

PLANIFICACIÓN DE ACONTECIMIENTOS TURÍSTICOS HACIA UN MERCADO – OBJETIVO

Olga María del Pozo¹⁵

Daniela Abigail Murello¹⁶

Universidad Nacional del Sur

Resumen:

En la actualidad se puede considerar al mundo como una aldea global donde algunos fenómenos se producen en forma muy similar en diferentes territorios. En la ciudad de Bahía Blanca se presenta uno de esos fenómenos: la prolongación de la vida humana, causada por la acentuada disminución de la mortalidad prematura por diversos motivos.

Por lo tanto, aquellas personas que transitan la tercera edad, necesitan buscar actividades alternativas de ocio para aprovechar su excesivo tiempo libre, tomando conciencia de los aspectos positivos que ofrece esta etapa de la vida en la que se dejan de lado ciertas obligaciones. Una de las formas de utilizar satisfactoriamente este tiempo libre, es mediante el turismo.

La realización de un viaje es para las personas una forma de enriquecerse en diversos aspectos; por ello, al programarlo es fundamental realizar proyectos acordes a los gustos, preferencias, y disponibilidad de tiempo libre y recursos económicos de aquellos que viajen. Dentro de la gran oferta turística aledaña al Partido de Bahía Blanca, un lugar que reúne las condiciones adecuadas para desarrollar el denominado Turismo de Tercera Edad, es la ciudad de Monte Hermoso.

1. Introducción

En la actualidad se puede considerar al mundo como una aldea global, donde algunos fenómenos se producen en forma muy similar en diferentes lugares. Uno de ellos es la *prolongación de la vida humana*, causada por la acentuada disminución de la mortalidad prematura debido a diversos motivos.

¹⁵ Licenciada en Geografía (Universidad Nacional del Sur), Profesora en Geografía (Universidad Nacional del Sur) y Master en *Gestión Ambiental del Desarrollo Urbano* (Universidad Nacional de Mar del Plata). Actual Profesora de *Cartografía General y Temática* (Universidad Nacional del Sur), Profesora responsable de *Geografía y Medio Ambiente* (Universidad Nacional del Sur) y Profesora responsable de *Geografía General* (Universidad Nacional del Sur). Contacto: odelpozo@uns.edu.ar

¹⁶ Licenciada (Universidad Nacional del Sur). Actual Profesora de Organización y Servicios Turísticos I y II (Universidad Nacional del Sur - PEUZO) y Auxiliar de Desarrollo de Aptitudes Emprendedoras (Universidad Provincial del Sudoeste), Introducción al Turismo (Universidad Nacional del Sur - PEUZO) y Geografía de los Recursos Turísticos I (Universidad Nacional del Sur - PEUZO). Contacto: danielamurello@hotmail.com

Por lo tanto, aquellas personas que transitan la tercera edad, necesitan buscar actividades alternativas de ocio para aprovechar su excesivo *tiempo libre*, tomando conciencia de los aspectos positivos que ofrece esta etapa de la vida en la que se dejan de lado ciertas obligaciones.

Una forma de utilizar satisfactoriamente este tiempo libre, es mediante la práctica del turismo. La realización de un viaje es para las personas una forma de enriquecerse en diversos aspectos; por ello, al programarlo es fundamental realizar proyectos acordes a los gustos, preferencias, y disponibilidad de tiempo libre y recursos económicos de aquellos que viajen.

La ciudad de Bahía Blanca no es ajena a este fenómeno; el sector de la población correspondiente a la tercera edad se ha incrementado en las últimas décadas, abarcando un gran porcentaje de la población total (12,5%)¹⁷. A causa de esto, se convierte en un segmento de demanda importante para ofrecerle actividades alternativas para el uso de su tiempo libre, como el turismo.

Dentro de la gran oferta turística próxima a esta localidad, un lugar que reúne las condiciones adecuadas para desarrollar el denominado *Turismo de Tercera Edad*, es el Partido de Monte Hermoso.

El objetivo del presente trabajo consiste en desarrollar una propuesta de turismo de tercera edad en Monte Hermoso, como alternativa de ocio para este segmento de población de la ciudad de Bahía Blanca.

2. Envejecimiento en la ciudad de Bahía Blanca

En el partido de Bahía Blanca, ubicado al sudoeste de la Provincia de Buenos Aires (Figura 1), se detecta un importante incremento de las personas mayores de 65 años, lo que nos muestra un paulatino y evidente envejecimiento de la población bahiense, con una notoria diferencia en las mujeres, motivada entre otras causas, por la mayor expectativa de vida.

Según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INDEC) año 2001, del total de la población, 284.776 habitantes, el 12,5% corresponde a la población anciana: 35.719 habitantes. El proceso de cambio en la estructura por edad en el Partido de Bahía Blanca, se caracteriza por el aumento significativo en el grupo de 85 y más años con 112,75%, siguiéndole en importancia el grupo de 80 a 84 años con un 50%, y por el decrecimiento en los grupos de 0 a 4 y 5 a 9 años, obteniendo valores negativos con -16,8 y -12,7% respectivamente.

Al discriminar por sexo se aprecia un fuerte acrecentamiento en el sector femenino, motivado en gran medida por el notorio ascenso en las cuantías correspondientes a las ancianas y la desaceleración de la natalidad, con menor cantidad de efectivos en las mujeres.

¹⁷ INDEC, 2001. Censo de Población y Vivienda

Desde el punto de vista demográfico, el aumento en la proporción de ancianos¹⁸ es producto de la ampliación de la esperanza de vida, de la reducción de la tasa de fecundidad y de la presencia de migraciones -sobre todo las regionales- determinadas por ancianos que se trasladan a la ciudad en busca de mejores servicios sanitarios (PIZARRO, N.; 2004).

La vejez es un término que puede relacionarse con otros conceptos, como la "*jubilación*". Estos dos grupos se superponen, sin embargo, muchos ancianos no se han jubilado, y muchos jubilados no son ancianos. En la ciudad de Bahía Blanca, un alto porcentaje de los mismos son jubilados, situación que produce cambios importantes en las personas.

Para algunos, la misma significa la liberación del trabajo o la llegada de un buen merecido descanso; para otros (los más), significa la pérdida de su posición social, la ruptura de sus relaciones anteriores, la disminución de sus ingresos y por lo tanto de su independencia. Lo cierto es que se incrementa la libertad de las personas para disponer de su tiempo y se hace necesario entonces, la búsqueda de otros objetivos, nuevos intereses, ocupaciones, etc., que le permitan compensar el tiempo de trabajo que realizaban anteriormente y continuar sintiéndose útiles.

Existen varios elementos que influyen de forma positiva en el proceso de adaptación social del anciano, como por ejemplo: las *actividades físicas* (caminatas, tejo, bochas), *artísticas* (bailar, pintar, actuar), de *entretenimiento* (juegos de cartas, coser, tejer, salir de noche, reunirse con amigos) y el *turismo* (ZINBERD, N. E. y KAUFMAN, I.; 1976).

Partiendo de los resultados de encuestas realizadas a la población de la tercera edad de la ciudad de Bahía Blanca, puede afirmarse que a los mismos les resulta placentero viajar y que en la medida de sus posibilidades, realizan al menos un viaje por año. Dentro de los factores que obstaculizan esta experiencia, el principal motivo es la falta de recursos económicos seguido de problemas de salud (movilidad reducida, necesidad de otros tipos de asistencia, etc.). Los ancianos eligen viajar a un destino turístico de sol y playa en el periodo estival, pero no en los meses de mayor concentración de turistas, ya que buscan tranquilidad y una atención más personalizada.

3. Turismo de Tercera Edad

El *Turismo de Tercera Edad* es un segmento que está compuesto por un conjunto de personas, mayores de 65 años, que viajan en forma individual o en contingentes, pero evitan el turismo masivo (HOLLOWAY, J.; 1997).

En cuanto al tipo de servicios y forma de viajar, los ancianos generalmente se alojan en hoteles con servicio de desayuno o media pensión y realizan la reserva con más antelación que otros segmentos,

¹⁸ El INDEC utiliza el término "anciano" para hacer referencia a la población mayor de 65 años que ha entrado en la tercera edad

en forma directa o a través de una agencia de viajes. Su estadía suele ser mayor a una semana, pero gastan ligeramente menos en servicios complementarios. Valoran un conjunto de pautas de accesibilidad y calidad de atención como: asistencia médica, seguridad, trato cordial, buena y variada oferta gastronómica, información clara, amplia programación recreativa, precios accesibles, transporte seguro y confortable. Aún cuando el deseo de cosas materiales, lujo y calidad es grande, es probable que el mayor deseo sea recibir el afecto y respeto por parte del personal en contacto directo (LIEUX E.; 1994).

En este período de la vida hay personas que se tornan más tolerantes, en cambio otras se vuelven irritables y sumamente exigentes, pero en general, los ancianos buscan que la empresa o institución se haga cargo de todas sus necesidades, que las resuelvan y las satisfagan (BENITEZ PEREZ M.; 1989).

La principal ventaja de este segmento turístico es que permite atenuar la marcada estacionalidad en determinados centros turísticos debido a que disponen en mayor medida de tiempo para viajar. Según Roberto Boullón (1991), las personas económicamente activas que habitan en grandes y medianas ciudades, pueden realizar turismo solamente durante los períodos de vacaciones (2.6% del tiempo anual) y durante algunos pocos fines de semana largos (0.6%), por lo tanto el tiempo dedicado al mismo corresponde al 3.2% del tiempo anual aproximadamente. En cambio, los ancianos disponen de un 25% más de tiempo libre para dedicar al turismo y mayor amplitud para escoger la fecha de un viaje. Por esta razón es que a este segmento se le pueden ofrecer promociones de destinos con precios reducidos en transporte y alojamiento, durante la estación menos propicia, contribuyendo a disminuir la estacionalidad de los mismos.

Otra de las ventajas del Turismo de Tercera Edad es que es un grupo heterogéneo (independientemente del sexo, lugar de residencia, recursos económicos, estado civil, entre otras) con diversas motivaciones como: interés de conocer lugares exóticos, vivir experiencias nuevas, relacionarse con otras personas y socializar, participar en eventos y festivales, escapar de la rutina, visitar museos y lugares históricos; lo que permite que la oferta de destinos turísticos no sea restringida y excluyente (SEYHMUS B.; 2001).

4. Destino turístico: Monte Hermoso

Un destino adecuado para desarrollar la oferta de Turismo de Tercera Edad dirigido al mercado de Bahía Blanca, es el Balneario Monte Hermoso (Figura 2), por su cercanía (ubicado a 106 Km.), por sus características y condiciones, pero principalmente porque según los resultados de las encuestas realizadas en Centros de Jubilados y Pensionados, y entidades bancarias en la ciudad, las personas de la tercera edad eligen viajar a un destino turístico de sol y playa en el periodo estival (Playa 65% / Sierras 35%), pero

durante los meses de menor concentración de turistas, ya que buscan tranquilidad y una atención más personalizada (Verano 60% / Otoño 24%) (Gráfico 3).

En el Municipio Urbano de Monte Hermoso el desarrollo turístico es la actividad predominante. Se caracteriza por un *turismo de sol y playa*, con marcada estacionalidad en temporada estival, siendo enero el mes de mayor concurrencia de turistas, con notable aumento de visitantes regionales los fines de semana, especialmente del Partido de Bahía Blanca, principal centro emisor de la ciudad. Cabe mencionar que los segmentos de demanda destacados del lugar son: por un lado los adolescentes y por otro, el grupo familiar (Plan de Desarrollo Turístico de Monte Hermoso. Dpto. Geografía y Turismo. UNS; 2002).

En cuanto a los recursos culturales, si bien no son de alta jerarquía, es decir bajo nivel de atracción, conforman una oferta complementaria del producto sol y playa. En su mayoría se localizan dentro de la planta urbana o en sus inmediaciones, por lo tanto son accesibles y representan una alternativa posible de integración a circuitos turísticos (Plan de Desarrollo Turístico de Monte Hermoso. Dpto. Geografía y Turismo. UNS; 2002).

Las diferentes alternativas en esta localidad satisfacen tanto necesidades de reposo y descanso, como de diversión y deportivas, mayoritariamente del segmento adolescentes y adultos jóvenes. Su seguridad y tranquilidad son dos factores que le permiten sobresalir sobre otros destinos turísticos sustitutos, y en conjunto lograr que sea el balneario más visitado del sudoeste de la provincia de Buenos Aires con adecuadas estrategias de promoción implementadas por la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso.

En cuanto a la oferta de servicios en alojamiento y gastronomía, desde un punto de vista cuantitativo, ambos son adecuados para la demanda que accede al lugar; resultando lo contrario desde el punto de vista de la calidad del servicio que se ofrece. Este hecho se debe a la falta de capacitación de la mayoría de los prestadores como del personal en contacto directo con el turista, y la escasa reinversión en los establecimientos y equipamiento.

5. Propuesta de Turismo de Tercera Edad en Monte Hermoso

La propuesta de este trabajo, es el desarrollo de una oferta especializada: "*Semana de la Tercera Edad*"; destinada al segmento emergente de tercera edad, para que puedan disfrutar de su tiempo libre y contribuir a que en la localidad de Monte Hermoso la temporada estival se prolongue.

La misma fue llevada a cabo en forma experimental por la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso en marzo de 2004. Dado que los resultados han sido positivos, se ha incorporado este acontecimiento programado al calendario anual de la Secretaría, con la diferencia que se destina el mes de marzo completo a este segmento, y la comercialización del evento se ha ampliado a otras

ciudades de la Provincia de Buenos Aires, inclusive a otras provincias como Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Neuquén y Río Negro.

Desarrollo de la propuesta

Para favorecer la adopción de este nuevo producto por el segmento seleccionado se deben desarrollar las estrategias de producto, precio, canales de comercialización y comunicación.

δ Producto

Producto Principal

Acontecimiento Programado: *Semana de la Tercera Edad en Monte Hermoso.*

Fecha: Segunda semana del mes de Marzo. Esta fecha es elegida por dos motivos: por un lado a los ancianos les agrada viajar en verano, pero en una época donde no haya excesiva cantidad de turistas; y por el otro, para que no se superponga este acontecimiento con la programación de Semana Santa.

δ Producto Auxiliar

La Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso confecciona un calendario de actividades recreativas, deportivas y culturales desarrolladas en la *Semana de la Tercera Edad* teniendo en cuenta los gustos y las posibilidades físicas del segmento.

El Departamento de Cultura brinda una oferta diversificada de espectáculos para cubrir las expectativas de los turistas: *tango, jazz, coros, folclore y flamenco*, con artistas locales y de la región. La entrada a los espectáculos es libre y gratuita, y se realizan en el Centro de Convenciones o en el Anfiteatro Jorge P. Chiaradía (Peatonal Dorrego).

Por otro lado, el Departamento de Deporte organiza las actividades deportivas-recreativas para las personas de la tercera edad. Las mismas consisten en torneos amistosos de tejo, bochas, sapo, taba, así como encuentros en el Centro de Jubilados y Pensionados de Monte Hermoso, donde los ancianos juegan al mus, truco, escoba, canasta, etc., se relacionan con otras personas y son agasajados con una merienda.

También se realiza un City Tour con salida desde el Centro de Convenciones, que recorre el Centro Cívico de la ciudad (Plaza San Martín, Parroquia Stella Maris y Centro Cívico), el Museo Municipal de Ciencias Naturales (visita) y finaliza en el Faro Recalada con visita al Museo Naval; el regreso puede ser caminando por la playa hasta al centro (2.2 Km.) o en ómnibus.

δ **Producto de Apoyo**

La ciudad de Monte Hermoso cuenta con 34 hoteles, 5 hospedajes y un apart hotel, que conforman un total de 2232 plazas, distribuidos en categorías de una, dos y tres estrellas. La oferta extra hotelera en cuanto alquiler, se basa principalmente en casas, cabañas y camping, lo que representa una capacidad de alojamiento de 47000 plazas.

Las excursiones organizadas por el sector privado brindan diferentes alternativas, dado que abarcan desde city tours, travesías en 4x4 o cuatriciclos, cabalgatas y pesca embarcada o desde la costa.

Cabe destacar que los establecimientos no cuentan con las instalaciones necesarias para que personas con discapacidades puedan circular con facilidad.

δ **Producto Aumentado**

Las actividades recreativas-deportivas desarrolladas por la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso incluyen premios a modo de obsequio para los participantes: remeras y sombreros con la marca de Monte Hermoso. La finalidad de esta medida es, por un lado tener un gesto cálido con el turista, y por otro, desarrollar una estrategia de promoción del destino turístico. Otros de los premios son aquellos donados por los comerciantes de Monte Hermoso: cenas y órdenes de compra.

Como cierre del evento, el día sábado se organiza la *Fiesta de la Gala*, con capacidad para 150 personas, que consiste en una cena con show, música en vivo y sorteos. La fiesta se realiza en el Centro de Jubilados y Pensionados de Monte Hermoso.

δ **Precio**

Para este producto específico, se desarrolla la estrategia de *fijación de precios por penetración de mercado*, para captar el mayor número de turistas, dado que es factible establecer tarifas reducidas durante el mes de marzo por la disminución abrupta en la actividad turística a partir de febrero. Se establecen precios reales con los que se vende en el corto plazo y se flexibilizan de manera creativa, generando diferentes opciones.

De esta manera, la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso fija con la Cámara Hotelera y Gastronómica de Monte Hermoso precios promocionales durante la *Semana de la Tercera Edad* en los servicios de: *gastronomía y alojamiento*.

δ **Canales de comercialización o distribución**

Se utilizan dos canales de comunicación para distribuir la propuesta: Por un lado, se emplea un canal directo a través del correo directo, donde no hay intermediarios para llegar a los clientes y por otro, un canal indirecto a través de una red intensiva, dado que se busca el mayor número de puntos de venta para

asegurar una cifra de ventas elevada, empleando el correo electrónico dirigido a todas las agencias de viajes de Bahía Blanca.

δ **Comunicación o promoción**

El objetivo de la comunicación para esta propuesta, tanto en las agencias de viajes como en los Centros de Jubilados, Sindicatos y Sociedades de Fomento, es *dar a conocer el producto* en la ciudad de Bahía Blanca.

Correo Electrónico

Se utiliza el *correo electrónico* como herramienta para distribuir la información sobre el acontecimiento programado (actividades, precios y servicios) a las agencias de viajes de la ciudad de Bahía Blanca en el mes de septiembre del año anterior al evento. A partir de allí, los empresarios que representan las 33 agencias de viajes, tienen la posibilidad de comercializar el producto armando sus propios paquetes turísticos.

Correo Directo

Otra táctica seleccionada es *venta personal* a través de *publicidad y correo directo*, y se pone en práctica en el mes de octubre del año anterior al acontecimiento para que los ancianos puedan planificar sus vacaciones con antelación.

El Área de Promoción de la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso se comunica directamente con Centros de Jubilados y Pensionados, Sociedades de Fomento y Sindicatos de la ciudad de Bahía Blanca por correo postal, con el fin de transmitir un mensaje de venta a través de un folleto que informa sobre el acontecimiento, actividades, precios, servicios y atractivos de la ciudad, dado que este sistema de comunicación:

- Le permite comunicarse directamente con sus clientes potenciales.
- Es económico.
- Por escrito los ancianos entienden, registran y analizan mejor la información.
- Es factible elaborar una amplia base de datos (nombre de la institución, dirección y teléfono) con Centros de Jubilados y Pensionados, Sociedades de Fomento y Sindicatos de la ciudad de Bahía Blanca.

δ **Publicidad**

El Área de Prensa realiza anuncios publicitarios a través de los medios de comunicación de prensa oral, escrita y televisiva de mayor repercusión de la ciudad de Bahía Blanca, para motivar a los consumidores a participar en la *Semana de la Tercera Edad*.

Como parte de la comunicación, es importante el diseño de un *logotipo* de la *Semana de la Tercera Edad*, es decir, el diseño que adquiere la marca como expresión gráfica, dado que cumple la función de reconocimiento y memorización del acontecimiento programado, el cual figura en el material de promoción y difusión, así como en los comercios adheridos al evento.

A la vez, para determinar las estrategias de comunicación, disminuir gastos, darle garantía de calidad al acontecimiento programado, etc.; es conveniente esponsorizar el evento, es decir, invitar a ciertas empresas a participar del acontecimiento programado con un aporte económico, con productos o por canje.

6. Conclusión

Del análisis de las potencialidades y restricciones que presenta la población anciana de la ciudad de Bahía Blanca y de los obstáculos y facilidades del destino turístico de Monte Hermoso, se desprende la posibilidad de desarrollar una oferta turística especializada: *Semana de la Tercera Edad en Monte Hermoso*, llevada a cabo a través de la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de Monte Hermoso.

Considerando las conclusiones arribadas con respecto al grupo etario definido, puede afirmarse que la ciudad balnearia de Monte Hermoso es el destino adecuado para conformar el producto turístico. Esta localidad ofrece una amplia gama de alternativas basada en su diversidad de atractivos: tanto recursos naturales y culturales, como actividades recreativas. Por otro lado, la seguridad es un factor que le permite sobresalir sobre otros destinos turísticos sustitutos. Otra de las particularidades favorables es la cercanía entre el centro urbano emisor y el receptor. De este hecho, se desprenden dos rasgos significativos: la comodidad con respecto al traslado debido a la proximidad y los menores costos que representa. Además, ya que el mayor aprovechamiento turístico se limita a los meses de enero y febrero, fuera de este periodo pueden obtenerse tarifas reducidas en diferentes servicios.

Como reflexión final, puede afirmarse que la propuesta de turismo de tercera edad en la ciudad balnearia de Monte Hermoso, es una alternativa adecuada para que la población anciana en condiciones saludables disfrute de su tiempo libre y contribuye además, a mitigar la marcada estacionalidad estival del destino turístico.

Bibliografía

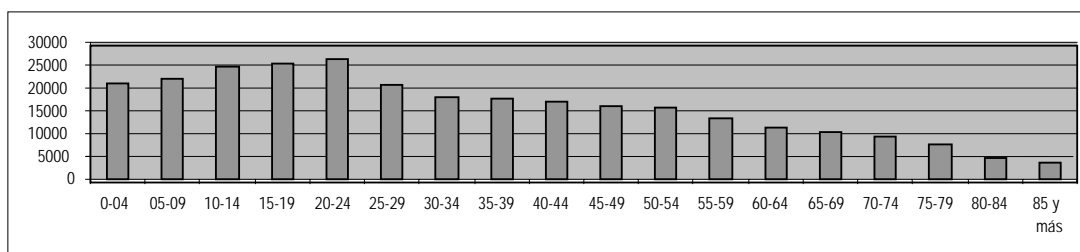
- BENITEZ PEREZ, María Elena (1989): *La familia, su papel en la vida de los ancianos*. En: Centro de estadística demográfica de La Habana. La Habana.
- BOULLÓN Roberto, MOLINA Sergio y RODRIGUEZ WOOG, Manuel (1991): *Un nuevo tiempo libre*. Editorial Trillas. México.
- BOULLÓN Roberto (1994): *Planificación del espacio turístico*. Editorial Serie Trillas. México.
- HERNANDEZ SAMPIERI y otros (1991): *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill. México.
- HOLLOWAY, J. C. (1997): *El negocio del turismo*. Editorial Diana. Buenos Aires.
- ILDEFONSO GRANDE, Esteban (1993): *Marketing estratégico para la tercera edad*. En: Manuales prácticos de marketing. Editorial ESIC. Madrid.
- INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) (2001): Censo Nacional de Población y Vivienda; 1960-1870-1980-1991-2001.
- INDEC (2003): *Características de los adultos mayores en un país que envejece*. En: Aquí se cuenta. Revista informativa del Censo 2001. Número 8, mes de Noviembre.
- INDEC (2003): *La prolongación de la vejez*. En: Aquí se cuenta. Revista informativa del Censo 2001. Número 6, mes de Agosto. Buenos Aires.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (1994): *Mercadotecnia*. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición.
- LIEUX, Elizabeth M., WEAVER, Pamela A. y Mc Cleary, Ken W. (1994): *Lodging preferences of the senior tourism market*. En: Annuals of tourism research. A social Sciences Journal. Volumen 21. Número 4. Editorial Pergamon. Estados Unidos.
- PIZARRO N. (2004): *El problema de la mortalidad y la geografía de la ancianidad en el ámbito de influencia urbana de Bahía Blanca*. En: III Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense.
- RHEE H. A. (1977): *Envejecimiento humano y jubilación. Cuestiones resueltas e irresueltas*. En: Cuadernos del INDeR. AISS-INDeR. Buenos Aires.
- SEYHMUS BALOGLU y STOWE SHOEMAKER (2001): *Prediction of senior traveler's motorcoach. Use from demographic, psychological and psychographic*
- ZINBERG, N. E. y KAUFMAN, I. (1976): *Psicología normal de la vejez*. En: Biblioteca del hombre contemporáneo. Buenos Aires.

Figura 1. Ubicación Partido de Bahía Blanca. Provincia de Buenos Aires



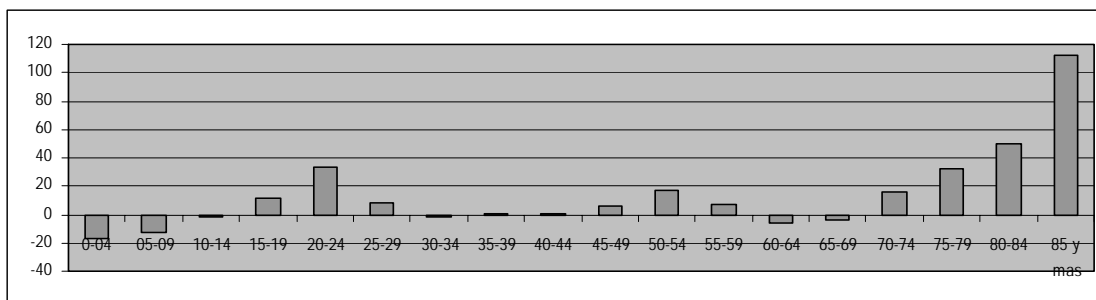
Fuente: Secretaría de Turismo. Provincia de Buenos Aires. (2006)

Gráfico 1. Totales de Población del Partido de Bahía Blanca por grupos etarios



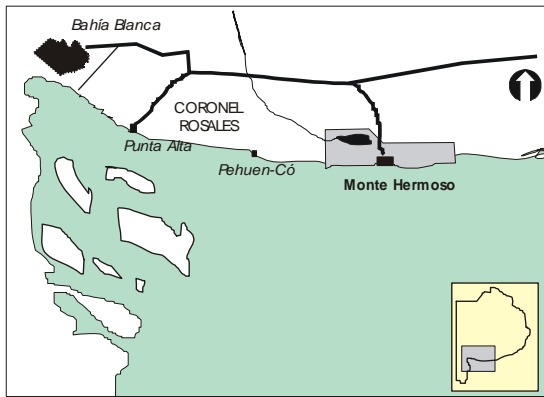
Fuente: INDEC, 2001

Gráfico N° 2. Variación del Porcentaje de Población en el Partido de Bahía Blanca



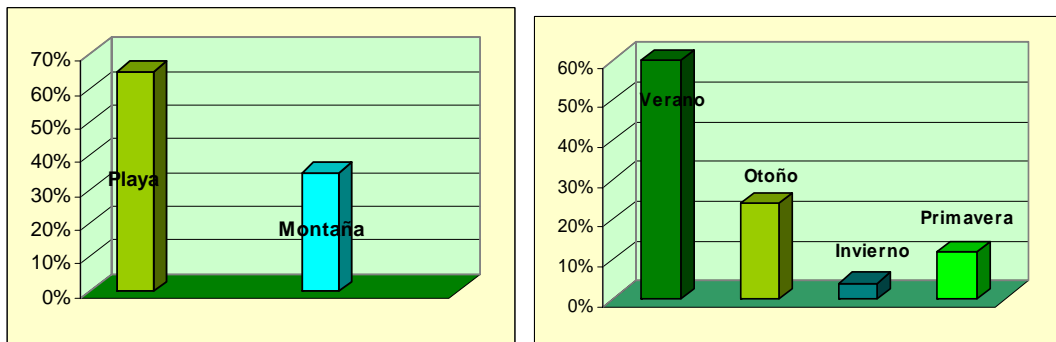
Fuente: INDEC, 2001

Figura 2. Balneario de Monte Hermoso



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico de Monte Hermoso. Dpto. Geografía y Turismo. UNS. 2002

Gráfico 3. Resultados de las Encuestas



Fuente: Elaboración propia

Encuestas Centros de Jubilados y Pensionados. Bahía Blanca; 2004