en la apreciación de los encuestados la incidencia mínima que en el destino Mar del Plata se le atribuye en la satisfacción del turista el esparcimiento y la incidencia apreciable que se le atribuye al comercio turístico, sin perjuicio de consignar, paradójal o contradictoriamente según ciertos encuestados, beneficios inversos a la satisfacción media producida en el turista.

A propósito de los impactos positivos del turismo

los impactos positivos

. los encuestados en las proposiciones consignadas reconocen un amplio y genérico impacto positivo que en su mayoría identifica en *el impacto global por ingresos en alojamiento, restauración y espectáculos* y en *más trabajo para la gente que no lo tiene* y entre las opiniones restantes consigna que *genera redistribución a todos los sectores* y que *la ciudad esta linda, cuidada e iluminada*, dispersándose el resto de las opiniones en efectos de diferente tipo.

los impactos negativos

. los encuestados en similar número de proposiciones reconocen diversos impactos específicos de los atributos ambientales y de los servicios urbanos, en particular *suciedad, inseguridad, degradación, saturación de servicios, problemas de tránsito*, en síntesis problemas de ordenamiento urbano, sin omitir efectos en la actividad respecto del *nivel e imagen del turista*, de la *estacionalidad*, de la *migración inducida*, de *incremento de precios* y de *especulación inmobiliaria*.

A propósito de los acontecimientos más convocantes de afluencia turística

. en expresión de los consultados, el Festival del Cine es la convocatoria de más afluencia espontánea que incluso adquiere mínima precedencia respecto de la convocatoria de afluencia programada de Torneos Juveniles Bonaerenses y acentuada precedencia acotada a dos tercios respecto de Torneos Abuelos Bonaerenses

. la apreciación de convocatoria a Feria de Colectividades y Fiesta del Mar, se difiere a un tercio respecto del Festival y Torneos Juveniles, minimizando la ponderación de convocatoria de las restantes: Festival Gastronómico, Feria del Libro y Festival Tango Fusión.

. cabe señalar que las convocatorias se realizan en diferentes períodos, en tanto de las espontáneas se realizan en temporada estival el Festival del Cine y la Fiesta del Mar y fuera de temporada el resto de las espontáneas y las convocatorias en el transcurso del año, circunstancia que incide en la magnitud y el tipo de usuario.

A propósito de los acontecimientos más benéficos para los servicios turísticos

. en consideración a las utilidades generadas, en expresión de los consultados, se reproduce la primacía del Festival del Cine en prelación respecto de los Torneos

Juveniles y Torneos Abuelos

. al considerar la inclusión y ponderación de las tres más convocantes, la escala en sucesión indica: Torneos Juveniles, Festival del Cine, Torneos Abuelos, Festival Gastronómico, Festival Tango Fusión, Feria de Colectividades, Feria del Libro y Fiesta del Mar.

. tanto respecto de la apreciación de la convocatoria cuanto de la utilidad producida no puede subestimarse la incidencia que en los servicios, a excepción de transporte y alojamiento, tiene la confluencia en los acontecimientos del visitante y del habitante

A propósito del Festival de Cine

. en relación a la actividad turística la demanda adicional atribuida al Festival de Cine se aprecia en 1 de cada 2 consultados y no excede el 30 % en aquellos que lo ponderan

. solo un tercio de los consultados recibe información previa, incluyente de actividades y cronograma

. uno de cada dos de los consultados le atribuye buena calidad, suficiente cantidad, recibida en oportunidad,

. lo consignado expresa la incidencia de la apreciación opuesta que implica una ponderación crítica en relación a la aspiración genérica

. dos tercios desconocen las actividades programadas por la ciudad en el contexto del festival y del tercio que conocen las actividades le atribuyen una valoración de 3 en la escala 1 a 5.

. al plantear al consultado qué modificaría en relación al Festival, las sugerencias se refieren a diversos aspectos, en apreciaciones compartidas:

la información del Festival

disponer información más amplia y accesible, temprana, clara y bilingüe, el contenido del Festival.

contemplar la inclusión de mas películas nacionales, incrementando la presencia de personalidades y darle alcance regional

la oportunidad del Festival

cambiar la fecha de realización

las actividades complementarias

involucrar más a la ciudad

mejorar el cronograma del Astor

mejorar las fiestas programadas

mejorar la recepción inaugural

la difusión del Festival

generar más difusión y publicidad

difundir más la importancia del Festival para la ciudad

la organización del festival

mejorar la organización en general

ampliar el circuito de contratación de servicios

interactuar con otras actividades y otros servicios

agilizar sistema de venta de entradas / mayor anticipación en la venta - venta por teléfono o internet

otros aspectos:

disminuir el costo de las entradas en el cine

reproducir la exhibición de las películas de más afluencia

promover la asistencia al cine de los sectores medios y bajos

facilitar el alcance a más personas

promocionar más y mejor la ciudad

. al consultar respecto de los beneficios para la ciudad, dos tercios de los consultados indican que la demanda adicional de su servicio en el próximo festival será similar y del tercio restante solo uno de cada dos señala que será mayor

. sólo un sexto de los consultados ha participado de alguna acción en relación al Festival en oportunidades precedentes y solo un sexto de los consultados es miembro de alguna organización participe del Festival

. sólo un sexto de los consultados planea alguna acción para captar más clientes en relación al próximo Festival, sin embargo dos tercios de los consultados estarían interesados en participar en la organización de alguna actividad vinculada al Festival

. en su condición de empresario del sector turístico, en decreciente consenso, con la omisión de respuesta de un tercio, se expresa que podría cooperar y/o participar a través de:

5 *Dar información y distribuir material sobre el festival*

3 *Realizar promoción en el establecimiento y modificar precios*

1 *Colaborar en la organización, aportar ideas, coordinar actividades*

2 *Asociarse con prestadores de gastronomía, esparcimiento, proyección y medios de difusión.*

2 *Ofrecer mejores servicios para los visitantes (6.66 %)*

1 *Contribuir a través de publicidad en canje*

1 *Facilitar la atención de las personas que trabajan en el festival (con vouchers)*

A propósito de la imagen del Festival de Cine, 9 de cada 10 de los consultados la aprecian *buena - muy buena*, en tanto el restante opta por consignar *regular*, sin perjuicio de quien sugiere estar *sujeta al humor de la prensa nacional*.

. en tanto al requerirse la imagen que el atribuya al turista del Festival de Cine, la apreciación *buena - muy buena* es similar, en tanto el restante opta por *ns/nc*.

. al requerir la valoración de calidad del Festival a propósito de diversos temas en escala 1 a 5, se aprecia:

temas		ns/nc
cantidad de películas	4.36	5
calidad de películas	3.82	7
diversidad de películas	4.26	7
organización general	3.68	5
disponibilidad de información	2.68	5
cumplimiento de programas	3.38	12
adecuación de horarios	3.54	8
eficiencia en la venta	3.20	10
actividades complementarias	3.21	11
visitas de personalidades	2.84	5
cantidad de salas afectadas	4.37	6
calidad de salas utilizadas	3.91	6
atención en salas	3.88	12
difusión en la ciudad	3.76	5

. si se considera que la finalidad del festival radica en la exhibición de películas la cantidad y la diversidad alcanzan nivel significativo y la calidad, atento cantidad y diversidad pareciera una apreciación aceptable

. la disposición y la atención en las salas utilizadas concitan una buena apreciación sin perjuicio de constituirse en probable inferencia de apreciaciones ajenas a los consultados

. los temas relacionados con la organización general, contemplando incluso la omisión de respuestas y la valoración media alcanzada en los diversos temas comprendidos permite inferir expectativas incumplidas.

A propósito de beneficios y perjuicios para Mar del Plata.

Los consultados expresan casi sin mediar abstención beneficios diversos de la realización del Festival susceptibles de sintetizarse en la concepción de un producto a través de un acontecimiento convocante y singular, reconocido y promocionado fuera del país, perdurable a través del tiempo y de sostenida calidad que incrementa la afluencia turística a través de un interés especial promoviendo un significativo flujo económico.

Las menciones realizadas expresan e identifican beneficios:

1) ¿Qué **beneficios** le significa el Festival a la ciudad?

11 *Difusión de la ciudad en el contexto internacional*

7 *Aumenta la actividad económica, la demanda de servicios, el ingreso de las empresas turísticas, el consumo de bienes y servicios,*

5 *Amplia la afluencia al extender la temporada y atrayendo gente diferente*

4 *Atrae público de alto nivel sociocultural, incluso aquel que desconoce Mar del Plata*

3 *Genera estado de disposición cinematográfica y oportunidad de ver películas ausentes del circuito comercial*

2 *Genera actividades para los turistas en marzo*

1 *Plantea alternativa más de tipo cultural*

1 *Incentivo para mejorar la calidad de atención al visitante*

1 *Difunde la ciudad a través de los asistentes y de la difusión*

1 *Atrae turismo extranjero*

1 *Hace que la industria del cine considere la ciudad como un set de filmación*

1 *Aumenta la cohesión social e institucional*

1 *Ninguno*

2 *Ns/nc*

Sin perjuicio de que uno de cada dos consultados se expresa y no advierte ni identifica perjuicios, uno de los consultados observa la inadecuada participación del habitante en el acontecimiento producido y solo dos en consulta inmediata expresa que no contribuye al desarrollo de su actividad.

ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

Al consultar respecto de la generación y promoción de acontecimientos la totalidad de los consultados coincide en incentiva su realización.

Respecto del tipo de acontecimientos eventuales o programados que serían mas apropiados para Mar del Plata, los consultados expresan:

2) ¿Qué tipo de eventos cree que faltan en la ciudad?

- 8 *Más eventos culturales*
- 7 *Más eventos deportivos*
- 2 *Más congresos en cantidad y en variedad*
- 2 *Eventos internacionales*
- 2 *Más recitales durante todo el año*
- 2 *Más eventos al aire libre*
- 2 *Más eventos de invierno para generar turismo todo el año*
- 2 *Automovilismo y motociclismo*
- 1 *Exposiciones*
- 1 *Más cantidad y calidad de eventos*
- 1 *Eventos gratuitos*
- 1 *Ampliar los eventos: en convocatoria, dimensión o extensión en el tiempo*
- 1 *Ferias comerciales y de turismo*
- 1 *Eventos de diseño textil*
- 1 *Eventos que difundan más la producción local*
- 4 *Ns/nc*

Cuando se consulta respecto de las carencias de Mar del Plata para captar y generar otros acontecimientos convocantes durante el transcurso del año, los consultados expresan:

- 2 *Más promociones, alcanzar a más lugares del país*
- 2 *Solucionar el problema del transporte aéreo*
- 2 *Organización más planificada*
- 2 *Mayor y mejor difusión de la ciudad y sus propuestas*
- 2 *Tiene de todo: la gente nunca se aburre*
- 1 *Apoyo medios de comunicación locales y nacionales*
- 1 *Accesibilidad a lugares de sierras y lagunas*
- 1 *Museo de Arte Moderno*
- 1 *Centro cultural en la vieja estación de ómnibus para difundir nuevos artistas*
- 1 *Gente ocupada de captar y promover eventos en la ciudad*
- 1 *Publicidad de los eventos en la ciudad a través de gigantografías*
- 1 *Organizar el Festival a partir de Mar del Plata con suficiente anticipación*
- 1 *Mejor gestión pública y privada y más presupuesto*
- 1 *Mejor estructura de hotelería*
- 1 *Ocuparse de la limpieza de la ciudad*
- 1 *Capacitar gente para la atención al turista*
- 1 *Centros de arte y de cultura en expresiones diversas*
- 1 *Sistema de transporte urbano e interurbano: tren rápido*
- 1 *Ruta 11: transformarla en autovía para hacer de la ciudad un polo urbano cultural del SE Atlántico bonaerense*
- 1 *Carencia de predio ferial y de centro de convenciones*
- 1 *Más que generar nuevos eventos, habría que programar y plantear agenda apropiada a sus alcances*
- 1 *Trasladar o reproducir eventos más allá de la temporada alta*
- 1 *Relaciones institucionales*
- 1 *Actualizar la infraestructura*
- 1 *Revalorizar lugares públicos para el uso de habitantes y visitantes*
- 1 *Inversión empresarial en recreación y esparcimiento*
- 1 *Promoción internacional*
- 1 *Transporte ferroviario suficiente y eficiente*
- 1 *Más y mejor organización de los comerciantes*
- 1 *MdP lo tiene todo: lugares, alojamiento y movilidad*
- 1 *Falta disposición y voluntad*
- 1 *La ciudad carece de un buen plan*
- 4 *Ns/nc*

Al presentar las citas de los encuestados a propósito de los tipos de eventos susceptibles de realizar en Mar del Plata se advierte la amplitud y diversidad de las propuestas. Aunque expresados a propósito de diferentes aspectos revelan consenso respecto de la potencialidad de Mar del Plata para su realización en temporada y fuera de temporada, contemplando aptitud para cubrir una amplia, intensa y diversa convocatoria de actividades en satisfacción de múltiples intereses.

No por menos conocidos y susceptibles de consenso las carencias citadas dicen de la necesidad de considerar la ciudad en su unidad, en su habitabilidad, en su accesibilidad, en suma en la concepción de ciudad que satisfaga las aspiraciones de habitantes y visitantes y las actividades de los prestarios de servicios turísticos y urbanos cuya indiferenciación se diluye atento la confluencia en el uso y el consumo que se genera en ciudad de la escala y proyección de Mar del Plata.

REGLAMENTO DE PUBLICACIÓN revista *APORTES y Transferencias*

CONSIDERACIONES GENERALES

Aportes y Transferencias publica colaboraciones relacionadas con la investigación y el desarrollo, disciplinarios e interdisciplinarios, relacionados con el tiempo libre, el turismo y la recreación que, a juicio del Consejo Editorial y/o la Dirección, constituyan temas de interés a ser incluidos en esta publicación. Sólo se admiten trabajos originales, que no hayan sido reproducidos en otras publicaciones. Toda contribución será aceptada sin restricciones en cuanto a su procedencia, aunque priorizándose la generada en ámbito universitario y conformada por artículos inéditos, a cuyo efecto no se considera la presentación en congresos o el uso en la actividad docente como edición.

Los artículos serán sometidos para su evaluación a la consideración de los integrantes del Consejo Editorial o, en su defecto), a quien la Dirección designe, pudiendo recurrirse a referazos externos. La Dirección de la revista declina toda responsabilidad en cuanto al contenido de los trabajos publicados y no se identifica necesariamente, con la opinión vertida por

los autores.

APORTES y transferencias aceptará colaboraciones que susceptibles de enmarcarse en las siguientes categorías

a) *Artículos científicos*: textos que responden a una investigación individual o grupal de carácter científico, cultural o profesional, sobre un tema determinado, basado especialmente en bibliografía actualizada y/o datos empíricos. Se consideran como parámetros válidos los exigidos usualmente en cada disciplina, en cuanto a su presentación, desarrollo y conclusiones.

b) *Ensayos o artículos analíticos*: textos más breves que exponen, con profundidad, una interpretación personal o grupal sobre una terna de interés referido a la problemática objeto de la publicación sin el rigor del artículo científico, incluido descripciones de

INSTRUCCIONES A LOS AUTORES:**1. Estructura del manuscrito**

Los textos deberán ser redactados en español, en papel A4 (21 x 29,7 centímetros), a doble espacio y de una sola cara del papel. Cada página deberá estar numerada consecutivamente en toda la extensión del artículo (incluyendo anexos). Se recomienda que el texto mecanografiado no exceda las 20 páginas totales, con márgenes de 3 centímetros por lado y tipografía en cuerpo 12, aunque podrán ser considerados artículos más extensos. Deberá entregarse un original impreso de acuerdo a estas características y, además, un disquete con el archivo correspondiente en formato Microsoft Word 97 (tablas y gráficos deben ser convertidos), preferentemente sin utilizar las funciones predeterminadas de dicho programa (por ejemplo, formato titulación automática).

2. Título

Debe ser tan breve y claro como sea posible, de una extensión de entre seis y diez palabras. El autor deberá incluir una versión abreviada del título, que no exceda los cincuenta caracteres, para la cabecera de página. Además deberá constar una traducción fiel en inglés.

3. Autor o autores

El nombre y apellido serán aquellos que utiliza habitualmente en las publicaciones científicas, recomendándose el uso del primer nombre completo y los subsiguientes indicados como una inicial e indicándose el cargo y función que desempeñan.

4. Institución responsable

Se deberá indicar, en primer lugar, el nombre y dirección de la institución que respalda la investigación del autor/es. En los casos en que los autores pertenezcan a diferentes instituciones, se indicarán los datos respectivos. Si el artículo es personal, deberán indicarse los datos domiciliarios completos del autor.

5. Resumen

El propósito del resumen es dar a conocer al lector la naturaleza y resultados del artículo en forma rápida y completa. Para su mejor comprensión, se sugiere utilizar frases breves y evitar tecnicismos, de manera que sea comprensible a la mayoría de los lectores. Se considera necesario evitar la inclusión de fórmulas, tablas y bibliografía, así como la transcripción textual de los párrafos del artículo seleccionados al azar. La extensión del resumen no deberá ser mayor de 120 palabras.

6. Palabras clave

Como máximo, se incluirán ocho palabras clave separadas con guiones y con mayúscula inicial. Estas tienen como objetivo ayudar a aquellos que no están especializados en el tema y también sirven a la recuperación de información sobre el artículo en el futuro. Deberán definir claramente el contenido del trabajo, en orden de importancia, dejando para el final el área geográfica (si correspondiera).

7. Título, resumen y palabras clave en inglés

Deberán ser una traducción fiel y deberán

incluirse, en bastardilla, debajo de cada uno respectivamente.

8. Citas bibliográficas y bibliografía

a) APORTES y transferencias, de acuerdo a las normas estandarizado alcance internacional, adopta el siguiente sistema de consignación de referencias bibliográficas.

Citas bibliográficas:

Para mención de libros dentro del cuerpo principal del texto debe consignarse el título en cursiva. Ejemplo: *El bien común*. Los artículos o capítulos de libros deben citarse entre comillas. Ejemplo: «Sociedad y bien común».

Para hacer referencia a un libro que consta en la bibliografía, en el cuerpo del texto, se consignará entre paréntesis el apellido del autor, y en caso de corresponder dos puntos y el número de página a la que se hace alusión. Ejemplo: (Pétrella: 21).

Si ya se ha mencionado al autor, la referencia de cita debe consignarse: entre paréntesis el año de la primera edición, dos puntos y el número de página. Ejemplo (1997:21).

Para hacer la referencia completa constará, entre paréntesis, el apellido del autor, coma, el año de la primera edición, dos puntos, número de página. Ejemplo: (Pétrea, 1997: 21).

b) Bibliografía

La bibliografía constará al final del artículo, ordenada alfabéticamente por autor y, a su vez, por año si se mencionan varios títulos de un mismo autor. Deben

consignarse exclusivamente los libros que fueron utilizados en el trabajo y aquellos que sean fundamentales para su correcta contextualización.

En la cita de libros deberán indicarse: apellido del autor, coma, nombre del autor, coma, entre paréntesis el año de la primera edición, coma, título en cursiva, coma, lugar de edición (ciudad), coma, editorial (sin la mención de la palabra «editorial»), coma, año de la edición que se utilizó para el artículo (sólo cuando sea diferente al de la primera edición) y punto. Ejemplo: Petrella, Ricardo (1997), *El bien común*. Madrid, Debate S.A., 1997. Para citar revistas se utiliza este mismo sistema, sin la mención del lugar de edición y agregando el año y número correspondiente. Ejemplo: *APORTES y transferencias*, Año 3, Número 2, diciembre de 1999.

En la cita de artículos o capítulos contenidos en libros constarán: Apellido del autor, coma, nombre del autor, coma, entre paréntesis el año de la primera edición, coma, título del artículo o capítulo entre comillas, coma, la palabra «en» y la referencia completa como se indicó en el punto anterior. Ejemplo: Gutierrez, Carlos (1999), «El turismo en los procesos de integración», -en Amadas, Enrique y otros, *Política turística argentina*. Buenos Aires, Ladevi, 1999.

En la cita de artículos contenidos en revistas se adoptará el mismo sistema, con las aclaraciones consignadas para el caso particular. Ejemplo: Venturini, Edgardo (1999) «Crónicas de unos viajes posibles, de sus condiciones y de sus efectos», en *APORTES y transferencias* Año 3, Numero 2, diciembre de 1999.

deberá ser simple y en conformidad con las convenciones de la profesión. Las tablas, gráficos y figuras deberán ser, también, los indispensables y deberán incluirse en un apartado bajo el título de «Anexo». Debajo de cada tabla, gráfico o figura deberá incluirse un número identificatorio y una leyenda breve que consigne claramente su contenido. Ejemplo: «Tabla 1. Afluencia de turistas». Tablas, gráficos y figuras deben ser lineales, sin incluir grises o colores; para diferenciar diversos aspectos es conveniente utilizar tramados (líneas diagonales, puntos, etc.) El tamaño de los gráficos y tablas deberá estar acorde con las mínimas normas de legibilidad; se deberá tener en cuenta el tamaño final de la revista, a los efectos de no generar reducciones que resulten ilegibles.

2. Palabras en cursiva

Además de los casos indicados para las referencias bibliográficas, se utilizará cursiva para palabras en inglés u otros idiomas diferentes de] castellano, independientemente de que su uso sea habitual (ejemplo: *stock*). *También se utilizarán cursivas para resaltar conceptos y frases de particular importancia, sólo en la medida en que sea necesario.*

3. Notas

Es conveniente utilizar la menor cantidad posible de notas. Se enumerarán correlativamente con superíndices sin paréntesis ni otro agregado y se incluirán al final del texto, luego de la bibliografía.

Los trabajos serán enviados a Dirección. Revista APORTES y transferencias.

Centro de Investigaciones Turísticas.
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
Universidad Nacional de Mar del Plata.
CC 462 Correo Central / 7000 Mar del Plata.
Argentina.



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....