



OBSERVATORIO  
DE TURISMO  
MUNICIPAL

# INFORME ESTADÍSTICO ENERO 2026

EL  
VERANO  
VA CON VOS

 Catamarca  
Capital.



SAN FERNANDO  
DEL VALLE DE  
CATAMARCA

## 1. Introducción

El presente informe ofrece un análisis de la actividad turística en San Fernando del Valle de Catamarca durante el mes de enero comprendido entre el **1 al 31 de enero de 2026**. 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 predeterminado<sup>1</sup>.

- Tipo de estudio: Censal.
- Unidad de análisis: Alojamientos registrados y habilitados por la autoridad de aplicación de la normativa provincial<sup>2</sup>.
- 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. = ( $\Sigma$ Hab. ocupadas en el destino/ $\Sigma$ 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:

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 pernoctes en oferta para el periodo.
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo.
- Pernoctes consumidos.
- Estadía promedio.
- Sumatoria de turistas alojados en establecimientos registrados.
- Proporción de excursionistas

<sup>1</sup> "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.

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

- 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:

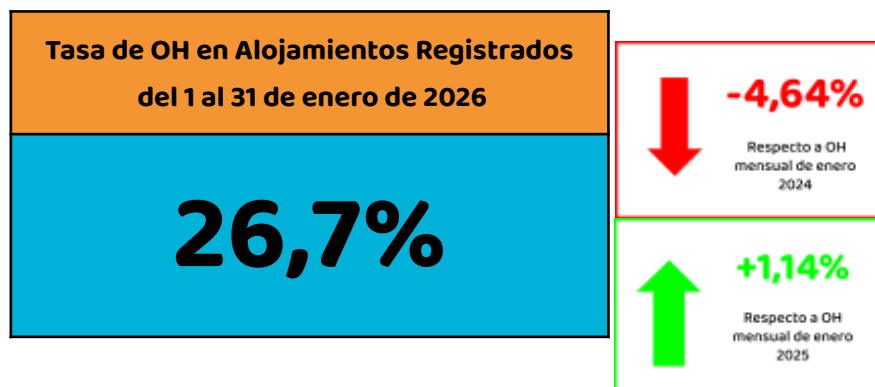
- Tipo de estudio: Muestral
- Universo teórico: Visitantes arribados al destino San Fernando del Valle de Catamarca.
- Población objetivo: Visitantes<sup>3</sup> que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal, desde el 1 al 31 de enero 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 muestra<sup>4</sup>:  $N = (Z^2 PQ) / E^2$
- 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.

---

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

<sup>4</sup>  $N$  = 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.



- 33 alojamientos relevados
- 24 alojamientos respondieron
- 9 alojamientos sin datos.
- 3 alojamientos cerrados y sin atención al público (visitados presencialmente).
- 1 alojamiento cerrado por refacciones.



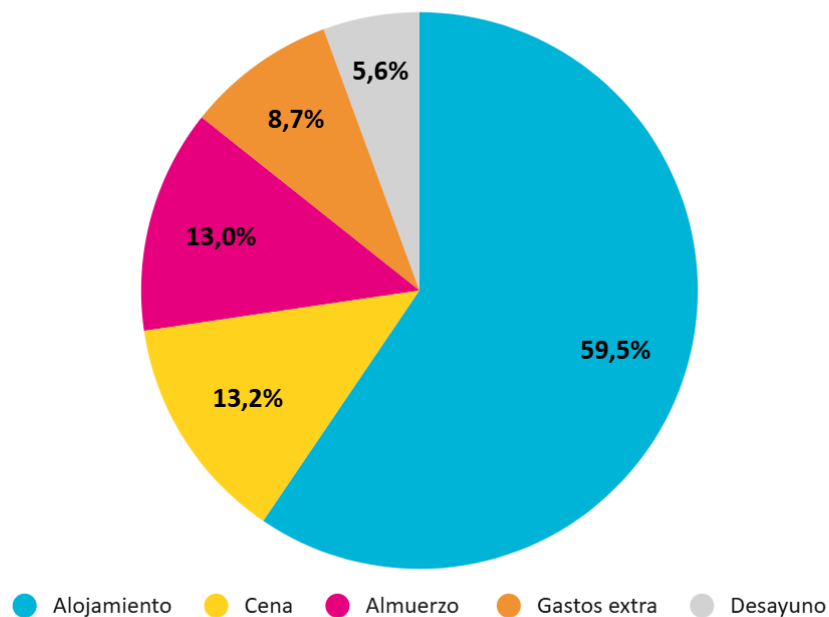
| Ocupación hotelera (OH), estadía promedio y visitantes: variación interanual |      |                  |                     |
|--|------|------------------|---------------------|
| AÑO  | OH   | Estadía Promedio | Total de Visitantes |
| 2025   | 32,2 | 3,8              | 10.728              |
| 2026   | 26,7 | 2,7              | 13.194              |

|                  | 1° QUINCENA | 2° QUINCENA | MENSUAL |
|------------------|-------------|-------------|---------|
| OH (%)           | 30          | 23,3        | 26,7    |
| Estadía Promedio | 2,3         | 3           | 2,7     |

#### 4. Gasto Promedio Diario



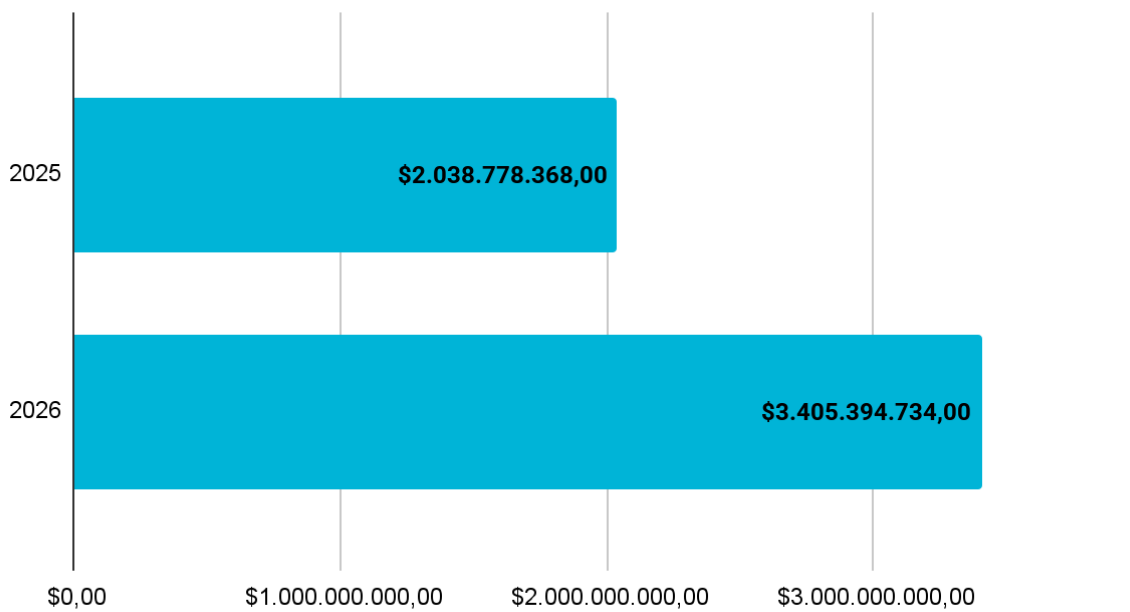
#### DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO



## 5. Impacto Económico

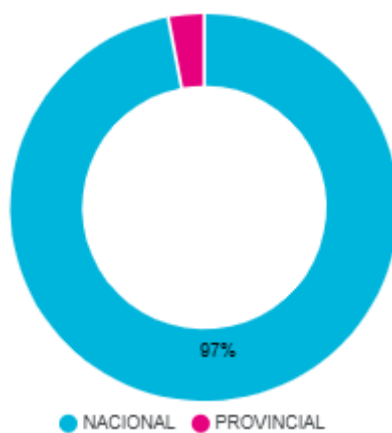


### VARIACIÓN IMPACTO ECONÓMICO ENERO 2025/2026

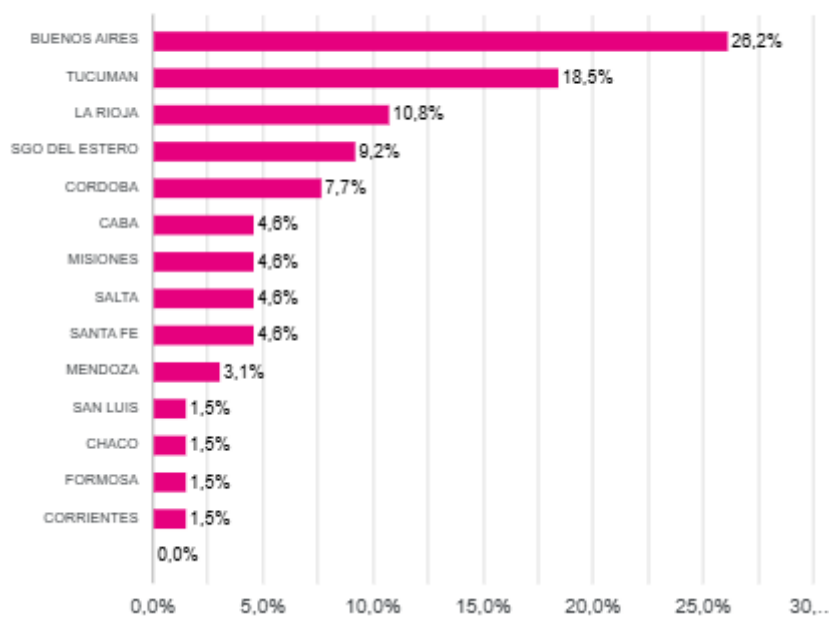


## 6. Perfil del Visitante

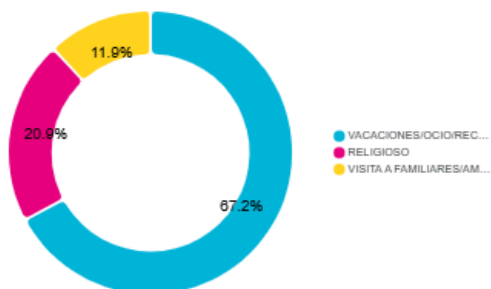
### PROCEDENCIA



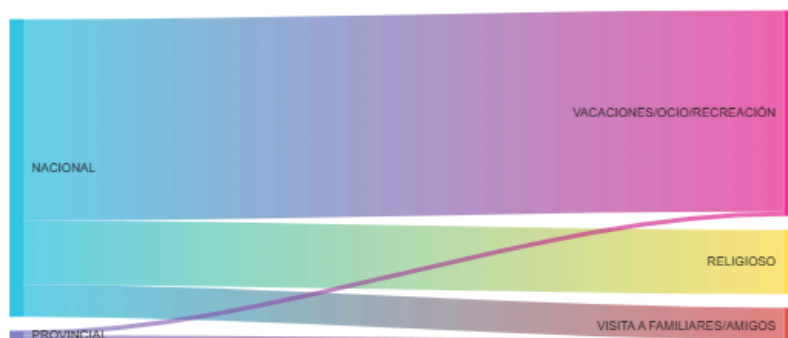
### PROVINCIA DE ORIGEN - TURISTAS NACIONALES



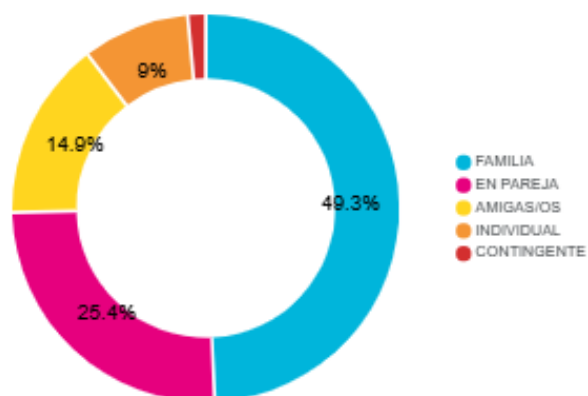
### PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA



### MOTIVO DE VISITA SEGÚN PROCEDENCIA



## GRUPO DE VIAJE

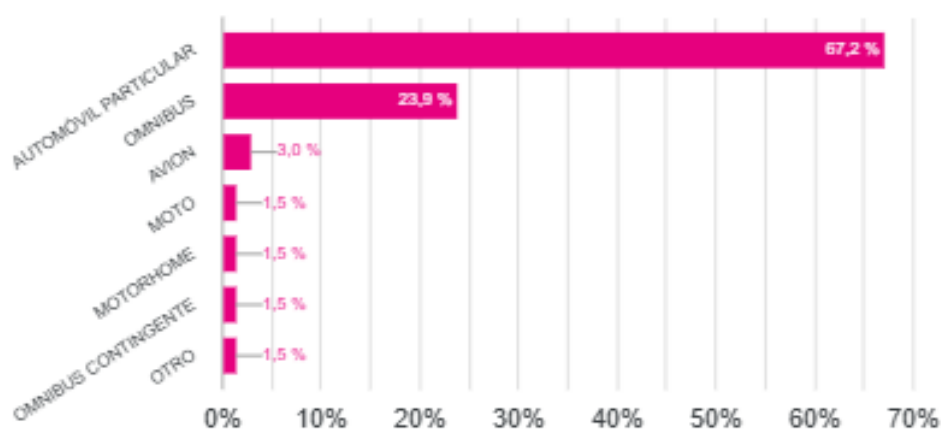


## ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN GRUPO DE VIAJE

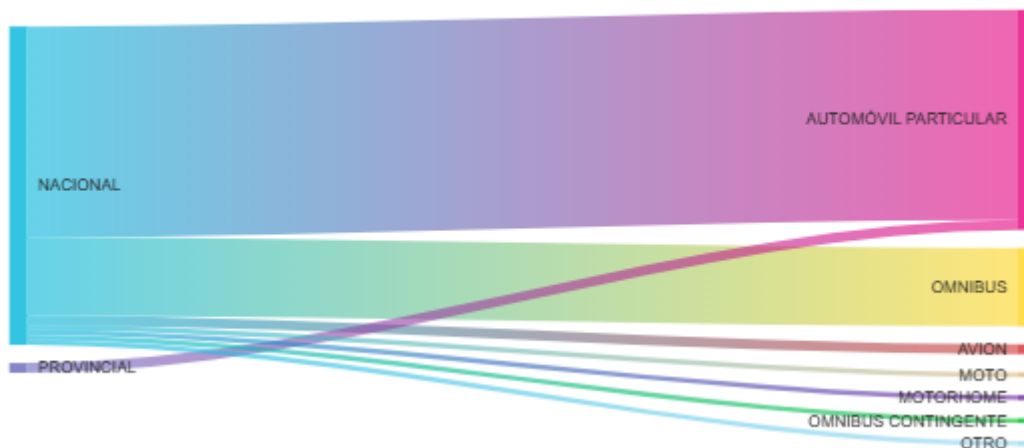
| GRUPO DE VIAJE   | Estadía Promedio |
|------------------|------------------|
| 1... INDIVIDUAL  | 4,8              |
| 2... EN PAREJA   | 3,1              |
| 3... FAMILIA     | 2,3              |
| 4... AMIGAS/OS   | 1,9              |
| 5... CONTINGENTE | No hay datos     |

1 - 5 / 5 < >

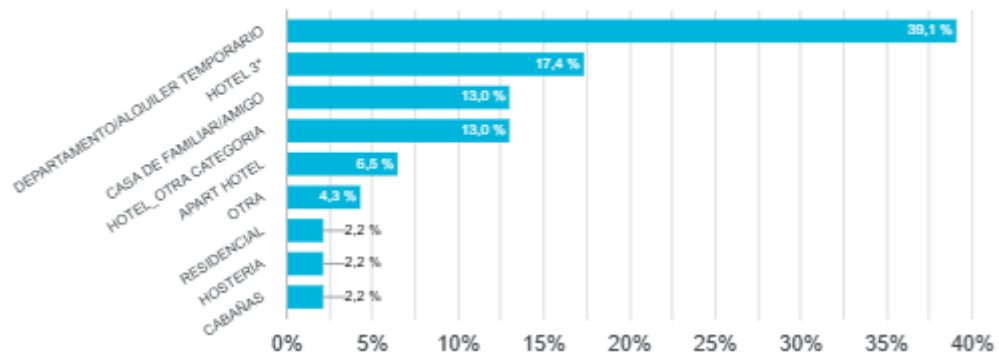
## MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



## MEDIO DE TRANSPORTE SEGÚN PROCEDENCIA



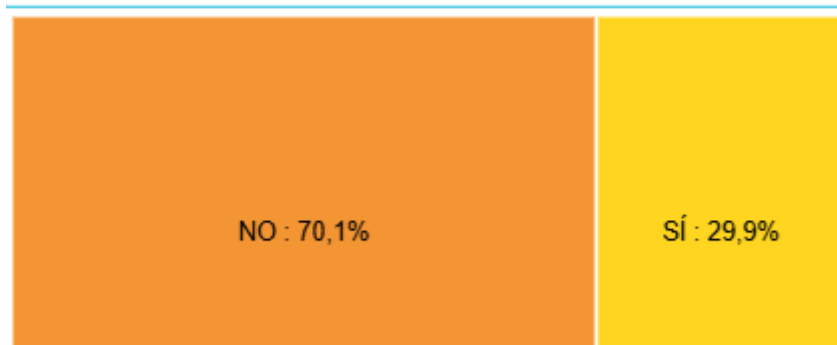
## TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



## ESTADIA PROMEDIO SEGUN TIPO DE ALOJAMIENTO

| TIPO DE ALOJAMIENTO QUE ELIGIÓ      | Estadia Promedio |
|-------------------------------------|------------------|
| 1. CASA DE FAMILIAR/AMIGO           | 5,0              |
| 2. OTRA                             | 3,0              |
| 3. RESIDENCIAL                      | 3,0              |
| 4. DEPARTAMENTO/ALQUILER TEMPORARIO | 2,9              |
| 5. HOTEL_OTRA CATEGORIA             | 2,8              |
| 6. HOTEL 3*                         | 2,4              |

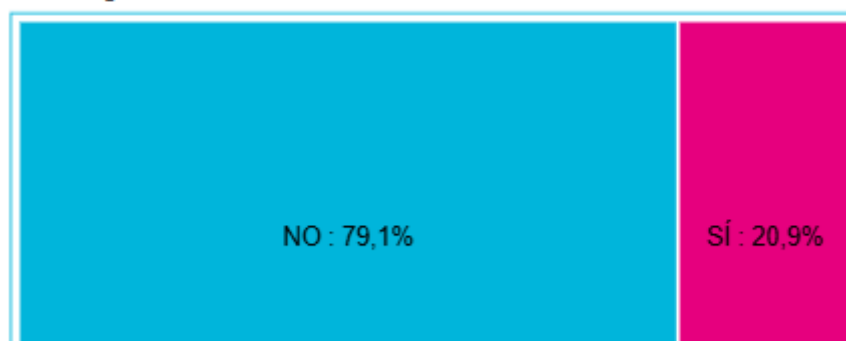
## ¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



## ¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ? (SEGÚN PROCEDENCIA)



## ¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



## VALORACIÓN DEL DESTINO

| PROCEDENCIA           | Alojamientos | Gastronomía | Precio/<br>Calidad | Hospitalidad | Información<br>turística<br>disponible | Señalética y<br>Cartelería<br>de Acceso | Oferta Cultural y<br>de<br>Entretenimiento | Estadía<br>general |
|-----------------------|--------------|-------------|--------------------|--------------|--|---|--|--------------------|
| NACIONAL              | 4,26         | 4,00        | 4,00               | 4,58         | 4,16                                   | 4,10                                    | 4,03                                       | 4,45               |
| PROVINCIAL            | -            | 4,00        | 4,00               | 4,50         | 3,50                                   | 3,50                                    | 4,00                                       | 4,50               |
| <b>Promedio Gral.</b> | <b>4,26</b>  | <b>4,00</b> | <b>4,00</b>        | <b>4,58</b>  | <b>4,13</b>                            | <b>4,08</b>                             | <b>4,03</b>                                | <b>4,46</b>        |

### 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

## 7. Ingresos y afluencias en atractivos

### AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - 1 AL 31 DE ENERO DE 2026

| Atractivos - Centros de informes |                                       | Visitantes | Total General |
|----------------------------------|---------------------------------------|------------|---------------|
| <b>Propios</b>                   | Centro de informe "Casa de SFVC       | 8          | <b>1.639</b>  |
|                                  | Centro de Informes "Plaza 25 de Mayo" | 567        |               |
|                                  | Pueblo Perdido de la Quebrada         | 555        |               |
|                                  | Casa de La Puna                       | 509        |               |
| <b>Externos</b>                  | Museo de la Ciudad - Casa Caravati    | 493        | <b>2.358</b>  |
|                                  | Museo Adán Quiroga                    | 579        |               |
|                                  | Museo de la Virgen del Valle          | 1.286      |               |

### AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - ENERO 2025/2026

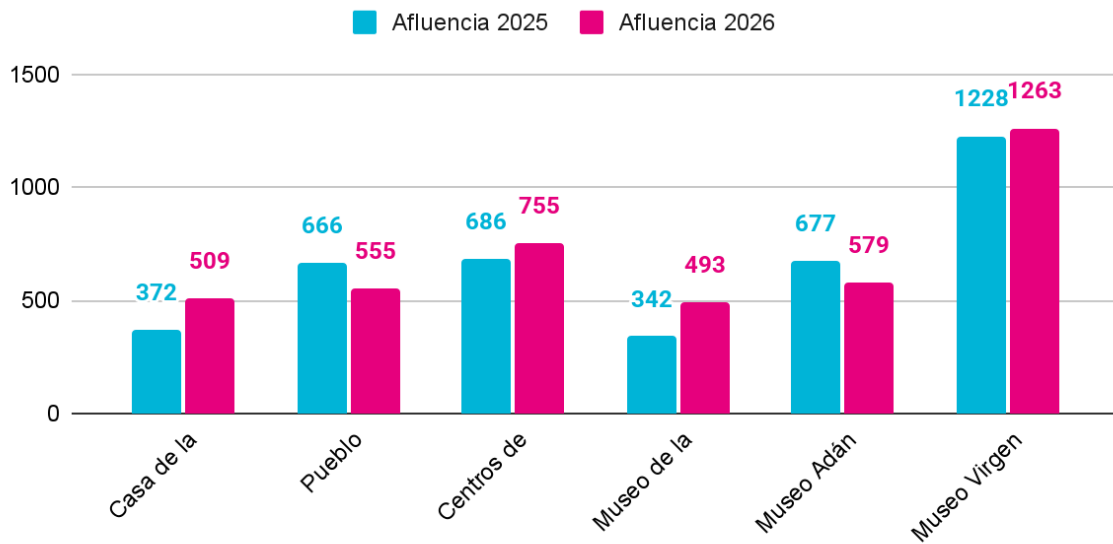
| Atractivos - Centros de informes                 | Afluencia 2025 | Afluencia 2026 | Variación %  |
|--|----------------|----------------|--------------|
| Casa de la Puna                                  | 372            | 509            | 36,83%       |
| Pueblo Perdido de la Quebrada                    | 666            | 555            | -16,67%      |
| Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.) | 686            | 575            | -16,18%      |
| Museo de la Ciudad - Casa Caravati               | 342            | 493            | 44,15%       |
| Museo Adán Quiroga                               | 677            | 579            | -14,48%      |
| Museo Virgen del Valle                           | 1.228          | 1.286          | -0,90%       |
| <b>TOTAL</b>                                     | <b>3.971</b>   | <b>3.974</b>   | <b>0,08%</b> |

### ACTIVIDADES PROPUESTAS EN ATRACTIVOS

| Fecha      | Atractivo                            | Actividad   | Cantidad de residentes | Cantidad de turistas | Total de asistentes | Capacidad |
|------------|--------------------------------------|---|------------------------|----------------------|---------------------|-----------|
| 6/01/2026  | <b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b> | Safari fotográfico                                      | 23                     | 2                    | 25                  | 30        |
| 9/01/2026  | <b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b> | Taller de cerámica precolombina                         | 24                     | 3                    | 27                  | 30        |
| 9/01/2026  | <b>Casa de la Puna</b>               | Feria SFVC Artesanía y Diseño                           | 100                    | 20                   | 120                 | 200       |
| 9/01/2026  | <b>Casa de la Puna</b>               | Taller de danza " Santo Remedio: todo se cura bailando" | 24                     | 6                    | 30                  | 30        |
| 16/01/2026 | <b>Casa de la Puna</b>               | Taller de cerámica                                      | 19                     | 2                    | 21                  | 25        |
| 17/01/2026 | <b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b> | Paleojuegos para las infancias                          | 23                     | 7                    | 30                  | 30        |
| 23/01/2026 | <b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b> | Taller de cerámica                                      | 13                     | 2                    | 15                  | 20        |
| 23/01/2026 | <b>Casa de la Puna</b>               | Feria de SFVC Artesanía y Diseño                        | 160                    | 30                   | 190                 | 200       |
| 30/01/2026 | <b>Jumeal</b>                        | Clase de yoga   |                        |                      | 20                  | 40        |
| 20/01/2026 | <b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b> | Safari fotográfico                                      | 22                     | 2                    | 24                  | 30        |
| 23/01/2026 | <b>Casa de la Puna</b>               | Taller de danza "Ritmo y tradición"                     |                        |                      | 96                  | 100       |
| 31/01/2026 | <b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b> | Teatro para la familia                                  | 15                     | 10                   | 25                  | 30        |
| 30/01/2026 | <b>Casa de la Puna</b>               | Taller de marroquinería "Llevando tu identidad"         |                        |                      | 30                  | 30        |

| Actividades en Atractivos     | Porcentaje promedio de Turistas | Porcentaje promedio de Residentes |
|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Casa de la Puna               | 14,5%                           | 75%                               |
| Pueblo Perdido de la Quebrada | 4,3%                            | 20%                               |

## AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - VARIACIÓN ENERO 2025/2026



El informe estadístico de enero de 2026 permite observar el desempeño turístico de San Fernando del Valle de Catamarca durante todo el mes, ofreciendo una mirada integral sobre comportamiento de la demanda, movimiento económico y dinámica en los atractivos culturales. En términos generales, se evidencia una baja del flujo turístico.

Uno de los aspectos más relevantes es la **Ocupación Hotelera (OH)**, que alcanzó un **26,7%**, cifra inferior a la del año anterior, y que se vincula directamente con la **Estadía Promedio**, la cual descendió de 3,8 noches en 2025 a **2,7 noches** en 2026. Sin embargo, este retroceso contrasta con el notable incremento del **Total de Visitantes**, que pasó de 10.728 a **13.194 personas**, lo que sugiere que la ciudad recibió más turistas pero que permanecieron menos tiempo o eligieron alternativas de hospedaje no registrados. Este comportamiento refuerza una tendencia hacia visitas más breves, probablemente impulsadas por excursionistas o viajeros que priorizan experiencias puntuales.

En cuanto al movimiento económico, el **Gasto Promedio Diario** estimado para enero fue de **\$144.113 por visitante por día**, un valor alto que indica una demanda con capacidad de consumo, aunque posiblemente afectado por la cantidad de prestadores que respondieron y por la heterogeneidad de los servicios incluidos. Aun así, al combinar este gasto con la cantidad de visitantes y la estadía promedio, el mes generó un **Impacto Económico total de \$3.405.394.734**.

Respecto al **perfil del visitante**, se observa una clara predominancia de **turistas de procedencia nacional (97%)**, seguidos por visitantes de origen provincial. Entre los turistas nacionales, se destacan principalmente aquellos provenientes de **Buenos Aires (26,2%)**, **Tucumán (18,5%)**, **La Rioja (10,8%)** y **Santiago del Estero (9,2%)**, concentrando estos orígenes una porción significativa de la demanda. El principal **motivo de visita** fue **vacaciones, ocio y recreación (67,2%)**, seguido por el **motivo religioso (20,9%)** y la **visita a familiares y amigos (11,9%)**, lo que evidencia una combinación entre turismo recreativo y turismo de carácter identitario y cultural.

El **grupo de viaje** estuvo compuesto mayoritariamente por **familias (49,3%)**, seguido por **parejas (25,4%)**, **amigos (14,9%)** y **viajeros individuales (9%)**, configurando un perfil orientado a experiencias compartidas. En cuanto al **medio de transporte**, el **automóvil particular (67,2%)** fue el más utilizado, seguido por el **ómnibus (23,9%)** y, en menor medida, el **avión (3%)**, lo que refuerza la importancia de la conectividad terrestre regional. Respecto al **tipo de alojamiento**, **predominó el departamento o alquiler temporario (39,1%)**, seguido por **hoteles 3 estrellas (17,4%)** y la estadía en **casas de familiares o amigos y hoteles de otras categorías (13%)**. Asimismo, el **70,1%** de los visitantes **manifestó no visitar la ciudad por primera vez**, lo que indica un alto nivel de recurrencia, mientras que el **79,1%** **afirmó no considerar otros destinos** antes que San Fernando del Valle de Catamarca, dato que refuerza el posicionamiento del destino en la decisión de viaje.

Este perfil se vincula directamente con los resultados obtenidos en la **valoración del destino**, donde los distintos atributos evaluados alcanzan **calificaciones mayoritariamente positivas**, ubicándose entre **"buena"** y **"excelente"**. La elevada proporción de visitantes recurrentes, sumada a la escasa consideración de destinos alternativos, sugiere un alto grado de satisfacción general y fidelización, especialmente en **aspectos vinculados a la hospitalidad, la oferta cultural y de entretenimiento y la experiencia global de estadía**. Estos resultados permiten inferir que San Fernando del Valle de Catamarca consolida una imagen favorable como destino turístico, con fortalezas claras en la experiencia del visitante y oportunidades de mejora asociadas a la diversificación de la oferta y la extensión de la estadía promedio.

En cuanto al registro de **actividades desarrolladas en los atractivos turísticos**, se observa que, si bien las propuestas presentaron niveles de concurrencia sostenidos, una proporción significativa de la participación correspondió a residentes de San Fernando del Valle de Catamarca, más que a turistas. No obstante, al considerar de manera conjunta **la asistencia de residentes y visitantes**, los datos permiten inferir que la capacidad operativa de cada propuesta fue cubierta en su mayoría, alcanzando en varios casos porcentajes elevados de ocupación. Este comportamiento da cuenta de una adecuada aceptación de las actividades programadas y del rol complementario de la demanda local en la consolidación y sostenimiento de la oferta recreativa y cultural del destino.

*Equipo Técnico  
Observatorio de Turismo Municipal*

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

*Municipalidad de La Capita*