

ESTUDIO DEMANDA DE LA CIUDAD DE VILLA ELISA

INTRODUCCIÓN

El estudio de la demanda turística constituye un pilar fundamental para la toma de decisiones en la gestión turística de un destino. Desde 2002 la Dirección de Turismo local lleva adelante investigaciones diversas tendientes a conocer características y comportamientos de los visitantes que arriban al destino, vinculados principalmente a la segmentación geográfica, demográfica y conductuales en general, además de la satisfacción respecto a la experiencia turística.

Esta información está disponible pero dispersa, lo que dificulta comprender los resultados en un período determinado.

OBJETIVO

Sistematizar información estadística relevada por la Dirección de Turismo de Villa Elisa.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El área de Estadística, Investigación y Planificación de la Dirección de Turismo local cuenta con una gran amplitud de información relevada durante más de 15 años, gran parte de esta información se encuentra dispersa y requiere de una mejor organización para lograr una comprensión más clara y sencilla de los resultados obtenidos. Para este propósito se utilizaron las fuentes primarias existentes y a través de un archivo Excel se fueron incorporando los temas investigados en los últimos 10 años, la mayoría de ellos representan el tipo de muestra de panel, es decir, consultas que se realizaron repetidamente durante algunos años y permiten ser comparadas.

Cuadros que se exponen:

1. Características geográficas y demográficas:

- 1.1 Edades de los visitantes.
- 1.2 Procedencia.
- 1.3 Tamaño de grupo.
- 1.4. Con quien viaja.

2. Características conductuales:

- 2.1 Motivos de elección de Villa Elisa.
- 2.2 Medio de traslado utilizado.
- 2.3 Cantidad de noches de pernoctación.
- 2.4 Frecuencia de visita a la ciudad.
- 2.5 Medio de contratación e información del alojamiento.

2.6 Tipo de gastronomía utilizada en destino.

2.7 Si visito la oficina de turismo de la ciudad para obtener información.

2.8 Forma en que obtuvo información sobre Villa Elisa antes de venir.

3. Opiniones sobre la satisfacción del visitante de Villa Elisa:

3.1 Valoración de lo que más le gusto del destino.

3.2 Valoración de lo que menos le gusto del destino.

3.3 Indicativos sobre cuestiones que le hubiera gustado encontrar en el destino.

4. Ocupación en alojamientos de Villa Elisa.

5. Ingresos a Termas Villa Elisa.

6. Arribo de visitantes.

7. Ingresos a Termas Villa Elisa por segmentos etarios.

8. Variación de plazas de alojamientos habilitados.

9. Gasto Turístico

DEMANDA REAL DE LA CIUDAD DE VILLA ELISA

Los cuestionarios empleados contemplan consultas sobre diversas características y comportamientos de los visitantes, a saber:

1. Características geográficas y demográficas

1.1 Edades de los visitantes

SEGMENTOS ETARIOS	Verano 2014	Verano 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Menores a 14 años	18,5%	25,0%	21,4%	21,0%	19,0%	14,6%	19,9%
Entre 15 y 19 años	4,0%	5,0%	6,0%	4,5%	9,5%	8,2%	6,2%
Entre 20 y 29 años	8,0%	6,5%	8,7%	13,0%	12,0%	9,7%	9,7%
Entre 30 y 39 años	21,0%	24,5%	12,8%	17,5%	16,5%	15,7%	18,0%
Entre 40 y 49 años	14,0%	17,5%	19,6%	16,5%	15,0%	15,4%	16,3%
Entre 50 y 59 años	15,0%	11,5%	16,2%	14,0%	11,0%	17,2%	14,2%
Más de 60 años	19,5%	10,0%	15,3%	13,5%	17,0%	19,2%	15,8%

Este relevamiento fue realizado en los períodos de alta afluencia turística y tradicionalmente vacacional tanto para estudiantes como para el mercado laboral, por lo que los datos no representan una media anual. En 2018 se incorpora una medición de temporada media (septiembre a noviembre de 2018) donde se observa una leve disminución de los menores de 14 años y un incremento de los segmentos de mayores de 50 años.

1.2 Procedencia:

a) Datos de procedencia obtenidos de encuestas realizadas a los visitantes.

PROCEDENCIA	Ver 2014	Invierno 2014	Verano 2015	Invierno 2015	Verano 2016	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Provincia de Buenos Aires	56,00 %	62,00%	62,00%	53,60%	50,70%	57,50%	61,90%	67,80%	66,80%	59,8%
Ciudad de Buenos Aires	16,00 %	13,00%	14,50%	33,80%	22,70%	21,50%	19,90%	11,80%	16,80%	18,9%
Santa Fe	8,00%	9,00%	1,20%	3,10%	8,50%	7,50%	6,70%	8,70%	3,70%	6,3%
Entre Ríos	8,40%	4,00%	9,00%	5,80%	6,50%	3,00%	5,60%	6,40%	3,40%	5,8%
Córdoba	1,60%	4,00%	2,40%	1,90%	4,00%	4,00%	1,90%	1,10%	0,50%	2,4%
Otras provincias	6,00%	3,00%	8,40%	1,80%	4,90%	4,50%	3,20%	3,80%	1,70%	4,1%
Extranjeros	4,00%	5,00%	2,50%	0,00%	2,70%	2,00%	0,80%	0,40%	7,10%	2,7%

b) Datos de procedencias obtenidos de los consultantes en la Oficina de Turismo.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Prov. Bs. As.	51	55,5	56	57	61	56	57	56	51	52	50,86	55,90	55%
CABA	26,5	22	21	22	20	16,5	14	19	27	26	25,39	17,71	2,5%

Santa Fe	10,5	10	9	8,5	7	8,5	7,5	7	6,5	7	7,03	6,15	8%
Córdoba	3	4,5	4	3,5	3	4	4	2,5	3	3	2,7	2,54	3,5%
Entre Ríos	4	4	5	3,5	4	5	4	5	6	6	5,81	7,23	5%
Otras Provincias	3	2,5	3	3	3	3,5	4	3	3	3	3,53	4,74	3%
Extranjeros	1,5	1,5	2	2	2	6,5	9,5	7,5	3,5	3	4,68	5,73	4%

Los principales mercados emisores de demanda a Villa Elisa son la Provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ambas reúnen en promedio el 77% de la demanda, en tanto los partidos de la Prov. de Buenos Aires (según datos estadísticos 2015) que aportan el mayor número de visitantes son La Matanza, Morón, La Plata, Mar del Plata, Lanús y San Isidro.

1.3 Tamaño de grupo

a) Datos obtenidos de encuestas:

TAMAÑO DE GRUPO	Verano 2014	Invierno 2014	Verano 2015	Invierno 2015	Verano 2016	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Personas	3,4	3,13	4,13	2,5	3,3	3,4	3,53	3,22	3,26	3,32

b) Datos obtenidos de los consultantes en la Oficina de Turismo:

ESTADISTICA TAMAÑO DE GRUPO EN VILLA ELISA													
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Enero	3,13	3,24	3,27	3,08	3,30	3,35	3,36	3,37	3,33	3,24	3,30	3,20	3,26
Febrero	3,24	3,19	3,27	3,12	3,26	3,20	3,09	3,63	3,00	3,20	3,20	3,09	3,21
Marzo	2,89	2,43	2,64	3,00	2,57	3,00	2,86	3,00	3,00	2,76	2,86	2,76	2,81
Abril	2,82	3,43	2,89	3,02	2,86	2,64	2,93	3,00	2,70	2,81	2,70	2,82	2,88
Mayo	2,56	2,81	2,85	2,59	2,80	2,70	2,79	2,76	2,51	2,51	2,81	3,02	2,73
Junio	2,78	2,48	2,86	2,63	2,62	3,13	3,11	2,66	2,55	2,81	2,50	2,47	2,72
Julio	3,14	3,18	3,19	3,14	3,20	3,14	3,13	3,40	3,15	3,31	3,15	3	3,18
Agosto	3,00	2,77	2,86	2,69	2,74	2,73	2,73	2,67	2,50	2,63	2,71	2,5	2,71
Septiembre	2,70	2,68	2,82	2,64	2,61	3,03	3,12	2,71	2,50	2,72	2,75	3,11	2,78
Octubre	2,91	3,10	2,85	2,91	2,97	2,77	2,50	2,90	2,70	2,68	2,80	2,65	2,81
Noviembre	2,76	2,71	2,62	2,70	2,79	2,61	2,71	2,62	2,43	2,72	2,50	3,07	2,69
Diciembre	2,73	2,82	2,78	2,82	2,71	2,73	2,88	3,03	3,21	3,00	3,14	2,86	2,89
PROMEDIO	2,89	2,90	2,91	2,86	2,87	2,92	2,93	2,98	2,80	2,87	2,87	2,88	2,89

El tamaño de los grupos no ha sufrido importantes modificaciones durante los últimos 10 años. Los grupos de mayor número de integrantes se dan en temporadas de alta afluencia turística, enero, febrero y vacaciones de julio, períodos donde se concentra un mayor número de vacacionantes de tipo familiar, siendo el resto del año inferior el número de personas concentrándose en su mayoría en parejas o grupos de amigos.

1.4. Con quien viaja (datos obtenidos de encuestas)

CON QUIEN VIAJA	Verano 2015	Invierno 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Familia	64,5%	60,2%	52,0%	59,0%	62,0%	47,5%	57,5%
Pareja	29,5%	28,7%	36,0%	29,0%	29,0%	36,0%	31,4%
Amigos	2,4%	9,4%	9,0%	11,0%	8,0%	15,0%	9,1%
Solo/a	0,6%	1,7%	0,5%	1,0%	1,0%	1,5%	1,1%
Otro	3,0%	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%

Se observa que las personas eligen viajar mayormente en familia, reduciéndose esta modalidad en periodos de temporadas medias y a su vez incrementándose la forma de parejas y amigos.

2. Características conductuales:

2.1 Motivos de elección de Villa Elisa *(datos obtenidos de encuestas)*

MOTIVOS ELECCIÓN VILLA ELISA	Verano 2014	Verano 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Descanso, relax y tranquilidad	29,5%	34,0%	28,0%	33,5%	32,5%	33,0%	31,8%
Termas	22,5%	21,0%	21,0%	22,0%	22,0%	36,5%	24,2%
Calidez y amabilidad de la gente	5,0%	6,0%	9,5%	9,0%	8,0%	16,5%	9,0%
Conocer - vacacionar	8,5%	5,0%	4,0%	7,5%	8,0%	10,0%	7,2%
Nos gusta la ciudad y su entorno	8,3%	3,0%	14,0%	10,0%	8,0%	0,0%	7,2%
Seguridad	2,7%	3,0%	3,0%	4,0%	6,5%	0,0%	3,2%
Cercanía	0,0%	0,0%	6,5%	4,5%	2,5%	0,0%	2,3%
Recomendación	14,5%	10,0%	5,0%	4,0%	6,0%	0,0%	6,6%
Visita amigos-familiares	0,0%	5,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,2%
Orden y limpieza	5,0%	6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
Otros motivos	4,0%	7,0%	7,0%	3,5%	4,5%	2,0%	4,7%

El descanso y la tranquilidad constituyen los motivadores principales en la elección del destino 31,8%, seguido de las aguas termales con el 24,2%. Ambas expectativas se las considera asociadas.

2.2 Medio de traslado utilizado *(datos obtenidos de encuestas)*

MEDIO TRASLADO	Verano 2015	Invierno 2015	Invierno 2016	Verano 2017	TOTAL
Auto particular	94%	95,3%	95,5%	93%	94,5%
Ômnibus servicio regular	4%	4,1%	4%	6%	4,5%
Otros	2%	0,6%	0,5%	1%	1,0%

2.3 Cantidad de noches de pernoctación

a) Datos obtenidos de encuestas a visitantes:

PROMEDIO ESTADIA	Verano 2014	Invierno 2014	Verano 2015	Invierno 2015	Verano 2016	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	TOTAL
Noches	4,2	3,2	5	3,5	4	3,45	4,48	4,08	3,99

b) Datos obtenidos de los registros de consultantes en la Oficina de Turismo:

ESTADISTICA NOCHES EN VILLA ELISA													
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Enero	3,50	4,16	4,23	4,00	4,20	4,21	4,20	4,24	4,41	4,55	3,90	3,61	
Febrero	3,21	3,81	3,87	3,41	3,71	3,83	4,24	3,64	3,60	3,83	3,77	3,67	
Marzo	3,15	3,29	2,94	3,01	2,77	3,66	2,94	3,25	3,27	2,84	3,59	3,21	
Abril	2,71	3,07	3,00	2,64	2,87	2,93	2,97	3,10	2,91	3,03	2,55	3,05	
Mayo	2,57	2,33	2,65	2,34	2,56	2,70	2,67	2,52	2,31	2,86	2,61	2,75	
Junio	2,39	2,20	2,29	2,26	2,38	2,80	2,50	2,59	2,77	2,48	2,53	2,47	
Julio	2,69	2,80	3,03	2,86	3,00	3,16	3,20	3,32	3,03	3,22	3,29	3,13	
Agosto	2,61	2,53	2,57	2,38	2,41	3,08	2,53	2,76	2,86	2,50	2,74	2,60	
Septiembre	2,47	2,40	2,30	2,52	2,36	2,75	2,84	2,56	2,72	2,52	2,81	2,60	
Octubre	2,57	2,22	2,40	2,41	2,54	2,51	2,50	2,65	2,50	2,61	2,85	2,81	
Noviembre	2,47	2,96	2,15	3,38	2,58	2,44	2,60	2,68	3,12	2,50	2,65	2,64	
Diciembre	2,86	3,64	3,06	2,92	2,57	2,93	3,34	3,04	2,82	2,87	3,30	2,98	
PROMEDIO	2,77	2,95	2,87	2,84	2,83	3,08	3,04	3,03	3,03	2,98	3,05	2,96	2,95

Las mayores estancias en la ciudad se concentran en las temporadas altas (enero, febrero y julio) aunque enero concentra la mayor cantidad de noches de pernoctación, siendo el promedio superior a 4 noches. Los meses que le siguen con pernoctaciones inferiores a los anteriores son marzo, abril y diciembre, con un promedio de 3 noches. Los demás meses son inferiores a las 3 noches, siendo el promedio de los últimos 10 años 2,95 noches.

2.4 Frecuencia de visita a la ciudad (datos obtenidos de encuestas)

FRECUENCIA	Verano 2014	Verano 2015	Verano 2016	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Primera vez	30,4%	53%	46,5%	64%	54%	56%	53,3%	51%
Más veces	69,6%	47%	53,5%	36%	46%	44%	46,7%	49%

Las mediciones se realizaron en los meses de alta temporada. Las reiteraciones de visitas alcanzan el 51%, representando los nuevos visitantes el 49%.

2.5 Contrató u obtuvo información del alojamiento (datos obtenidos de encuestas):

CONTRATO ALOJAMIENTO	Verano 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Antes de venir	69%	82,8%	82%	90,7%	80,7%	81%
A su arribo	31%	17,2%	18%	9,3%	19,3%	19%

Se observa que la mayoría de los visitantes (81%) recurre a reservar el alojamiento antes de emprender su viaje a Villa Elisa y la herramienta que utiliza para informarse de los mismos es internet tal se observa en cuadro de cómo se informó sobre ellos.

2.5.1 Obtuvo información del alojamiento *(datos obtenidos de encuestas):*

Se informó del ALOJAMIENTO	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	T. Media 2018	TOTAL
Recomendación de otra persona	21,5%	21,5%	25,0%	21,5%	22,4%
Internet	43,5%	41,5%	39,5%	41,0%	41,4%
Ya la conocía	22,0%	27,0%	26,0%	10,5%	21,4%
Información en Oficina de Turismo	7,5%	6,5%	7,5%	9,0%	7,6%
Otros motivos	5,5%	3,5%	2,0%	5,0%	4,0%
Sin Opinión	0,0%	0,0%	0,0%	13,0%	3,3%

Internet ocupa el primer lugar en los medios para la búsqueda de información con el 41,4%, seguido por recomendación de otra persona 22,4 % y de ya lo conocía 21,4%, lo que explica que el grado de satisfacción respecto de los alojamientos es significativo. Como la consulta era de respuesta múltiple no se descarta que las recomendaciones de otras personas no vaya seguido de una búsqueda vía internet.

2.6 Comportamiento de consumo gastronómico *(datos obtenidos de encuestas):*

DONDE COME	Verano 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Restaurante	45,0%	50,0%	46,5%	38,0%	41,7%	44,2%
Elaboración propia	37,0%	27,0%	36,0%	31,0%	25,5%	31,3%
Rotisería	10,0%	19,0%	15,5%	18,0%	17,4%	16,0%
Pizzería	4,0%	2,0%	1,0%	13,0%	15,4%	7,1%
Otros	4,0%	2,0%	1,0%	0,0%	0,0%	1,4%

2.7 Si visito la oficina de Turismo de la ciudad para obtener información *(datos obtenidos de encuestas):*

(datos obtenidos de encuestas):

VISITO OFICINA DE TURISMO	Invierno 2015	Invierno 2017	TOTAL
Si	42,7%	33,0%	37,9%
Si en visitas anteriores	0,0%	16,0%	8,0%
No	57,3%	51,0%	54,2%

2.8 Forma en que obtuvo información sobre Villa Elisa antes de venir *(datos obtenidos de encuestas):*

INFORMACION DE LA CIUDAD	Verano 2015	Invierno 2015	Verano 2016	Invierno 2016	Verano 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Recomendación de otra persona	45,0%	47,3%	64,0%	33,5%	36,0%	45,0%	34,5%	43,6%
Internet	31,0%	31,6%	0,0%	39,0%	35,0%	33,0%	30,5%	28,6%
Ya la conocía	15,0%	18,8%	0,0%	16,0%	18,5%	17,5%	29,0%	16,4%
Otros motivos	9,0%	2,3%	36,0%	11,5%	10,5%	4,5%	6,0%	11,4%

El destino es elegido mayoritariamente por recomendaciones de otras personas 43,6%, seguido de información en internet 28,6% y del conocimiento previo 16,4%. Si bien esta pregunta en los cuestionarios son de respuesta múltiple, no se descarta que los que vienen recomendados y ya los conocían no utilicen internet para la búsqueda de información, sobre todo de alojamientos, tal se expresa en el cuadro de como se informó del alojamiento.

3. Opiniones sobre la satisfacción del visitante de Villa Elisa

3.1 Valoración de lo que más le gusto del destino (datos obtenidos de encuestas):

LO QUE MAS LE GUSTO	Verano 2014	Verano 2015	Invierno 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Invierno 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Hospitalidad y cordialidad de la gente	12,0%	19,0%	23,0%	21,0%	21,0%	22,0%	20,0%	22,0%	20,0%
La ciudad (orden, limpieza, prolijidad, etc.)	14,5%	30,0%	20,0%	21,0%	20,0%	21,0%	19,0%	16,0%	20,2%
Tranquilidad - descanso	19,5%	27,0%	16,0%	21,0%	26,0%	22,8%	24,0%	24,0%	22,5%
Termas	32,5%	13,0%	17,5%	19,0%	17,0%	21,0%	17,5%	19,5%	19,6%
Gusto todo	11,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	5,7%	4,5%	3,0%	3,7%
Seguridad	3,0%	7,0%	4,5%	3,5%	3,5%	4,5%	5,5%	5,0%	4,6%
Precios	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Atractivos varios	0,0%	0,0%	6,0%	9,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
No opino	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	3,0%	4,0%	1,3%
Otros	7,5%	4,0%	11,5%	5,0%	7,5%	0,0%	6,5%	6,5%	6,1%

Las mayores valoraciones de percepción de la experiencia turística se concentran en la tranquilidad y el descanso, por lo cual al cotejarlo con la motivación podríamos decir que el destino cumple con las expectativas; seguido de la prolijidad, limpieza y orden de la ciudad, la hospitalidad de la gente local y las aguas termales, que en conjunto reúnen el 82,3% de las valoraciones.

3.2 Valoración de lo que menos le gusto del destino (datos obtenidos de encuestas):

LO QUE MENOS LE GUSTO	Verano 2014	Verano 2015	Invierno 2015	Verano 2017	Invierno 2017	Verano 2018	Temporada Media 2018	TOTAL
Nos gustó todo	65,0%	77,0%	0,0%	21,0%	14,0%	23,0%	19,0%	31,3%
Costosa la entrada a termas	7,5%	2,0%	14,0%	7,0%	0,0%	0,0%	4,5%	5,0%
Falta de actividades recreativas y nocturnas	1,5%	0,0%	9,0%	2,0%	2,7%	3,0%	0,0%	2,6%
Pocos lugares gastronómicos y variedad	3,5%	4,0%	12,5%	4,0%	2,3%	3,5%	0,0%	4,3%
Ciudad (calles, iluminación, entre otros)	10,0%	10,0%	19,5%	6,0%	3,6%	4,0%	4,5%	8,2%
Señalización turística	2,0%	0,0%	9,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
No respondieron la pregunta	0,0%	0,0%	0,0%	46,0%	59,4%	50,0%	56,5%	30,3%
Dificultades en actividades comerciales	1,5%	3,0%	11,0%	2,0%	0,0%	3,0%	0,0%	2,9%
Balneario Rocha	3,0%	4,0%	0,0%	2,5%	0,0%	3,0%	0,0%	1,8%
Termas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%	0,0%	0,9%
Otros motivos	6,0%	0,0%	25,0%	9,5%	18,0%	4,5%	15,5%	11,2%

3.3 Indicativos sobre cuestiones que le hubiera gustado encontrar en el destino *(datos obtenidos de encuestas)*:

LE HUBIERA GUSTADO ENCONTRAR EN DESTINO	Verano 2015	Invierno 2016	Verano 2017	Invierno 2017	Verano 2018	TOTAL
Nada en particular	76,0%	9,0%	14,0%	11,7%	14,0%	24,9%
Más actividades recreativas	10,0%	15,5%	16,5%	9,0%	16,5%	13,5%
Más locales y variedad gastronómica	2,0%	9,0%	6,5%	7,2%	6,5%	6,2%
Más actividades comerciales y horarios	4,0%	2,0%	4,5%	2,7%	4,5%	3,5%
Precio más económico de ingreso Termas	4,0%	11,5%	3,5%	0,0%	3,5%	4,5%
Otros motivos	4,0%	0,0%	12,0%	18,7%	12,0%	9,3%
No respondieron la pregunta	0,0%	53,0%	43,0%	50,7%	43,0%	37,9%

Otras indagaciones que permiten obtener datos que integran el presente documento:

4. Ocupación en alojamientos de Villa Elisa: si bien se cuenta con datos de ocupación desde el año 2008, a partir de información proporcionada por los establecimientos de alojamiento en base a la ocupación de la fecha de consulta (presente) o de estimación de reservas (futura), desde abril de 2017 se comenzó a implementar el *Observatorio Estadístico de Ocupación de Alojamientos*. Esta herramienta fue consensuada con aproximadamente 24 propietarios de alojamientos para que proporcionen información real de ocupación de fechas pasadas. En temporadas de alta afluencia turística (enero, febrero, vacaciones de

invierno y fines de semana largo) se toman la totalidad de los días, mientras que el resto del año se toman para la medición de la muestra dos días de cada semana de baja afluencia (lunes y miércoles) uno de afluencia media (viernes) y otro de afluencia alta (sábados). Este observatorio permitió ajustar los datos obtenidos de la muestra.

Datos estadísticos sobre ocupación de alojamientos:

ESTADISTICA DE OCUPACION EN ALOJAMIENTOS DE VILLA ELISA												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	PROMEDIO
Enero	78%	80%	81%	78%	74%	65%	71%	77%	62%	74%	62%	73%
Febrero	84%	73%	80%	75%	77%	63%	70%	75%	67%	76%	71%	74%
Marzo	69%	50%	57%	59%	55%	62%	60%	58%	56%	48%	58%	57%
Abril	50%	61%	62%	55%	74%	54%	65%	55%	43%	54%	46%	56%
Mayo	45%	58%	54%	45%	56%	48%	39%	45%	35%	40%	36%	46%
Junio	35%	34%	39%	41%	44%	42%	38%	43%	46%	33%	35%	39%
Julio	70%	39%	74%	75%	75%	75%	68%	77%	71%	62%	60%	68%
Agosto	73%	58%	57%	49%	53%	52%	61%	49%	51%	45%	52%	55%
Septiembre	68%	46%	57%	58%	57%	57%	63%	55%	55%	54%	57%	57%
Octubre	67%	70%	77%	67%	58%	61%	62%	52%	60%	53%	58%	62%
Noviembre	64%	58%	51%	64%	55%	61%	58%	42%	47%	60%	64%	57%
Diciembre	32%	49%	40%	54%	45%	43%	45%	41%	52%	46%	43%	45%
PROMEDIO	61%	56%	61%	60%	60%	57%	58%	56%	54%	54%	54%	57%

Entre los años 2008 y marzo de 2017 los relevamientos de ocupación de unidades de alojamientos se realizaban consultando, vía telefónica y correo electrónico, sobre reservas de días futuros (datos tentativos), a partir de abril de 2017 con la creación del Observatorio de Ocupación de Alojamientos, estos fueron ajustados a datos reales y confiables de ocupación, relevando el 70% de la unidades de alojamientos habilitados.

5. Ingresos a Termas Villa Elisa

ESTADISTICA INGRESO A TERMAS VILLA ELISA												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	PROMEDIO
Enero	25.972	30.090	35.351	27.632	23.050	23.639	22.631	26.823	22.169	23.553	26.307	
Febrero	30.080	25.367	24.779	23.508	24.239	20.392	19.699	23.859	18.581	20.937	24.241	
Marzo	26.235	14.699	16.689	24.796	14.209	21.945	24.142	19.998	16.060	14.195	19.090	
Abril	11.645	19.595	18.903	19.738	25.767	14.080	18.933	18.638	7.799	17.234	16.331	
Mayo	12.498	18.807	16.919	11.862	12.533	9.853	14.826	14.830	7.491	9.601	9.800	
Junio	6.818	8.602	8.238	8.823	8.084	13.704	10.358	9.015	9.846	7.658	7.314	
Julio	19.682	9.921	22.655	19.829	20.933	20.454	18.637	21.297	20.930	19.123	18.389	
Agosto	27.599	15.866	14.375	11.946	10.922	14.119	17.870	13.558	14.926	12.907	14.351	
Septiembre	16.928	16.325	15.581	14.155	17.165	14.924	15.745	15.949	13.709	13.725	15.916	
Octubre	20.031	23.098	23.731	18.874	15.995	18.218	19.123	17.095	17.528	16.548	18.928	
Noviembre	18.798	16.180	20.454	18.466	17.845	19.987	18.650	18.400	16.183	17.421	18.521	
Diciembre	15.785	16.474	15.977	15.331	13.619	14.731	15.242	18.114	15.449	16.932	17.141	
TOTAL	232.07	215.02	233.65	214.960	204.36	206.04	215.85	217.57	180.67	189.83	206.32	210.580
	1	4	2		1	6	6	6	1	4	9	

Los ingresos al Complejo Termal se toman desde dos perspectivas, una sobre entradas vendidas y otra sobre ingresos generales, éstos últimos contemplan a personas que no abonan entradas como las personas con discapacidad y acompañantes, y a los alojados dentro del complejo que solo abonan la entrada el primer día. Si bien

las entradas vendidas decrecieron especialmente durante los años 2016 y 2017, la ocupación y número de personas alojadas dentro del complejo aumentaron. Factores externos como la incertidumbre de los primeros meses del nuevo gobierno que asumió a fines de 2015 generó una baja de los movimientos turísticos a nivel nacional en el primer semestre de 2016, afectando a nuestro destino, a lo que se sumaron temporadas de situaciones climáticas adversas, cambio favorable para los viajes al exterior, entre otros han sido factores claves en la baja de las entradas vendidas de los últimos dos años. Fuente: Eliana Francou, gerente general Termas Villa Elisa.

6. Arribo de visitantes: estos se calculan en base a la suma de la estimación de turistas y excursionistas en la ciudad de Villa Elisa.

En base a estos datos nos permiten diferenciar la estacionalidad que posee el destino diferenciando en temporada alta (amarillo), la media (verde) y la baja (roja)

ARRIBOS DE VISITANTES												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	PROMEDIO
Enero	14.875	15.964	13.884	18.682	15.576	16.008	16.729	17.764	13.395	15.188	15.231	15.754
Febrero	20.429	14.454	12.861	14.057	17.038	14.484	12.892	18.338	12.708	14.027	15.990	15.207
Marzo	15.616	8.126	8.490	14.563	11.123	15.091	15.263	12.853	12.144	10.328	11.573	12.288
Abril	7.940	14.837	12.436	12.482	16.466	10.053	14.046	11.241	7.221	10.781	11.351	11.714
Mayo	7.410	12.384	11.218	8.330	11.099	9.115	9.187	10.305	7.503	7.653	7.652	9.260
Junio	6.469	6.032	7.404	8.050	8.966	10.280	9.039	8.685	8.373	7.151	6.468	7.902
Julio	13.685	8.569	14.358	15.513	16.327	16.819	14.467	17.472	16.579	15.037	13.995	14.802
Agosto	18.393	12.590	11.830	9.332	11.003	10.005	14.636	10.447	9.671	10.077	10.530	11.798
Septiembre	11.832	10.407	10.701	9.466	12.172	12.393	13.108	11.327	10.294	11.185	11.152	11.289
Octubre	14.064	17.672	16.306	13.980	12.677	14.129	12.898	12.446	13.437	10.798	12.923	13.841
Noviembre	11.008	8.846	11.860	9.094	11.530	12.950	12.237	9.246	10.506	13.112	13.667	11.039
Diciembre	5.455	6.466	8.134	9.362	10.270	10.743	9.252	9.591	12.183	10.076	9.183	9.153
TOTALES	147.176	136.347	139.482	142.911	154.247	152.070	153.754	149.715	134.014	135.413	139.715	

Los números más bajos de arribos se dieron en 2009, 2016, 2017 y entre abril y junio de 2018, debido a factores de inestabilidad económico financiera del país. En los primeros 6 meses de 2016 por el efecto incertidumbre de las medidas económico-financiera del nuevo gobierno, situación que se repite en los últimos meses que se transitan de 2018.

Los promedios de arribos marcan las estacionalidades, alta para los meses de enero, febrero y julio; media para los meses de marzo, abril, agosto, septiembre, octubre y noviembre y baja para los meses de mayo, junio y diciembre.

7. Ingresos a Termas Villa Elisa por segmentos etarios:

PROMEDIO INGRESOS A TERMAS POR SEGMENTOS ETARIOS	
Período de evaluación 2002 a 2018	
Niños (3 a 10 años)	12%
Jubilados/Pensionados/Retirados	19%
General	69%

El segmento de entradas generales (desde 11 años hasta edad jubilatoria, pensión o retiro) es altamente mayoritario en los ingresos, representando el 69% de los mismos. Se observa que el segmento de adultos mayores es relativamente bajo, pudiendo significar un mercado potencial de interés para el destino para aumentar las temporadas de baja afluencia de visitantes y aumentar el tamaño de los grupos (muchos de ellos viajan en excursiones grupales).

8. Variación de plazas de alojamientos habilitados:

VARIACION PLAZAS DE ALOJAMIENTOS HABILITADAS	
Año	Plazas
2008	1.711
2009	1.771
2010	1.825
2011	1.810
2012	1.923
2013	1.971
2014	1.954
2015	1.888
2016	1.881
2017	1.890
2018	1.769
2019	1.759

La variación de la oferta de plazas en los últimos 10 años ha sido muy variable, pasando de 1.711 en el año 2008 a 1.971 en 2013 y arribando a 2018 con 1.769. La disminución se dio principalmente por factores como: reducción de las plazas disponibles en los 102 bungalows del complejo termal, las que fueron ajustadas para mejorar la disponibilidad de espacios en los mismos y la satisfacción de los huéspedes, baja de algunos establecimientos de categorías inferiores, bajas producto de la situación económica general del país, entre otros.

9. Gasto Turístico:

	GASTO TURISTICO ESTIMADO	Valor en dólar estadounidense*
2008	\$ 43,830,000	U\$S 12,631,124
2009	\$ 45,030,000	U\$S 11,757,180
2010	\$ 62,200,000	U\$S 15,511,222
2011	\$ 99,400,000	U\$S 23,009,259
2012	\$ 122,541,000	U\$S 24,906,707
2013	\$ 158,674,000	U\$S 24,299,234
2014	\$ 198,483,000	U\$S 23,133,216
2015	\$ 237,000,000	U\$S 17,647,059
2016	\$ 317,000,000	U\$S 19,447,853
2017	\$ 387,662,000	U\$S 20,424,763
2018	\$ 514,077,611	U\$S 13,422,392
2019	\$747.460.029	U\$S 11,864,445

*Valores que surgen de la cotización tomada en base al valor oficial (precio de venta) de la moneda norteamericana correspondiente al último día hábil de diciembre de cada año.