

## Informe de resultados de encuesta turística 2026

Encuesta a turistas alojados en febrero, marzo y abril 2026.

Observatorio Turístico.

### 1. Introducción

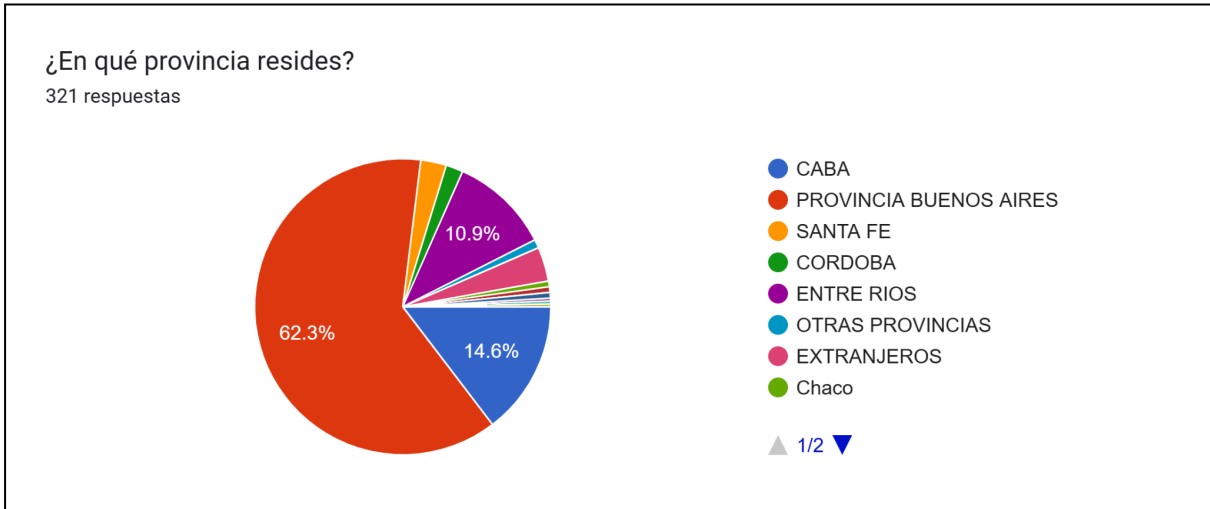
Durante los meses de febrero, marzo y abril de 2026, la Dirección de Turismo de Villa Elisa realizó un relevamiento mediante encuestas digitales a turistas alojados en la ciudad, con el objetivo de conocer el perfil del visitante, sus motivaciones de viaje, comportamiento turístico y nivel de satisfacción con el destino.

El estudio constituye una herramienta fundamental para la toma de decisiones basadas en evidencia y para el seguimiento de la evolución turística local, donde se analizaron **321** encuestas válidas, número que permite obtener tendencias representativas del comportamiento turístico del período.

### 2. Procedencia del visitante

Los resultados confirman que Villa Elisa se destaca principalmente como un destino regional de cercanía. La distribución aproximada de procedencia se centra en la Provincia de Buenos Aires (62%), CABA (15%), Entre Ríos (11%), otras provincias como Córdoba, Santa Fé y extranjeros mayormente uruguayos (12%).

El destino mantiene una fuerte dependencia del mercado **bonaerense** y del turismo **interno** nacional, caracterizado por viajes cortos, repetición de visitas y decisiones de viaje cercanas a la fecha de salida.

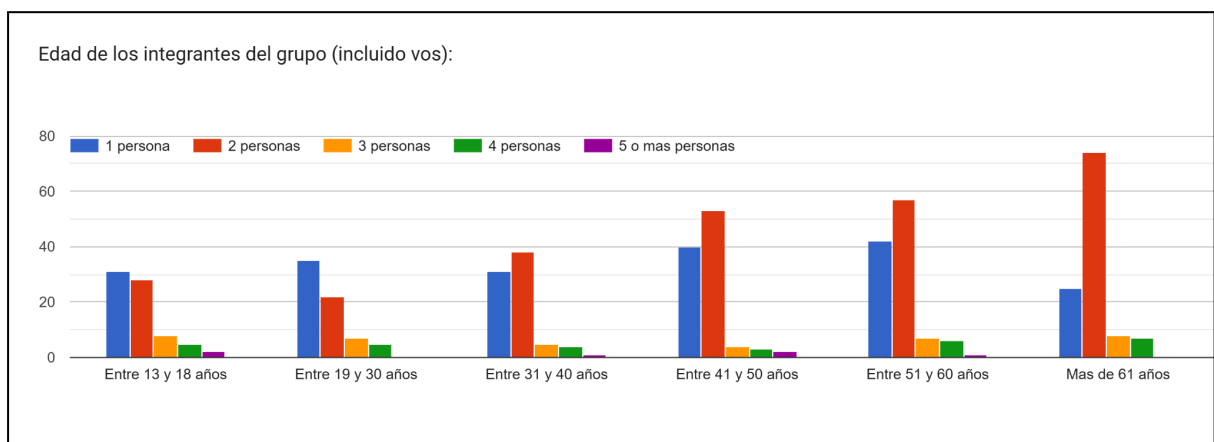


### 3. Perfil del turista

El visitante predominante corresponde a un público adulto, mayor concentración entre **35 y 65 años**, predominio de parejas y familias pequeñas, baja participación del segmento joven.

El tamaño reducido de los grupos confirma un perfil orientado al descanso y al bienestar, más que al turismo masivo o de eventos.

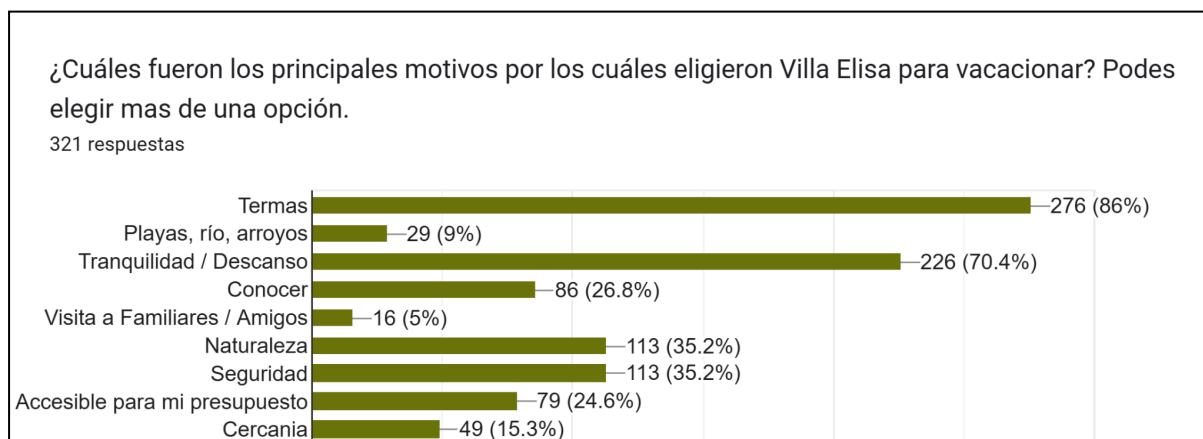
Un aspecto destacado es la importante presencia de visitantes repetidores, lo que refleja altos niveles de satisfacción y fidelización hacia el destino.



#### 4. Motivaciones del viaje

El principal motivo de visita continúa siendo el disfrute del complejo termal, acompañado por descanso y relajación, desconexión de la rutina, contacto con la naturaleza.

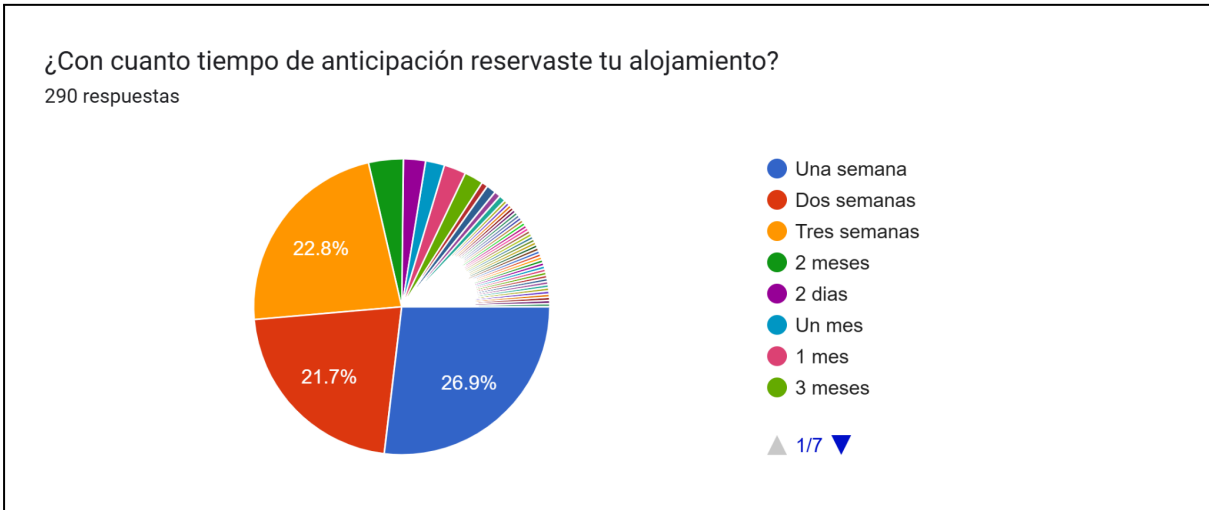
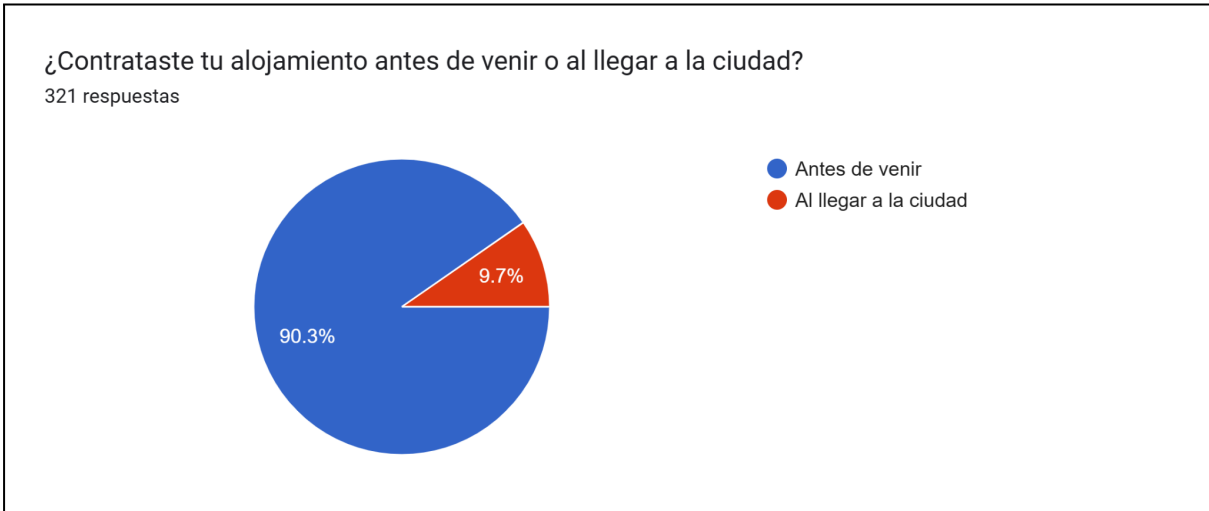
Las termas traccionan como el producto turístico central, generador de la mayor parte del flujo turístico hacia la ciudad. Villa Elisa se posiciona claramente como destino de bienestar.



#### 5. Planificación del viaje y comportamiento de reserva

El relevamiento muestra un visitante **altamente** planificado lo que indica que el destino no depende del turismo espontáneo, sino de decisiones previamente evaluadas.

- **90% reserva** su alojamiento antes de viajar.
- La anticipación promedio de reserva se ubica entre **1 y 3 semanas**.

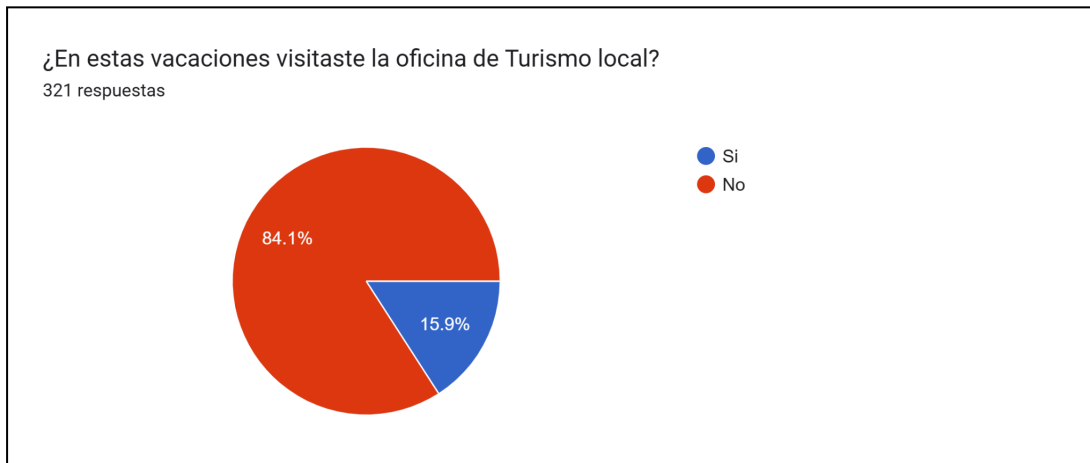


## 6. Canales de información y digitalización

Los principales **medios** utilizados para elegir el **destino** y el **alojamiento** fueron **plataformas online** como Google, Turismo Entre Ríos<sup>1</sup>, Booking, redes sociales (Instagram y Facebook), recomendaciones personales.

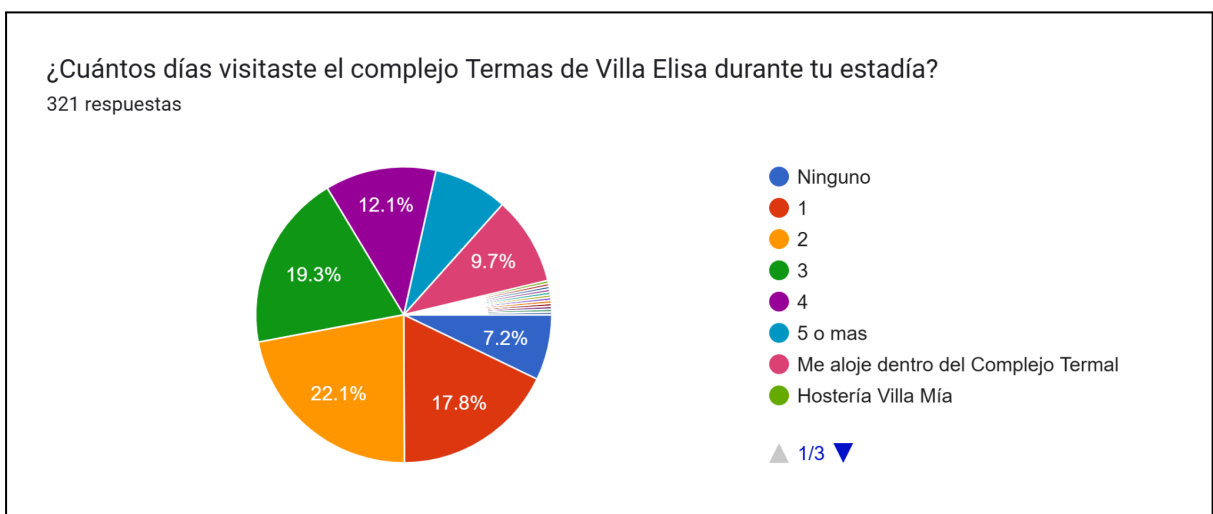
<sup>1</sup> Plataforma portal turistico: <https://www.turismoentrerios.com/>

Otro dato destacado es que sólo **16%** de los turistas **visitó** la Oficina de Turismo de manera presencial, lo que permite concluir que el turista llega informado y con decisiones tomadas, evidenciando una transformación hacia un destino digital, donde la presencia online resulta determinante.

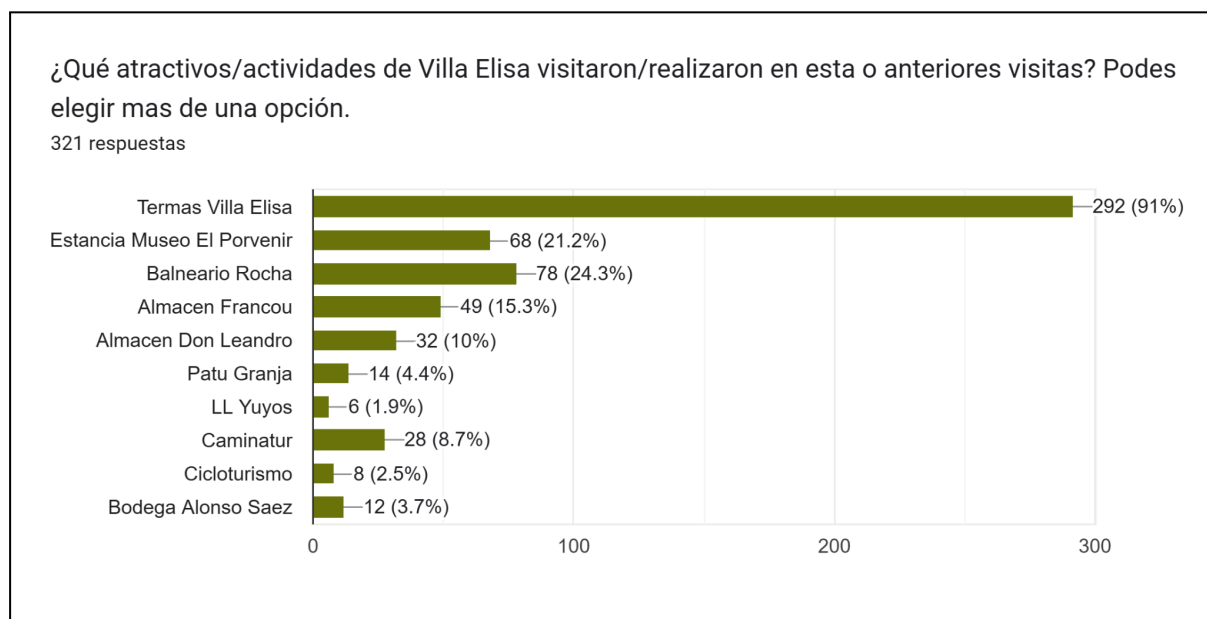


### 7. Experiencia durante la estadía

La mayoría de los visitantes asistió al complejo termal entre 2 (22%) y 3 (19%) días durante su permanencia.



Los atractivos complementarios más mencionados fueron Balneario Municipal El Rocha, Museo Estancia el Porvenir, entre otros como se puede ver en el gráfico. Esto confirma que la experiencia turística continúa estructurada alrededor del producto termal.



## 8. Evaluación general del destino

Los niveles de satisfacción registrados son elevados. Donde los aspectos mejor valorados fueron **tranquilidad, seguridad, limpieza urbana, calidad ambiental, hospitalidad local**. Lo cual indica que Villa Elisa mantiene coherencia entre la expectativa del visitante y la experiencia real ofrecida.

## 9. Demandas y oportunidades detectadas

Ante la consulta sobre atractivos o servicios deseados, en una pregunta abierta de la encuesta, los turistas señalaron principalmente que no se detecta

necesidad de nuevos atractivos principales, sino de diversificación de la oferta existente para complementar la visita a las termas.

*(Síntesis de respuestas abiertas)*

- Mayor variedad gastronómica
- Actividades culturales y recreativas
- Propuestas nocturnas tranquilas
- Excursiones y experiencias de naturaleza

## 10. Percepción de evolución del destino

Entre quienes reiteraron su visita, la evaluación general es positiva en los siguientes aspectos:

- Mejoras en infraestructura
- Crecimiento turístico ordenado
- Mantenimiento del perfil tranquilo del destino

Las observaciones de mejora se orientan principalmente a ampliar propuestas recreativas fuera del complejo termal.

## 11. Análisis estratégico integral

El análisis combinado de datos **cuantitativos y cualitativos** permite definir con claridad el modelo turístico local donde Villa Elisa se presenta como un destino termal consolidado, altamente fidelizado, orientado al bienestar adulto, con fuerte posicionamiento regional, y con buena reputación digital.

El principal desafío ya no consiste en atraer turistas, sino en aumentar la permanencia promedio, diversificar experiencias, fortalecer la complementariedad entre prestadores, generar mayor actividad turística fuera del complejo termal.

## 12. Conclusiones

Los resultados del relevamiento evidencian un destino turístico sólido, con altos niveles de satisfacción y una identidad claramente reconocida por sus visitantes.

Villa Elisa cuenta con bases favorables para avanzar hacia una nueva etapa de desarrollo turístico basada en la gobernanza colaborativa y la toma de decisiones sustentada en datos.

El visitante llega motivado por las termas; el crecimiento futuro dependerá de la capacidad del sistema turístico local para ampliar la experiencia integral del destino.

Observatorio Turístico  
Dirección de Turismo de Villa Elisa  
Lic. Alejo Taffarel  
17/04/2026