



INFORME ESTADÍSTICO TRIMESTRAL

**1° TRIMESTRE 2026
ENERO- FEBRERO- MARZO**

1. Introducción

El presente informe ofrece un análisis de la actividad turística en San Fernando del Valle de Catamarca durante el 1º Trimestre del año 2026, comprendiendo los meses de **enero, febrero y marzo**. Su objetivo principal es evaluar el desempeño del sector turístico en este período especial del año, identificando tendencias, patrones de comportamiento de los visitantes y áreas de mejora en comparación con el mismo fin de semana del año anterior.

Este análisis se sustenta en datos recopilados por el Observatorio de Turismo Municipal, incluyendo encuestas a turistas, registros de ocupación hotelera y estadísticas de eventos culturales y recreativos realizados en la ciudad durante estas fechas. Asimismo, se incluye un enfoque comparativo que permite medir los avances y desafíos en el posicionamiento de San Fernando del Valle de Catamarca como un destino turístico atractivo y competitivo.

2. Aspectos Metodológicos

Durante el análisis de resultados es importante contar con metodologías y técnicas sólidas, que permitan construir información confiable y posibilite la toma de decisiones asertivas. Las metodologías empleadas se decidieron en función de los diferentes aspectos y dimensiones de las unidades de análisis, considerando los recursos disponibles. A continuación se presenta un resumen de las consideraciones metodológicas.

Tasa de Ocupación Hotelera:

Es un indicador que mide el porcentaje de habitaciones ocupadas en alojamientos registrados, en relación con el total de habitaciones disponibles en el destino bajo estudio para un periodo predeterminado¹.

- Tipo de estudio: Censal.
- Unidad de análisis: Alojamientos registrados y habilitados por la autoridad de aplicación de la normativa provincial².
- Variables de investigación: Categoría del establecimiento, disponibilidad de habitaciones y plazas, ocupación de habitaciones y plazas.
- Periodicidad del estudio: Semanal.
- Instrumento de recolección de datos: Encuestas presencial y telefónica.

Fórmula: ***Tasa de O.H. = $(\sum Hab. ocupadas en el destino / \sum Hab. disponibles en el destino) * 100$***

Gasto Promedio Diario:

El indicador de Gasto Promedio Diario representa el promedio estimado del gasto que realiza un visitante en el destino por día, y constituye una variable clave para la estimación del impacto económico de la actividad turística.

En este caso, la información fue recolectada directamente de los prestadores de servicios turísticos de San Fernando del Valle de Catamarca, a través de un formulario digital de carga diseñado por el Observatorio de Turismo Municipal. Esta herramienta, permitió además georreferenciar a cada prestador, facilitando la organización espacial de la oferta de servicios y fortaleciendo el análisis territorial de los datos.

El relevamiento incluyó establecimientos vinculados a gastronomía, alojamiento y servicios complementarios.

Impacto Económico:

¹ "Propuestas metodológicas para las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos". Dirección Nacional de Mercados y Estadística - Subsecretaría de Desarrollo Estratégico. Ministerio de Turismo y Deporte. Dic 2021.

² Dirección Provincial de Calidad Turística - Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte. Gobierno de Catamarca

Se trata de una estimación que se realiza sobre algunas variables de ingreso que alimentan el modelo. Se emplea a los fines de establecer una aproximación sobre el impacto económico que se genera en un destino durante en un periodo predeterminado, a partir de la actividad turística. Es importante mencionar que debe ser tratado y entendido con la premura que requiere cualquier indicador cuantitativo que resulte a partir de una estimación.

Para alimentar el modelo de estimación se utilizan datos numéricos de las siguientes variables:

- Sumatoria de plazas disponibles en el destino (solo de alojamientos registrados y habilitados).
- Duración del evento o periodo de análisis.
- Sumatoria de pernóctes en oferta para el periodo.
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo.
- Pernóctes consumidos.
- Estadía promedio.
- Sumatoria de turistas alojados en establecimientos registrados.
- Proporción de excursionistas
- Sumatoria de visitantes arribados.
- Gasto diario promedio estimado para el destino.

Perfil del Visitante:

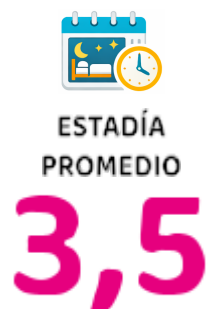
Se trata de un estudio para la caracterización de la demanda turística o del perfil del visitante, y constituye un insumo esencial para conocer características generales de las personas que arriban a nuestro destino con fines turísticos. Abordar este estudio tiene complejidades particulares desde el punto de vista de la metodología de investigación y teoría estadística, por lo que es necesario clarificar algunas cuestiones:

- Tipo de estudio: Muestral
- Universo teórico: Visitantes arribados al destino San Fernando del Valle de Catamarca.
- Población objetivo: Visitantes³ que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal, desde el 1 al 31 de enero de 2026.
- Unidad de análisis: Visitantes.
- Unidad de relevamiento: Grupos de viaje que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal, desde el 1 al 31 de enero de 2026.
- Informante: Cualquier integrante del grupo de viaje en condiciones y con la predisposición de brindar información.
- Selección muestral: Muestra aleatoria simple sobre supuesto de población infinita
- Nivel de confianza: 90%
- Margen de error estadístico: 3%
- Dispersión en la variable a estimar: 50%
- Ecuación para establecer tamaño de la muestra⁴: $N = (Z^2 PQ) / E^2$
- Principales variables de investigación: Procedencia, grupo de viaje, motivo de visita, edad promedio, medio de transporte, valoración de aspectos diversos del destino, etc.
- Instrumento de recolección de datos: encuesta presencial.

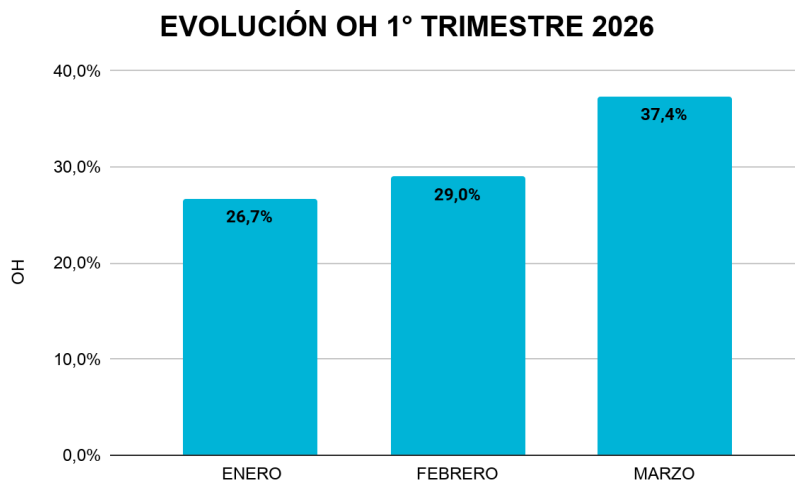
³ Revisar la literatura específica para clarificar sobre las limitaciones conceptuales necesarias en estudios de perfil del visitante.

⁴ N = tamaño de la muestra. Z = valor estandarizado para el nivel de confianza deseado. P = proporción estimada (o la probabilidad del suceso). E = margen de error porcentual deseado dividido por 100.

3. Ocupación Hotelera (OH), Estadía Promedio y Total de Visitantes.

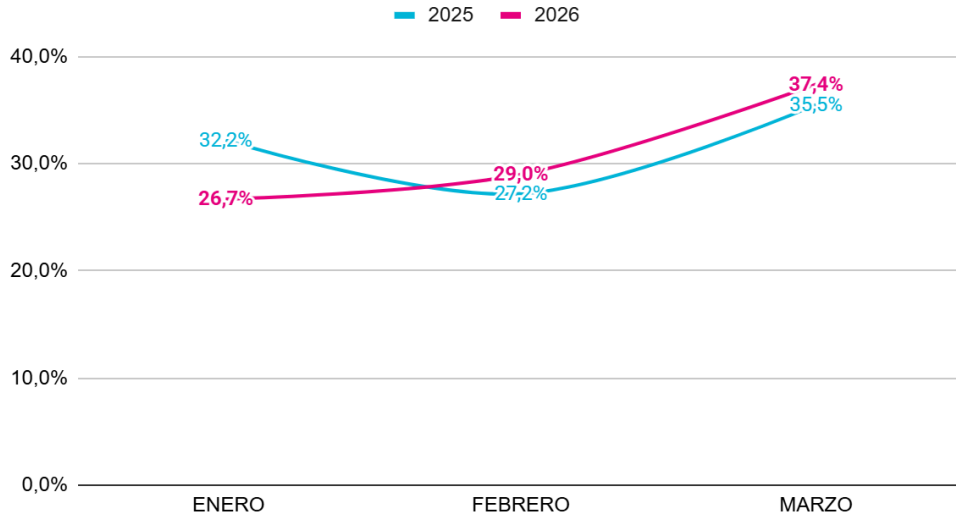


OCUPACIÓN HOTELERA 1° TRIMESTRE 2026	
MES	OH
ENERO	26,7%
FEBRERO	29,0%
MARZO	37,4%
Promedio Gral.	31,0%



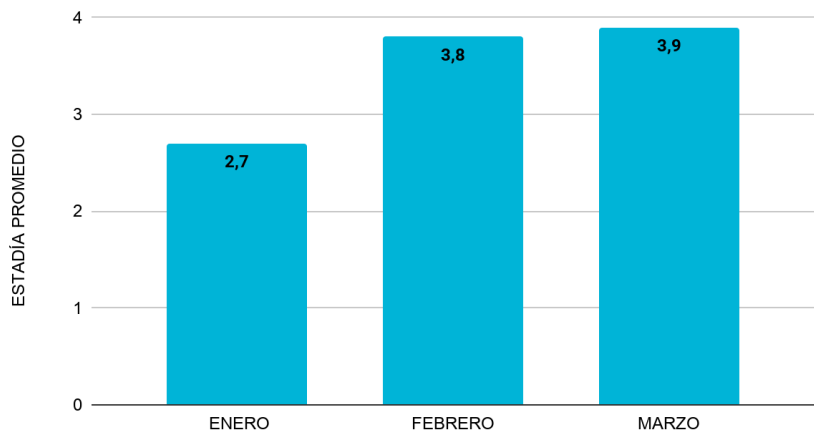
COMPARACIÓN OCUPACIÓN HOTELERA 25/26			
MES	2025	2026	VARIACIÓN
ENERO	32,2%	26,7%	-17,1%
FEBRERO	27,2%	29,0%	6,6%
MARZO	35,5%	37,4%	5,4%
PROM. GRAL.	31,6%	31,0%	-1,7%

COMPARACIÓN OH 2025-2026



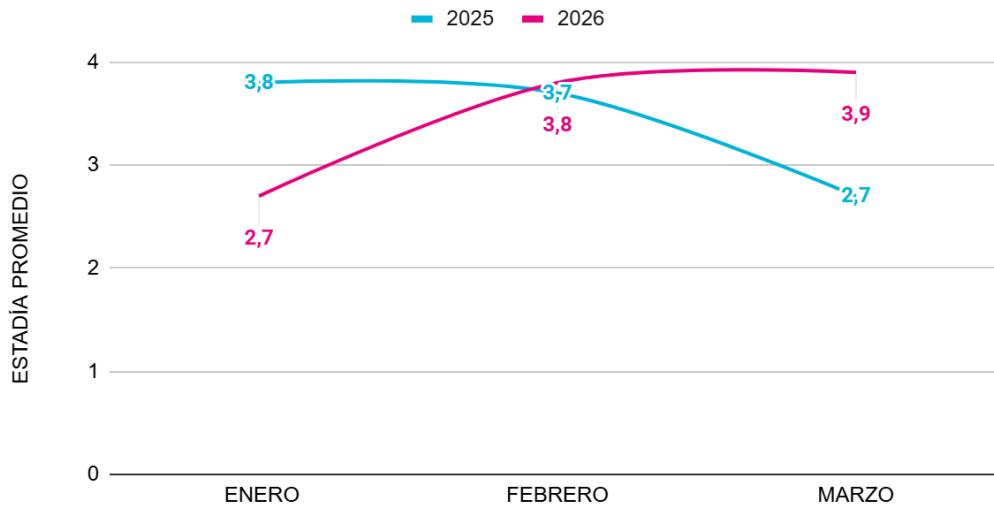
ESTADÍA PROMEDIO 1° TRIMESTRE 2026	
MES	ESTADÍA PROMEDIO
ENERO	2,7
FEBRERO	3,8
MARZO	3,9
Promedio Gral.	3,5

EVOLUCIÓN ESTADÍA PROMEDIO 1° TRIMESTRE



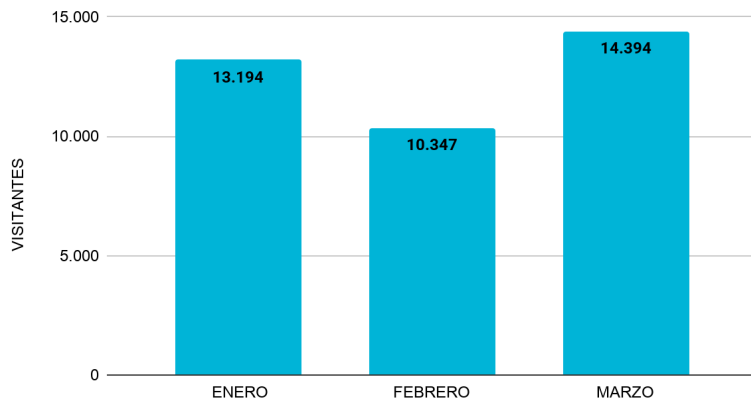
COMPARACIÓN ESTADÍA PROMEDIO 25/26			
MES	2025	2026	VARIACIÓN
ENERO	3,8	2,7	-28,9%
FEBRERO	3,7	3,8	2,7%
MARZO	2,7	3,9	44,4%
PROM. GRAL.	3,4	3,5	2,0%

COMPARACIÓN ESTADÍA PROMEDIO 2025/2026 1° TRIMESTRE



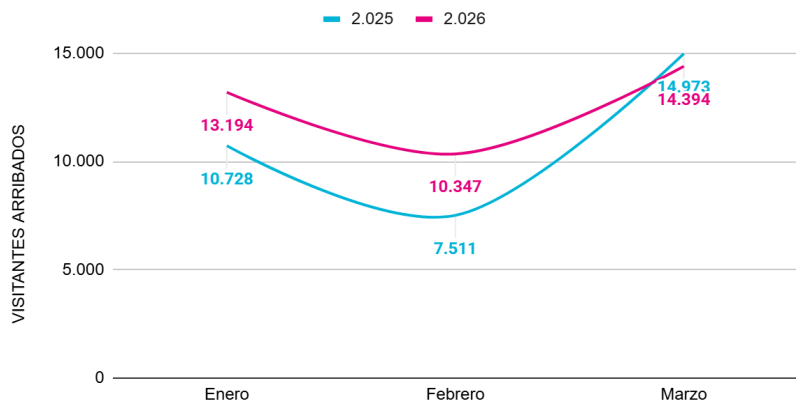
VISITANTES ARRIBADOS 1° TRIMESTRE 2026	
MES	VISITANTES
ENERO	13.194
FEBRERO	10.347
MARZO	14.394
TOTAL	37.935

VISITANTES ARRIBADOS 1° TRIMESTRE 2026



COMPARACIÓN VISITANTES ARRIBADOS		
MES	2.025	2.026
ENERO	10.728	13.194
FEBRERO	7.511	10.347
MARZO	14.973	14.394
TOTAL	33.212	37.935

COMPARACIÓN VISITANTES ARRIBADOS 1° TRIMESTRE 2026



4. Gasto Promedio Diario e Impacto Económico



GASTO PROMEDIO DIARIO

\$144.113

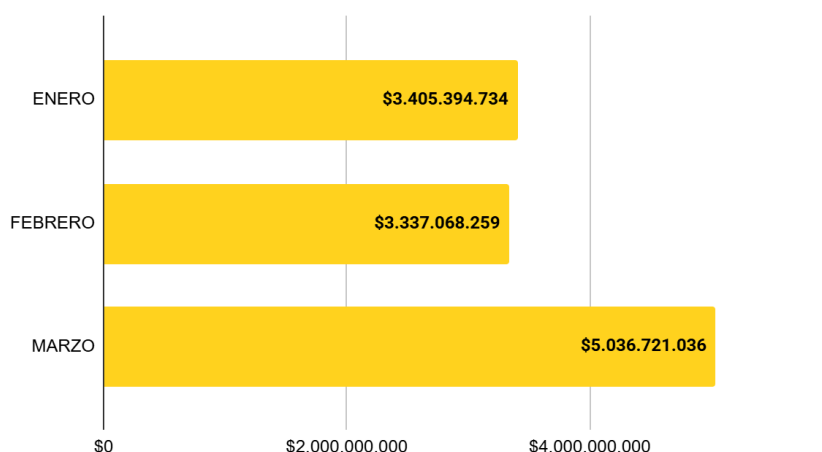


IMPACTO ECONÓMICO

\$11.779.184.029

IMPACTO ECONÓMICO 1° TRIMESTRE 2026	
MES	IMPACTO ECONÓMICO (\$)
ENERO	\$3.405.394.734
FEBRERO	\$3.337.068.259
MARZO	\$5.036.721.036
TOTAL	\$11.779.184.029

IMPACTO ECONÓMICO 1° TRIMESTRE 2026

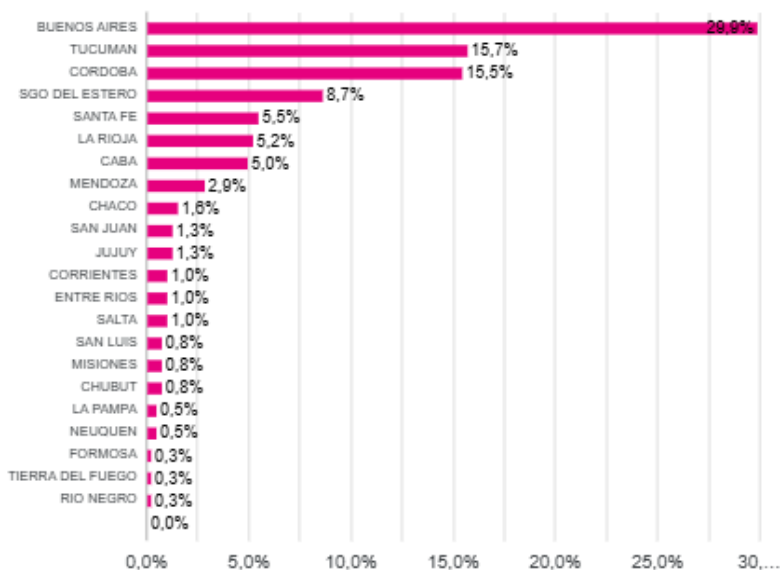


5. Perfil del Visitante

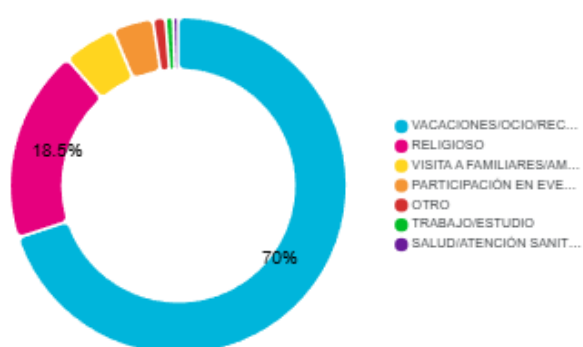
PROCEDENCIA



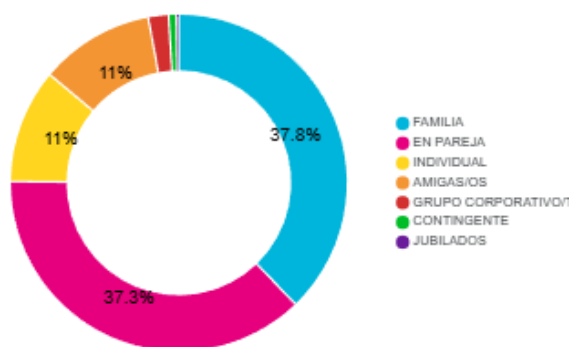
PROVINCIA DE ORIGEN - TURISTAS NACIONALES



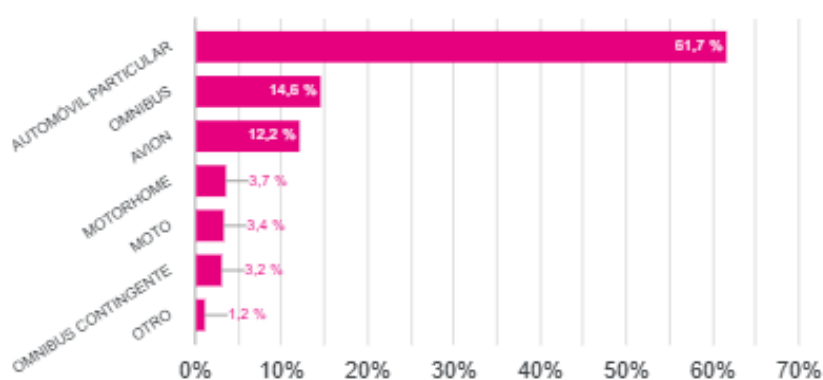
PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA



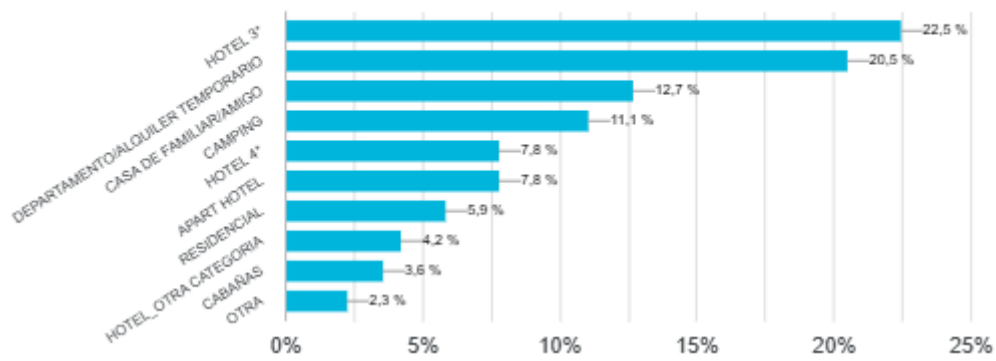
GRUPO DE VIAJE



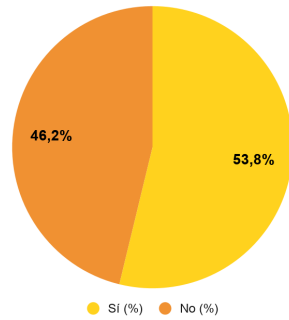
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



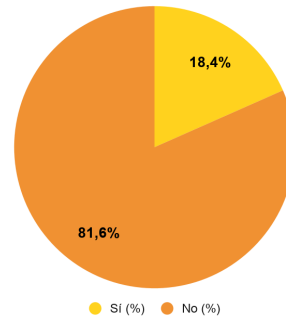
TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



VALORACIÓN DEL DESTINO

PROCEDECENCIA	Alojamiento	Gastronomía	Precio/ Calidad	Hospitalidad	Información turística	Señalética y Cartelería de acceso	Oferta cultural y de entretenimiento	Estadía general
INTERNACIONAL	4,30	4,30	4,20	4,59	4,55	4,16	4,32	4,47
NACIONAL	4,23	4,22	4,15	4,46	4,36	4,07	4,26	4,34
PROVINCIAL	4,29	4,19	3,93	4,57	4,34	4,14	4,29	4,43
Promedio Gral.	4,24	4,22	4,14	4,46	4,37	4,07	4,26	4,35

Escala de Valoración Cuantitativa:

- Entre 1,00 y 3,99
- Entre 4,00 y 4,49
- Entre 4,50 y 5,00

Escala de Valoración Cualitativa:

- 1 = Muy Mala
- 2 = Mala
- 3 = Regular
- 4 = Buena
- 5 = Excelente

6. Ingresos y afluencias en atractivos

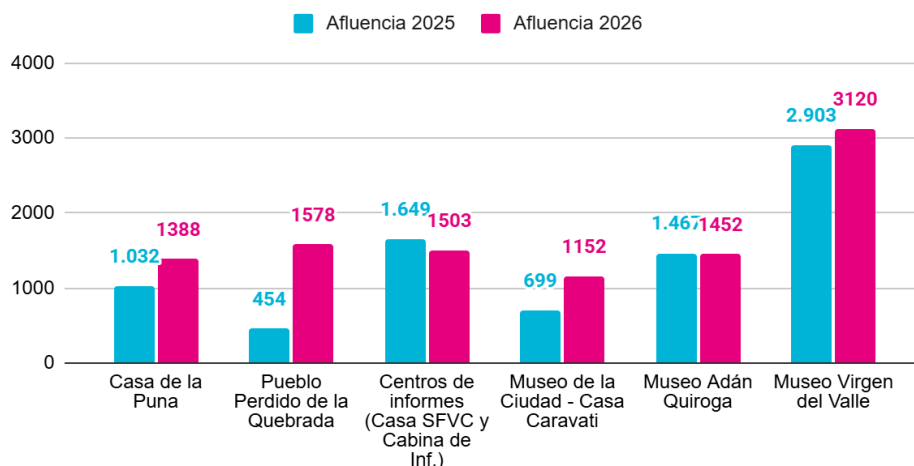
AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORMES - TOTAL PRIMER TRIMESTRE 2026

Atractivos - Centros de informes		Visitantes			Total General
		Enero	Febrero	Marzo	
Propios	Centro de informe "Casa de SFVC	8	8	6	4.469
	Centro de Informes "Plaza 25 de Mayo"	567	474	440	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	555	434	589	
	Casa de La Puna	509	308	571	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	493	389	270	5.724
	Museo Adán Quiroga	579	393	480	
	Museo de la Virgen del Valle	1.286	840	994	

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME Primer Trimestre 2025 Vs. Primer Trimestre 2026

Atractivos - Centros de informes	Afluencia 2025	Afluencia 2026	Variación %
Casa de la Puna	1.032	1388	34,50%
Pueblo Perdido de la Quebrada	454	1578	247,58%
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	1.649	1503	-8,85%
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	699	1152	64,81%
Museo Adán Quiroga	1.467	1452	-1,02%
Museo Virgen del Valle	2.903	3.120	7,48%
TOTAL	8.204	10193	24,24%

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME Primer Trimestre 2025 Vs. Primer Trimestre 2026



ACTIVIDADES PROPUESTAS EN ATRACTIVOS

Fecha	Atractivo	Actividad	Cantidad de residentes	Cantidad de turistas	Total de asistentes	Capacidad
6/01/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Safari fotográfico	23	2	25	30
9/01/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller de cerámica precolombina	24	3	27	30
9/01/2026	Casa de la Puna	Feria SFVC Artesanía y Diseño	100	20	120	200
9/01/2026	Casa de la Puna	Taller de danza "Santo Remedio: todo se cura bailando"	24	6	30	30
16/01/2026	Casa de la Puna	Taller de cerámica	19	2	21	25
17/01/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Paleojuegos para las infancias	23	7	30	30
23/01/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller de cerámica	13	2	15	20
23/01/2026	Casa de la Puna	Feria de SFVC Artesanía y Diseño	160	30	190	200
30/01/2026	Jumeal	Clase de yoga			20	40
20/01/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Safari fotográfico	22	2	24	30
23/01/2026	Casa de la Puna	Taller de danza "Ritmo			96	100

		y tradición"				
31/01/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Teatro para la familia	15	10	25	30
30/01/2026	Casa de la Puna	Taller de marroquinería "Llevando tu identidad"			30	30
6/02/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller de Cerámica	7	3	10	20
6/02/2026	Casa de la Puna	Taller de cerámica para infancias			23	15
7/02/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller de Paleojuego	20	5	25	30
14/02/2026	Casa de la Puna	Taller de instrumentos de carnaval	32	8	40	40
14/02/2026	Casa de la Puna	Feria SFVC	180	40	220	300
15/02/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Aloja de algarroba	14	6	20	20
16/02/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Aloja de algarroba	20	15	35	35
21/03/2026	Casa de la Puna	Feria			250	
21/03/2026	Casa de la Puna	Taller de danza folclórica (zamba)	50	10	60	100
22/03/2026	Casa de la Puna	Feria			170	
22/03/2026	Casa de la Puna	Taller de danza folclórica (cueca)	35	5	40	100
22/03/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Safari Fotográfico	21	4	25	30
23/03/2026	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller de vainas de cuero	15	4	19	20

Actividades en Atractivos	Porcentaje promedio de Turistas	Porcentaje promedio de Residentes
Casa de la Puna	16,8%	83,2%
Pueblo Perdido de la Quebrada	24,2%	75,8%

El informe estadístico correspondiente al **primer trimestre de 2026** analiza el desempeño de la actividad turística en San Fernando del Valle de Catamarca durante los meses de enero, febrero y marzo, a partir de datos relevados por el Observatorio de Turismo Municipal sobre ocupación hotelera, perfil de visitantes, impacto económico y afluencia en atractivos turísticos.

En relación con la ocupación hotelera, el trimestre registró un promedio general de **31,0%**, con marzo como el mes de mayor ocupación al alcanzar **37,4%**. En la comparación interanual, febrero mostró un incremento del **6,6%** y marzo del **5,4%**, mientras que enero presentó una disminución del **17,1%** respecto de 2025. El promedio general del trimestre evidenció una variación de **-1,7%** en comparación con el mismo período del año anterior.

La estadía promedio del visitante fue de **3,5 noches**, superando levemente el promedio general de 2025. Marzo presentó el valor más elevado con **3,9 noches**, registrando además la mayor variación interanual positiva con un aumento del **44,4%**. Por su parte, enero mostró una caída del **28,9%** en relación con el año anterior.

Durante el primer trimestre arribaron a la ciudad **37.935 visitantes**, cifra superior a los **33.212 visitantes** registrados en el mismo período de 2025. Enero y febrero reflejaron incrementos respecto del año anterior, alcanzando **13.194** y **10.347 visitantes** respectivamente, mientras que marzo contabilizó **14.394 visitantes**.

En términos económicos, el impacto estimado de la actividad turística durante el trimestre ascendió a **\$11.779.184.029**. Marzo fue el mes de mayor incidencia económica, con un impacto de **\$5.036.721.036**, seguido de enero con **\$3.405.394.734** y febrero con **\$3.337.068.259**.

Respecto al perfil y valoración del destino, las evaluaciones generales otorgadas por visitantes internacionales, nacionales y provinciales se ubicaron en rangos positivos, con un promedio general de **4,35 puntos** sobre 5. Los aspectos mejor valorados fueron la **información turística**, con un promedio de **4,46**, y la **señalética y cartelería de acceso**, con **4,37**. La valoración general más alta correspondió a los visitantes internacionales, quienes calificaron la estadía general con **4,47 puntos**.

En cuanto al perfil del visitante, se destacó una marcada presencia de turistas nacionales, que representaron el **92,9%** del total relevado. Entre las principales provincias de origen sobresalió **Buenos Aires con el 29,9%**, seguida por **Tucumán con el 15,7%**, **Córdoba con el 15,5%**, **Santiago del Estero con el 8,7%** y **Santa Fe con el 5,5%**. El principal motivo de visita fue vacaciones, ocio y recreación, opción elegida por el **70%** de los visitantes, mientras que el **18,5%** indicó motivos religiosos y otro grupo señaló visitas familiares. Respecto a la composición del grupo de viaje, predominó el viaje en pareja con el **37,3%**, seguido por viajes familiares con el **27,8%**, mientras que los viajes individuales y con amigos representaron ambos el **11%**.

En relación con el medio de transporte utilizado, el automóvil particular fue el principal medio de arribo con el **66,7%**, seguido por el ómnibus con el **14,6%** y el avión con el **2,2%**. En cuanto al alojamiento elegido, el **22,5%** optó por hoteles tres estrellas, el **20,5%** por departamentos o alquileres temporarios y el **12,7%** por casas de familiares o amigos. Además, el **53,8%** de las personas encuestadas manifestó visitar la ciudad por primera vez, mientras que únicamente el **18,4%** afirmó haber considerado otros destinos antes de elegir San Fernando del Valle de Catamarca.

En cuanto a la afluencia en atractivos y centros de informes turísticos, el trimestre registró un total de **10.193 visitantes**, lo que representó una variación positiva del **24,24%** respecto de 2025. Entre los espacios con mayor crecimiento se destacó **Pueblo Perdido de la Quebrada**, con un incremento del **247,58%**, seguido por el **Museo de la Ciudad - Casa Caravati**, con una suba del **64,81%**, y la **Casa de la Puna**, con un aumento del **34,50%**.

El informe también detalla la realización de actividades culturales, recreativas y talleres en atractivos turísticos de la ciudad, principalmente en la Casa de la Puna y Pueblo Perdido de la Quebrada. En estos espacios, la participación estuvo compuesta mayoritariamente por residentes locales, quienes representaron el **83,2%** de los asistentes en la Casa de la Puna y el **75,8%** en Pueblo Perdido de la Quebrada, mientras que los turistas representaron el **16,8%** y **24,2%** respectivamente.

Equipo Técnico
Observatorio de Turismo Municipal

Dir. Gral. de Turismo
Sec. Turismo y Desarrollo Económico

Municipalidad de La Capital