

## **Políticas públicas en turismo. Caso de estudio: Monte Hermoso**

Daniela A. Murello  
dmurello@upso.edu.ar  
Universidad Provincial del Sudoeste  
Licenciada en turismo - Docente universitaria  
Gestión pública

### **RESUMEN**

El Municipio es la unidad territorial que aparece como la más viable para conjugar lo político, lo administrativo y los acuerdos con los distintos grupos de interés para implementar nuevos productos en el mercado que contribuyan al desarrollo económico local. Es decir, el Estado es quien fomenta políticas públicas que impulsen el crecimiento del territorio. Así también es considerado dentro de la actividad turística. En este sentido, la OMT (1998), reconoce que el gran reto que tiene la política turística es prestar atención a las fallas del mercado para poder intervenir y corregirlas mediante acciones concretas.

Ahora bien, es preciso resaltar que desde la década del 70', extinguido el proceso donde prevalecía la producción homogénea, la escasa diferenciación entre los servicios turísticos, nos encontramos frente a una redefinición de la oferta turística, dirigida a productos especializados. En otras palabras, en la actualidad los rasgos diferenciales hacen al atractivo de un producto turístico, y por este motivo, es que las estrategias de marketing se dirigen a nichos específicos de mercado.

Así mismo, resulta necesario señalar que el proceso de las políticas públicas es sumamente complejo y dista de conformar un conjunto de actividades linealmente producidas y concatenadas. Se trata de un proceso en el que las etapas no se suceden según un ordenamiento lógico preestablecido y delimitado sino que, más bien, constituyen una compleja trama en donde intervienen (en todas o algunas de ellas) actores sociales, estatales y políticos. Por lo tanto, sólo desde el punto de vista analítico se pueden distinguir estas etapas: la identificación de un problema, la formulación de una solución, la implementación de la decisión –que en este caso incluye la toma de la decisión – y, finalmente, la evaluación de los resultados. (Alejandro Villar; 2009)

A partir de lo expuesto, el presente trabajo se basa en la elaboración de una propuesta de política turística en el Municipio de Monte Hermoso. El mismo consiste en el desarrollo del Turismo de adultos mayores en el destino para lograr mitigar la estacionalidad del mismo. Así, la alternativa planteada se dirige a los ciudadanos mayores a 65 años de la localidad de Bahía Blanca, sector que se ha incrementado en las últimas décadas y continuará en aumento, abarcando un gran porcentaje de la población total.

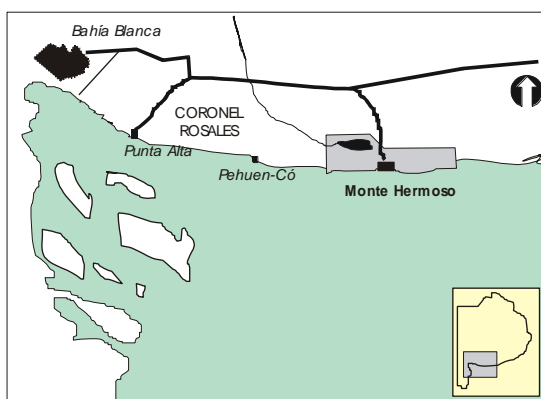
**PALABRAS CLAVES:** políticas públicas - turismo - adultos mayores - evaluación de resultados - variables de gestión

## MONTE HERMOSO: CARACTERÍSTICAS GENERALES

El Partido de Monte Hermoso se ubica en el sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Abarca una superficie de 230 km<sup>2</sup> que se extiende paralelamente al mar, a lo largo de 32km. en dirección este-oeste. Incluye en su territorio el Balneario Sauce Grande y también el sector de la laguna del mismo nombre. Este río lo limita por el norte y es deslinde entre este partido y el de Coronel Dorrego.

La ciudad se comunica con el resto de la Provincia de Buenos Aires a través de la Ruta Nacional N° 3, accediéndose por medio de la Ruta Provincial N° 78, totalmente asfaltada en su tramo de 26 Km., que finaliza en el centro urbano. Aproximadamente a 5 Km. de la ciudad, la entrada al ejido se bifurca en dos accesos: Este, totalmente asfaltado, y Oeste, entoscado. (Del Pozo, 2001)

### Ubicación de Monte Hermoso en el SO de la Provincia de Buenos Aires



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico de Monte Hermoso. Dpto. Geografía y Turismo. UNS. (2000)

El turismo representa la principal actividad económica del municipio, siendo sin dudas, un centro de estadía, apuntando a una segmentación de la demanda caracterizada por su repetitividad, con una permanencia promedio entre 5 y 15 noches. Las familias que arriban desde la ciudad de Bahía Blanca (ubicada a una distancia de 100 km.), constituyen una demanda cautiva en aproximadamente el 40%, motivados por la playa, la tranquilidad y seguridad. Por otro lado, la oferta de servicios está determinada por pequeñas y medianas empresas familiares o unipersonales, que ofrecen alojamiento, alimentación, excursiones y transportación.

## DIAGNÓSTICO

Desde sus comienzos, la actividad turística ha presentado un notorio obstáculo en determinados sitios: el marcado carácter estacional, no sólo en cuanto a que, por sus condiciones climatológicas fuesen deseados únicamente en determinadas estaciones, sino también en cuanto al movimiento general de turistas a través de las distintas épocas del año. Ello es debido, principalmente, a que las vacaciones, que es el momento más apto para realizar viajes de placer, suelen disfrutarse en muchos destinos en el período estival.

Los efectos que genera este fenómeno, son agraviantes para el desarrollo turístico, ya que si un servicio (especialmente transporte y alojamiento) ha de estar suficientemente atendido en la etapa de máxima demanda, habrá muchas instalaciones y recursos cuyo rendimiento será escaso o nulo en las demás épocas del año. Por este motivo, es conveniente implementar ciertas estrategias para corregir o, al menos atenuar, en lo que sea factible esta situación.

En el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, uno de los destinos de sol y playa con marcada estacionalidad, es Monte Hermoso (Pcia. de Buenos Aires). El balneario evidencia cambios significativos en materia de infraestructura y equipamiento de servicios, y así mismo es el centro turístico de mayor crecimiento y expansión de las últimas décadas en la región del S.O bonaerense.

Vale la pena decir, que siendo una población pequeña que asciende aproximadamente a los ocho mil (8.000) habitantes estables, permite pensar en la planificación participativa como estrategia, con el objeto de rebatir los efectos contrastantes de una actividad que tiende a un monocultivo, localizado en un período muy corto (enero/febrero), encontrando en la actividad turística recreativa, su máximo desarrollo.

Entonces, el problema que reconocen los funcionarios del Municipio para ser tratado es: *la marcada estacionalidad y reducida explotación de la actividad turística en la ciudad de Monte Hermoso en temporada estival.*

En resumen:

Causas:

El clima y el período vacacional condicionan la afluencia de turistas al destino

La falta de propuestas alternativas

Consecuencias:

Se generan recursos ociosos, insuficiente oferta de empleo y escasos ingresos de la localidad (ámbitos públicos y privados)

Todo esto origina: desfavorable calidad de vida de la comunidad.

Hay que destacar, que si bien son los actores estatales quienes detectan el problema planteado, el mismo afecta intereses económicos de diversos actores de la sociedad, tales como: los empresarios y sus organizaciones, las organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), los socio - productivos, el sistema educativo y científico y los medios de comunicación. De ahí, la importancia que la política pública involucre a los actores locales y de esta forma la actividad turística alcance su capacidad como factor dinamizante de la renta y como generador de empleo.

#### **Actores locales - Monte Hermoso**

<b>Estatales</b>	Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de la Municipalidad de Monte Hermoso, integrada de la siguiente manera: Secretario de Turismo, Director de Turismo, Jefe de Turismo, Jefe de Cultura y Jefe de Deporte
<b>Empresarios y sus organizaciones</b>	Asociación de Desarrollo y Promoción Turística (ADEPROTUR ) Asociación de Hoteles, Bares y Afines
<b>Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)</b>	Club Atlético Monte Hermoso Cooperadoras de las instituciones educativas Centro de Jubilados y Pensionados Sociedades de Fomento Yacht Club Monte Hermoso

<b>Socio Productivos</b>	Cooperativa Eléctrica Cooperativa Telefónica
<b>Sistema Educativo y Científico</b>	Curso de Guía Municipal de Turismo Carrera universitaria Técnico Universitario en Emprendimientos Turísticos
<b>Medios de Comunicación</b>	Periódico Web Montenoticias.com FM 93.1 FM Fox FM Monte FM Nueva Generación Diario La Nueva Provincia (Bahía Blanca) LU2 Radio (Bahía Blanca)

Fuente: Murello (2010)

Definido el problema, existe la necesidad de diseñar e implementar propuestas tendientes a activar las capacidades de los actores locales y convertirlas en agentes directos de competitividad, que articulen con la identidad y los valores locales. En este caso, siendo Bahía Blanca el principal centro emisor de turistas hacia la localidad de Monte Hermoso, se analizarán las características del segmento de la tercera edad, como potencial turista del destino.

Así pues, el objetivo de la propuesta de política turística queda definido de la siguiente manera: *Desarrollar un programa turístico en la ciudad de Monte Hermoso como alternativa de ocio para la población anciana de la ciudad de Bahía Blanca durante el mes de marzo.*

Objetivos específicos:

- Prolongar la explotación turística del destino en temporada estival
- Ampliar la programación de actividades turísticas-recreativas de la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de la Municipalidad de Monte Hermoso
- Captar un nuevo nicho de mercado: población anciana de la ciudad de Bahía Blanca

### **DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL: ADULTOS MAYORES EN BAHÍA BLANCA**

La ciudad de Bahía Blanca se ubica en el sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y cuenta con una población estimada de 284.776 habitantes. A partir de los datos demográficos aportados por el INDEC (2001), se detecta un importante incremento de los ancianos<sup>1</sup>, es decir, un paulatino y evidente envejecimiento de la población: el 12,5% corresponde a ciudadanos mayores de 65 años.

El proceso de cambio en la estructura por edad, se caracteriza por situaciones que suceden en forma simultánea. Por un lado, la ampliación de esperanza de vida, por el otro, la reducción de la tasa de fecundidad, y por último, la presencia de migraciones -sobre todo las regionales- determinadas por ancianos que se trasladan a la ciudad en busca de mejores servicios sanitarios. En cuanto a valores, el aumento más significativo corresponde al grupo de 85 y más años con el 112, 75%, siguiéndole en importancia el grupo de 80 a 84 años con un 50%.

---

<sup>1</sup> Según el INDEC, anciano es la persona mayor a 65 años.

### Totales de población del Partido de Bahía Blanca: Censos 60, 70, 80, 91 Y 01

Edades	1960	1970	Inc.	1980	Inc.	1991	Inc.	2001	Inc.
0-4	12.696	16.717	31,67	24.418	46,07	25.228	3,32	20.993	-16,79
5-9	12.564	16.817	33,85	21.082	25,36	25.234	19,69	22.033	-12,70
10-14	13.292	15.959	20,06	18.267	14,46	25.320	38,61	24.826	-1,96
15-19	12.368	16.277	31,61	18.699	14,88	22.630	21,02	25.222	11,46
20-24	12.559	17.965	43,04	18.059	0,52	19.670	8,92	26.300	33,70
25-29	12.046	15.126	25,57	17.493	15,65	19.234	9,95	20.767	8,06
30-34	12.700	13.782	8,52	16.877	22,46	18.192	7,79	17.964	-1,23
35-39	12.704	13.761	8,32	15.100	9,73	17.343	14,85	17.521	1,03
40-44	11.056	14.043	27,02	13.466	-4,11	16.870	25,28	17.040	0,98
45-49	12.523	13.085	24,35	13.388	2,32	15.079	12,63	16.020	6,19
50-54	8.508	11.223	31,91	13.249	18,05	13.406	1,18	15.669	16,85
55-59	6.709	10.300	53,53	12.326	19,67	12.340	0,11	13.258	7,40
60-64	5.229	7.958	52,19	10.016	25,86	12.231	22,11	11.444	-6,06
65-69	4.183	5.719	36,72	8.629	50,88	10.727	24,31	10.358	-3,55
70-74	3.000	3.825	27,50	5.911	54,54	8.176	38,32	9.456	15,82
75-79	1.817	2.560	40,89	3.760	46,88	5.768	53,40	7.594	32,04
80-84	797	1.350	69,39	2.070	53,33	3.136	52,80	4.761	50,16
85 y +	458	786	71,62	1.237	57,38	1.580	27,73	3.550	112,75
Total	153.631	197.680	28,67	234.047	18,40	272.191	16,30	284.776	4,62

Fuente: Pizarro (2004)

Por otro lado, 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 otros jubilados aún no son ancianos. En particular, en la ciudad de Bahía Blanca, un alto porcentaje de ancianos son jubilados, situación que produce cambios reveladores en los individuos. Para algunos, la misma significa la liberación del trabajo o la llegada de un buen merecido descanso, y para otros, la pérdida de su posición social y la ruptura de sus relaciones anteriores. Lo cierto, es que se incrementa la disponibilidad de su tiempo, y se hace necesario entonces, la búsqueda de otros objetivos, nuevos intereses, ocupaciones, etc., que le permitan compensar el trabajo físico que realizaban anteriormente y continuar sintiéndose útiles.

En la actualidad, existen varios elementos que influyen de forma positiva en el proceso de adaptación social del anciano. Así es el caso de la actividad turística, que contribuye a mejorar la calidad de vida de los ancianos y permite hacer uso de su tiempo libre.

Las personas económicamente activas que habitan en grandes y medianas ciudades, pueden realizar turismo solamente durante los períodos de vacaciones (2.6%) 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.

## **Distribución del tiempo de personas activas en grandes y medianas ciudades**

• Trabajar	21.70%
• Dormir	33.30%
• Comer entre semana	5.40%
• Higienizarse y vestirse	4.20%
• Viajar al trabajo	1.04%
• Obligaciones domésticas	2.00%
• Tiempo libre entre semana	10.09%
• Tiempo libre durante los fines de semana	17.20%
• Tiempo libre correspondiente a las vacaciones	2.60%
• Tiempo libre correspondiente a los días feriados	1.30%

Boullón (1991)

## **DESCRIPCIÓN DEL TURISMO DE ADULTOS MAYORES**

El Turismo de adultos mayores está compuesto por personas mayores a 65 años, que viajan en forma individual o en contingentes, pero evitan el turismo masivo. En cuanto al tipo de servicio y forma de viajar, eligen alojarse en hoteles con servicio de desayuno o media pensión incluido, y efectúan las reservas con antelación. Las estadías suelen ser mayores a una semana, pero gastan ligeramente menos en servicios complementarios. Además valoran la calidad de los servicios como asistencia médica, seguridad, trato cordial, buena y variada oferta gastronómica, información clara, amplia programación recreativa, precios accesibles y transporte confortable.

Otra de las características se sustenta en la heterogeneidad en cuanto a las motivaciones de las personas de la tercera edad para realizar un viaje: conocer lugares exóticos, vivir experiencias nuevas, relacionarse con otras personas, participar en eventos y festivales, escapar de la rutina, visitar museos y lugares históricos, etc.

## **PERFIL DEL TURISTA MAYOR EN BAHÍA BLANCA**

La población anciana de la ciudad de Bahía Blanca permite disponer de información respecto al interés que tienen en la práctica del turismo a partir de la realización de encuestas durante los meses de octubre y noviembre del año en curso en los Centros de Jubilados La Falda, Villa Mitre, Cono Sur, Barrio Pedro Pico, Grumbein y Zona, De Villa Rosas, del Banco de la Provincia de Buenos Aires, A.P.D.E.F.A. y en entidades bancarias los días de pago a jubilados.

## **LA ELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA**

Bajo la premisa que guía el trabajo, desarrollar un programa turístico en la ciudad de Monte Hermoso como alternativa de ocio para la población anciana de la ciudad de Bahía Blanca durante el mes de marzo, es preciso evaluar diferentes opciones de solución, para luego optar por aquellas que sean factibles económica y técnicamente y permitan cumplir con el objetivo propuesto.

Hay que destacar, que para alcanzar el desarrollo turístico en la localidad de Monte Hermoso, la gestión de las políticas públicas debe contemplar la participación activa de los diferentes actores sociales y económicos involucrados en ellas. Por lo tanto, el Estado, como actor dentro de una sociedad, debe interactuar con otros actores y organizaciones, tanto de tipo social como del sector privado, ya que es necesaria su contribución, la buena predisposición y el compromiso. En esta interacción se manifiestan los intereses, las posiciones y los objetivos de las distintas reparticiones que lo componen. En otras palabras, el accionar del Estado en la sociedad lo convierte en un agente

o un sujeto de cambio (o de conservación) de una determinada realidad en cuyo proceso se relaciona con los actores sociales, económicos, culturales, etc. de una sociedad. (Alejandro Villar, 2009)

Así, la base para la elección de las ideas a desarrollar, es el análisis el grado de satisfacción de los actores involucrados, es decir, considerar su apoyo o resistencia, los intereses que afectan, las ambiciones de los funcionarios, la estructura burocrática, etc. Esto se logra a partir de la observación de los pros y los contras de cada opción, y de la ponderación de las variables de gestión, tales como: alcance, eficacia, costo/beneficio y factibilidad.

En este caso, se consideran las siguientes alternativas:

- a) Diseñar y programar actividades recreativas y culturales
- b) Realizar un estudio de mercado
- c) Pactar y fijar precios promocionales
- d) Realizar una campaña publicitaria
- e) Desarrollar estrategias de marketing
- f) Construir sitio Web

#### **Ponderación de las variables de gestión**

Políticas	Alcance	Eficacia	Costo / Beneficio	Factibilidad*				Total
				L	E	A	G	
Diseñar y programar actividades	4	4	3	4	2	4	4	25
Realizar un estudio de mercado	3	3	2	4	1	3	1	17
Fijar precios promocionales	3	3	3	4	4	3	4	24
Realizar campaña publicitaria	3	3	2	4	1	4	1	18
Desarrollar estrategias de marketing	3	4	4	4	2	4	4	26
Construir sitio web	2	2	2	4	2	3	2	17

\* L: Legalidad                      G: Gestión  
 E: Economía    A: Aceptabilidad Social

A partir de la comparación de resultados, se observa que diseñar y programar actividades, fijar precios promocionales y desarrollar estrategias de marketing, son las alternativas de mayor ponderación. Si analizamos estas opciones, se evidencia que las mismas responden a los objetivos específicos definidos, y que además, se encuentran dentro de la agenda de los funcionarios del Municipio. Así mismo, no se distinguen fuertes resistencias ni intereses perjudicados de los demás actores locales.

En cuanto a determinar el diseño y programación de actividades, la medida es factible dado que la Secretaria de Turismo, Cultura y Deporte de la Municipalidad de Monte Hermoso (STCyDMH), cuenta con recursos humanos capacitados, plantel de empleados permanente y además un alto porcentaje del presupuesto municipal se destina a la actividad turística. Por otro lado, dado que la propuesta se realiza durante el mes de marzo, época de baja afluencia de turistas, se deduce una alta posibilidad de lograr acuerdos entre el sector público y privado para fijar precios promocionales, con descuentos en los servicios turísticos. Por último, si bien desarrollar estrategias de marketing implica un aporte económico importante, es necesario destacar que esta medida es fundamental para captar un nuevo nicho de mercado.

## **LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DECISIÓN**

El paso siguiente a la elección de la alternativa es la implementación de las decisiones. En este punto y en este trabajo, vale la pena destacar, que son los funcionarios del Municipio los responsables de llevar adelante esta etapa. Esto es, definir el diseño y la planificación de la política en cuestión, y además articular entre los distintos sectores de la comunidad que participen en el proyecto turístico. La articulación se presenta cuando dos o más organismos acuerdan llevar adelante políticas que se traducen en acciones concretas y en donde cada uno realiza una o más tareas específicas en relación de cooperación horizontal con los otros organismos participantes. Esta horizontalidad no hace referencia a lo cuantitativo de las acciones (siempre unos harán más que otros) sino a lo cualitativo (todos hacen algo con otros y no necesariamente bajo su subordinación). (Alejandro Villar, 2009)

Así, el funcionario público de la STCyDMH, es el encargado, junto a su equipo de trabajo (técnicos y guías), de diseñar y organizar el cronograma de actividades teniendo en cuenta los gustos y las preferencias del nicho de mercado. De esta manera, por un lado, el Departamento de Cultura define una oferta diversificada de espectáculos para cubrir las expectativas de los turistas, y por otro lado, el Departamento de Deportes organiza las actividades deportivas-recreativas. Las mismas consisten en torneos de tejo, bochas, sapo, taba, así como encuentros en el Centro de Jubilados y Pensionados, donde los ancianos juegan al mus, truco, escoba, canasta, etc., relacionándose con otras personas. Hay que destacar la prioridad de los actores estatales, de pactar y fijar con la Cámara Hotelera y Gastronómica local, precios con descuentos en los servicios turísticos, especialmente alimentación, alojamiento y transporte.

Por último, vale la pena decir, que para favorecer la adopción de este nuevo producto por el segmento seleccionado, es necesario desarrollar una apropiada estrategia de marketing para definir las acciones publicitarias y de comunicación a través de la contratación de una agencia de publicidad.

## **LA EVALUACIÓN Y EL SEGUIMIENTO**

La evaluación de los resultados es la última fase del proceso de las políticas públicas, y está compuesta por dos aspectos centrales; uno lo constituye la medición de la eficacia y la eficiencia de la acción emprendida. El otro, se refiere a los efectos sociales y políticos que se generan. Así, el proceso de valoración de los efectos se distingue entre impacto y calidad. Para el primero se utilizan como herramientas las metas, los indicadores y los medios o fuentes de verificación. Mientras que para la segunda, se deben utilizar estrategias cualitativas. (Alejandro Villar, 2009)



## Evaluación del impacto

OBJETIVOS	METAS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
<b>Objetivo General</b> Desarrollar un programa turístico en la ciudad de Monte Hermoso como alternativa de ocio para la población anciana de la ciudad de Bahía Blanca durante el mes de marzo	Incrementar un 10% cada año el grado de satisfacción de las personas de la tercera edad de la ciudad de Bahía con el programa turístico del DT	% de personas de la tercera edad de la ciudad de Bahía satisfechas con el programa	Aplicación de encuestas
<b>Objetivo Específico 1</b> Prolongar la explotación turística del destino en temporada estival	Incrementar un 10% cada año el arribo de turistas al DT en el mes de marzo	% de turistas arribados al DT en el mes de marzo	Ocupación hotelera y extrahotelera Consultas en la oficina de turismo
<b>Objetivo Específico 2</b> Ampliar la programación de actividades turísticas-recreativas durante el mes de marzo	Incrementar un 70% la oferta recreativa en el DT en el mes de marzo el primer año y un 30% el segundo año	% de actividades turísticas-recreativas desarrolladas en el DT en el mes de marzo	Consultas en la oficina de turismo
<b>Objetivo Específico 3</b> Captar un nuevo nicho de mercado: población anciana de la ciudad de Bahía Blanca	Incrementar un 10% cada año el arribo de personas de la tercera edad al DT	% de personas de la tercera edad arribadas al DT	Aplicación de encuestas

Con respecto a la evaluación de la calidad, es importante definir claramente los beneficios esperados por los distintos actores, y establecer estrategias para conocer la conformidad de los mismos. En este caso, se aplican encuestas y se realizaron entrevistas para certificar, por un lado, la satisfacción de los funcionarios en cuanto al incremento de la cantidad de turistas que arribaron al DT en el mes de marzo. Y por el otro, la conformidad de los empresarios y comerciantes locales en cuanto al aumento de sus ganancias en este período.

Recogiendo lo más importante, vale la pena mencionar, que la evaluación produce información necesaria para identificar nuevas causas y nuevos problemas públicos. Es decir, si bien la evaluación de los resultados es la última fase del proceso de las políticas públicas es también el comienzo de un nuevo proceso que se inicia para atender a los resultados evaluados. (Alejandro Villar; 2009)

### CONSIDERACIONES FINALES

De acuerdo a los efectos negativos que genera la marcada estacionalidad en la población de Monte Hermoso, el gobierno local debe ubicarse en una etapa de desarrollo de la actividad turística a partir de una buena gestión municipal, en consenso con los distintos grupos de interés y con la

participación amplia de la comunidad, que permita la maximización en el uso de los recursos. Es decir, es innegable la necesidad de formalizar una apropiada política turística para que el destino pueda adquirir un valor importante como producto turístico y, consiguientemente, pueda ser relevante dentro de la economía local.

Así, considerando las conclusiones arribadas con respecto al grupo etario definido y las características del centro turístico en cuestión, puede afirmarse que desarrollar un programa como alternativa de ocio para la población anciana de la ciudad de Bahía Blanca durante como iniciativa de los actores estatales locales, es una política turística adecuada para lograr mitigar la marcada estacionalidad estival del destino y contribuir así, al desarrollo económico del territorio.

En resumen, en la estrategia para lograr el desarrollo local, el gobierno juega un papel clave, como actor político fundamental, en la medida en que representa el rol de promotor y concertador de ideas. Por el otro lado, las empresas turísticas y demás actores sociales deben establecer esfuerzos para la consecución de los objetivos de la planificación y la gestión de productos turísticos diferenciados, vinculados con la realidad sociocultural y natural de su ambiente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ABASCAL y GRANDE (1992) Hábitos, actitudes y conducta de los consumidores ancianos ante la compra: implicaciones sobre algunas estrategias de marketing. Editorial Escorial. Madrid.

BAYON Marine y MARTÍN ROJO Inmaculada (2004) La empresa turística. Síntesis. Madrid.

BOULLÓN Roberto, MOLINA Sergio y RODRIGUEZ WOOG Manuel (1991) Un nuevo tiempo libre, Editorial Trillas. México.

DEL POZO Olga (2001) El proceso de urbanización y degradación ambiental del ecosistema costero: Municipio de Monte Hermoso. Provincia de Buenos Aires. Tesis de Maestría en gestión ambiental del desarrollo urbano. UNS. Bahía Blanca.

ILDEFONSO GRANDE E. (1993) Marketing estratégico para la tercera edad. En: Manuales prácticos de marketing. Editorial ESIC. Madrid.

OMT (2002) Impactos en la actividad turística, Metodologías para la Investigación en Turismo. OMT. Madrid.

PIZARRO Nora (2004) El problema de la mortalidad y la geografía de la ancianidad en el ámbito de influencia urbana de Bahía Blanca. Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense. Bahía Blanca.

VICENTE M. (1993) Marketing de servicios. Editorial Macchi. Madrid.

VILLAR Alejandro (2009) Apuntes de Cátedra en: Política Turística y Gestión del Sector Público. Maestría en Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos. Virtual de Quilmes.