

# FACES

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

ISSN 0328-4050

ISSN En Línea 1852-6535

Año 15

Nº 32-33

enero-diciembre 2009

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
cendocu@mdp.edu.ar  
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

Nülan  
Portal de Promoción y Difusión Pública del  
Conocimiento Académico y Científico  
<http://nulan.mdp.edu.ar>

## *Editorial*

Es sabido que la universidad busca el conocimiento como un fin en sí mismo, pero también para ser aplicado en beneficio de la comunidad en donde se desenvuelve. El medio es, precisamente, la fuente generadora de situaciones que deben ser investigadas y analizadas.

La publicación de este año vuelve a reunir en un volumen artículos que analizan temas desde la perspectiva contable, económica y del turismo. Además, se incursiona en una nueva sección, la de autores invitados.

Desde el punto de vista metodológico se analiza el concepto de resultado global en los estados contables a la luz de las normas nacionales y las recomendaciones internacionales; qué parámetros deberían examinarse para definir el concepto de capital a mantener que se considere más adecuado a fin de determinar el resultado de un periodo y reconocer a la medición del patrimonio como una cuestión esencial no solo a los fines del análisis y consideración de la riqueza actual de un ente, sino además con vistas a la medición y reconocimiento del resultado habido en un periodo determinado, es decir, la evolución de esa riqueza.

Se discurre, asimismo, acerca del comportamiento de los consumidores. El tema es abordado desde dos ángulos. Por un lado se analiza si las decisiones de compra están influenciadas por percepciones vinculadas con el riesgo de adquirir alimentos considerados inseguros con respecto a los problemas de salud. Por otro lado se considera la importancia que los consumidores otorgan a la marca como garantía de calidad en los alimentos y la confianza que los consumidos conceden a las certificaciones.

La potencialidad turística, es el eje del estudio que propone rescatar las actividades recreativas como un complemento, no explorado, de las principales actividades económicas; propuesta que se realiza mediante el estudio del caso de la ciudad de 9 de Julio, en la Provincia de Buenos Aires. Marco de reflexión que invita a reconsiderar la situación local, a través del recorrido que nos brinda el artículo sobre la “Marca Mar del Plata” y su incidencia en la formación de la imagen del destino turístico.

Por último, las reflexiones sobre el pensamiento de Samuelson y su aplicación en la administración financiera pública, cierran el compilado 2009. Podrán nuestros lectores, una vez más, asomarse así a la multiplicidad de resultados que nos aporta la investigación aplicada y las especulaciones teóricas.