



SE VIAJÓ MÁS Y SE GASTÓ MENOS: EL FIN DE SEMANA LARGO DE \$313.610 MILLONES

Viajaron 3,5% más turistas, pero la estadía cayó 10% y el gasto total bajó 2,2% real. CAME, fin de semana del 12 de octubre de 2026.

Lunes 12 de Octubre de 2026 | Audiencia: C-Suite / Board | Fuente primaria: CAME — Confederación Argentina de la Mediana Empresa (informe del fin de semana largo del 12 de octubre de 2026). Elaboración propia.

KARTAL Consulting | kartal.com.ar

MÁS TURISTAS, MENOS DÍAS, MENOS GASTO

1.490.400 turistas viajaron por el país en el fin de semana largo del 12 de octubre +3,5% vs el mismo feriado de 2025	\$313.610M de impacto económico directo según CAME gasto diario promedio de \$116.900 por turista	-2,2% cayó el gasto turístico total, en términos reales deflactado por inflación sectorial de 22,1% interanual	1,8 días duró en promedio la estadía, contra 2,0 días de 2025 -10% interanual; el promedio 2026 es 2,37 días
--	--	---	---

Según el relevamiento de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), 1.490.400 personas viajaron por el país durante el fin de semana largo del 12 de octubre de 2026, un 3,5% más que en el mismo feriado de 2025. Dejaron un impacto económico directo de \$313.610 millones, con un gasto diario promedio de \$116.900 por turista (+5% real). Pero la estadía promedio bajó de 2 a 1,8 días (-10%), y esa menor permanencia terminó condicionando el resultado global: el gasto turístico total cayó 2,2% real. La cuenta es simple: $1,035 \times 0,90 \times 1,05$ da 0,978. Se viajó más, se gastó más por día y, aun así, el total retrocedió.

Insights clave

- **El problema no fue la demanda, fue el tiempo:** Los turistas aumentaron 3,5% y gastaron 5% más por día en términos reales; la caída de 10% en la estadía (de 2 a 1,8 días) explica por sí sola el resultado negativo. El feriado se usa, pero se acorta.
- **La estadía está lejos del promedio del año:** Los ocho fines de semana largos de 2026 acumulan 12.939.094 turistas, una estadía media de 2,37 días y un gasto diario de \$111.282. Este fin de semana quedó 24% por debajo en permanencia y 5% por encima en gasto diario.
- **Viajar en familia pesa en el bolsillo:** Una familia tipo de cuatro integrantes necesitó en promedio \$1.072.600 solo para micro y alojamiento -sin comidas ni excursiones-, el 53% de un salario formal promedio y 4,2% más que un año atrás en términos reales (estimación de UADE, citada por CAME).
- **El mapa fue de contrastes:** Ciudad de Buenos Aires llegó a 80% de ocupación hotelera (la más alta proyectada para un feriado de tres días desde 2024) y varias localidades de Tucumán alcanzaron 99%, mientras Posadas quedó en 26,7% y el promedio provincial del Chaco en 40%. El clima inestable -lluvias y frío en el centro y el este- redujo los viajes espontáneos y de cercanía.

Implicancia inmediata: para hotelería, gastronomía y comercio turístico, la palanca de crecimiento no es atraer más visitantes sino retenerlos más tiempo. Cada 0,1 día adicional de estadía vale, a escala nacional, más de lo que movió el aumento de turistas.

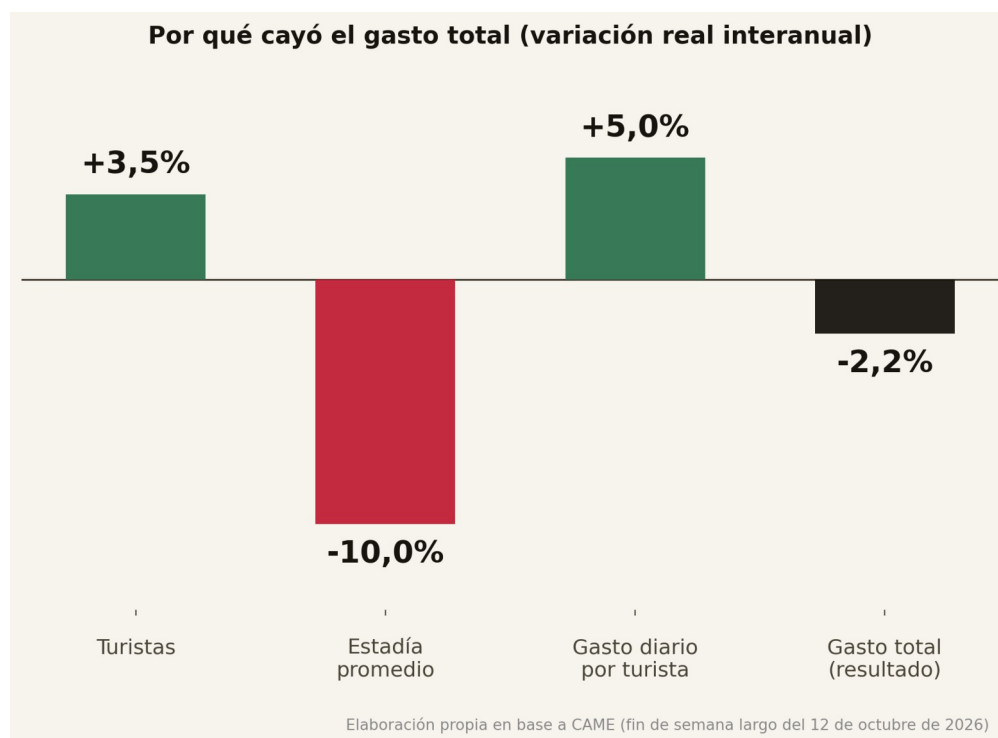
LOS NÚMEROS DEL FIN DE SEMANA

Lo que midió CAME

El informe de CAME consolida el movimiento turístico nacional del fin de semana largo del 12 de octubre: 1.490.400 turistas, \$313.610 millones de impacto económico directo, un gasto diario promedio de \$116.900 por persona (con un aumento real de 5% tras deflactar por una inflación sectorial de 22,1% interanual) y una estadía media de 1,8 días. El producto de esas tres variables reproduce el impacto total informado: $1.490.400 \times 1,8 \times \116.900 es igual a \$313.610 millones.

En transporte, Aerolíneas Argentinas registró 160.532 reservas para viajar entre el 9 y el 12 de octubre; los vuelos de cabotaje crecieron 16% interanual con 88% de ocupación. Los destinos más elegidos fueron Bariloche, Córdoba, Mendoza, Puerto Iguazú y Ushuaia. Según Despegar, cerca del 70% de las operaciones se pagó con tarjeta de crédito, y en las reservas fue habitual la compra de último momento.

Por qué cayó el gasto total, pieza por pieza



Elaboración propia en base a CAME (fin de semana largo del 12 de octubre de 2026)

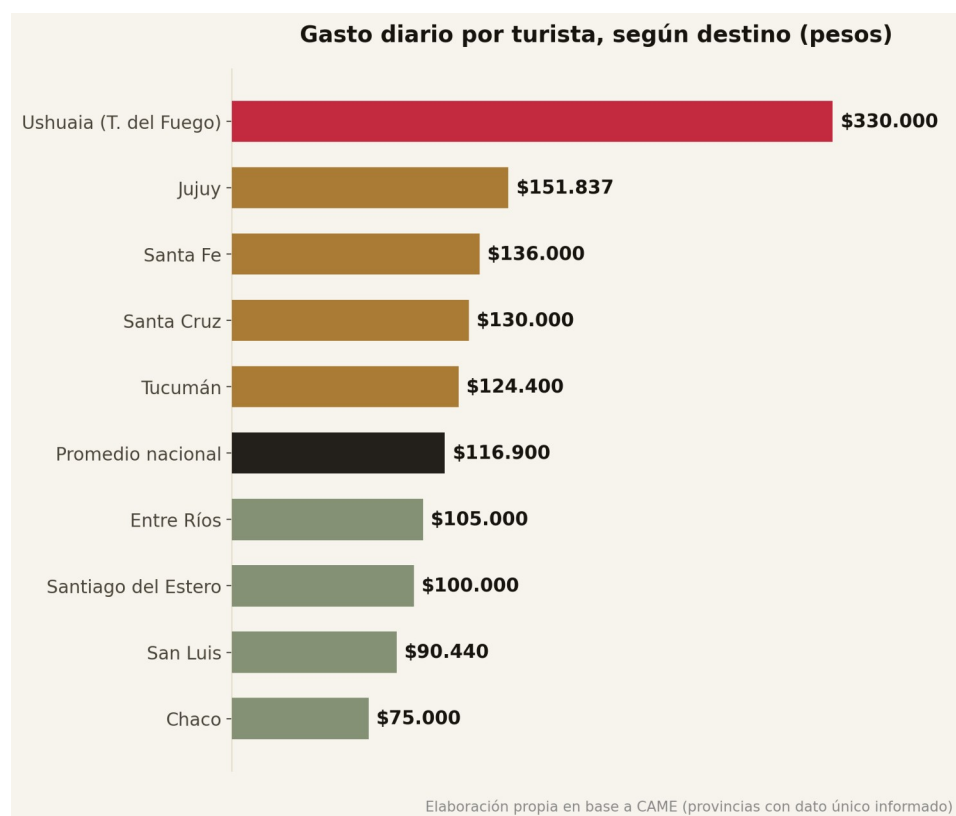
Datos y cifras clave

Indicador	Valor
Turistas	1.490.400 (+3,5% interanual)
Impacto económico directo	\$313.610 millones
Gasto diario por turista	\$116.900 (+5% real)

Estadía promedio	1,8 días (-10%; 2025: 2,0 días)
Gasto turístico total	-2,2% real interanual
Inflación sectorial usada para deflactar	22,1% interanual
Acumulado 2026 (8 fines de semana largos)	12.939.094 turistas; 2,37 días; \$111.282 por día
Impacto económico acumulado 2026	\$3,4 billones
Costo de viaje familiar (micro y alojamiento, UADE)	\$1.072.600 (53% de un salario formal)
Reservas de Aerolíneas Argentinas (9 al 12 de octubre)	160.532

Fuente primaria: CAME — Confederación Argentina de la Mediana Empresa, informe del fin de semana largo del 12 de octubre de 2026 (incluye estimación de UADE sobre costo familiar).

Cuánto se gasta por día, según el destino



Elaboración propia en base a CAME (provincias con dato único informado)

El gasto diario por turista fue de \$330.000 en Ushuaia, \$151.837 en Jujuy, más de \$136.000 en Santa Fe y \$130.000 en Santa Cruz, frente a \$116.900 del promedio nacional y \$75.000 en el Chaco: una brecha de 4,4 veces entre el destino más caro y el más barato con dato informado. Entre las plazas con mejor desempeño, CAME destaca localidades de Tucumán, Córdoba, Catamarca y Santa Fe, y en la Patagonia a Bariloche y Puerto Madryn, ambas cerca del 80% de ocupación.

POR QUÉ LA ESTADÍA IMPORTA MÁS QUE EL NÚMERO DE TURISTAS

Impacto económico: una cuenta multiplicativa

El gasto turístico total es el producto de tres factores: turistas, días de estadía y gasto diario. Cuando uno cae 10% y los otros dos suben 3,5% y 5%, el resultado es negativo. Eso vuelve a la permanencia la variable de mayor palanca: con 1,49 millones de turistas y un gasto diario de \$116.900, cada décima de día de estadía equivale a cerca de \$17.400 millones de impacto directo (cálculo de KARTAL sobre datos de CAME).

Impacto sectorial: quién captura la estadía

Alojamiento, gastronomía, excursiones y comercio local son los rubros que se benefician de cada noche adicional; el transporte, en cambio, cobra por viaje y no por día. Un fin de semana de menor permanencia traslada el gasto hacia el transporte y lo resta de los rubros que dependen de la estadía. La concentración de compra de último momento y el uso extendido de tarjeta de crédito (cerca de 70% en Despegar) agregan una dimensión de financiamiento a la demanda turística.

Drivers clave

- **1. Acortamiento de la estadía:** De 2 a 1,8 días interanual, y 24% por debajo de la media de 2,37 días de los ocho fines de semana largos de 2026.
- **2. Costo de viajar:** El gasto diario real subió 5% y el costo de micro y alojamiento para una familia de cuatro, 4,2% real: el viaje es más caro en términos reales y se compensa viajando menos días.
- **3. Clima inestable:** Lluvias, humedad y frío en el centro y el este del país redujeron los viajes espontáneos, de corta distancia y las actividades al aire libre, con efectos desparejos por destino.
- **4. Compra de último momento y financiamiento con tarjeta:** Reservas tardías y cerca de 70% de pagos con crédito vuelven la demanda más sensible al costo del financiamiento y a la incertidumbre.

Escenarios

Escenario	Probabilidad	Condiciones	Impacto
Estadías cortas persistentes	50%	El costo real del viaje sigue subiendo y los hogares ajustan por días, no por cantidad de salidas	Más turistas pero gasto total estancado o a la baja; el negocio se desplaza hacia el transporte y el día de visita
Recuperación de la estadía	30%	Mejor clima y ofertas de paquetes de tres noches o más recomponen la permanencia hacia el	El gasto total vuelve a crecer en términos reales, impulsado por alojamiento y gastronomía

Deterioro de la demanda	20%	promedio de 2,37 días Se debilita también el número de turistas por mayor presión sobre el ingreso de los hogares	Caída simultánea de turistas y estadía, con efecto fuerte en destinos de cercanía
-------------------------	-----	--	---

Probabilidades son estimativas cualitativas de KARTAL Consulting. No constituyen proyección econométrica formal.

LO QUE ESTO SIGNIFICA PARA EMPRESAS EN ARGENTINA

Para turismo, gastronomía, comercio y pymes locales

El dato ordena la estrategia comercial de los destinos: la meta no es sumar visitantes sino extender la permanencia y subir el gasto por estadía. Las pymes turísticas compiten por cada noche adicional.

- **Hotelería y alojamiento:** diseñar paquetes de tres noches o más con incentivos a quedarse (última noche bonificada, desayuno o actividad incluida) para empujar la estadía hacia los 2,37 días del promedio anual.
- **Gastronomía y comercio local:** concentrar la oferta en el día 2 y el día 3 -circuitos, eventos y promociones- que es donde se pierde el gasto cuando la estadía se acorta.
- **Transporte y operadores:** aprovechar el crecimiento del cabotaje (+16% interanual, 88% de ocupación) combinando pasaje y alojamiento en ofertas únicas.
- **Finanzas y cobranzas del sector:** con cerca de 70% de pagos con crédito, evaluar planes de cuotas y su costo para sostener la demanda sin erosionar el margen.

Ventana de tiempo

- **Urgente (próximas semanas):** Revisar la oferta de los próximos fines de semana largos con foco en la permanencia: paquetes de estadía mínima y circuitos de más de un día.
- **Mediano plazo (próximos meses):** Seguir los relevamientos de CAME de cada fin de semana largo para confirmar si la estadía se recupera hacia el promedio de 2026 o sigue acortándose.
- **Estructural (temporada alta y 2027):** Incorporar la estadía media como indicador central de desempeño turístico, junto con la ocupación y el gasto diario.

LO QUE HAY QUE HACER ESTA SEMANA

PRIORIDAD ALTA — Esta semana / próximas reuniones

1. Medir y gestionar la estadía media propia como indicador principal de desempeño

Comparar la estadía media del negocio con el promedio nacional de 1,8 días de este fin de semana y con los 2,37 días del acumulado 2026, y fijar una meta de extensión con acciones concretas (paquetes, circuitos, beneficios por noche adicional).

-> **Trigger:** publicación del informe de CAME del próximo fin de semana largo.

-> **Criterio de éxito:** estadía media del negocio medida y comparada con el benchmark de CAME, con meta de extensión aprobada.

PRIORIDAD MEDIA — Próximos 30-90 días

- 2. Diseñar oferta específica para clima adverso (actividades bajo techo, circuitos alternativos), dado que la inestabilidad redujo los viajes espontáneos y las actividades al aire libre.
- 3. Armar propuestas para familias que contemplen el costo total del viaje, que supera \$1 millón solo en micro y alojamiento para cuatro personas.
- 4. Revisar el mix de medios de pago y las condiciones de cuotas, ya que cerca de 70% de las operaciones online se pagó con tarjeta de crédito.

MONITOREAR — Activar si se confirma escenario adverso

- Si el próximo fin de semana largo repite una estadía por debajo de 2 días, escalar el escenario de estadías cortas persistentes en la planificación comercial.
- Si además cae la cantidad de turistas, anticipar un deterioro de la demanda más amplio, particularmente en destinos de cercanía.

LO QUE PUEDE SALIR MAL

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
La estadía sigue acortándose y erosiona el gasto total aunque suba el número de turistas	MEDIO	ALTO	Gestionar la permanencia con paquetes y circuitos de más de un día
El costo real de viajar sigue subiendo más que el ingreso de los hogares	MEDIO	ALTO	Ofrecer alternativas de precio y financiamiento sin sacrificar margen
El clima adverso reduce los viajes espontáneos y de cercanía en futuros fines de semana	MEDIO	MEDIO	Diseñar oferta alternativa bajo techo y comunicar con flexibilidad de reserva
Dependencia del crédito con tarjeta se vuelve un riesgo si se endurecen las condiciones de financiamiento	BAJO-MEDIO	MEDIO	Diversificar medios de pago y evaluar planes propios de cuotas

Variables a monitorear

- Estadía media, gasto diario y número de turistas del próximo relevamiento de CAME.
- Evolución del costo de viaje para una familia tipo (estimación de UADE) frente al salario formal.
- Ocupación y reservas de cabotaje y alojamiento como indicadores adelantados de la demanda.

Límites del análisis

Este análisis se basa en el informe de CAME sobre el fin de semana largo del 12 de octubre de 2026. Las cifras por provincia son las informadas por cada jurisdicción y no son homogéneas entre sí (algunas son ocupación hotelera, otras reservas o promedios simples); los datos de Booking.com y Despegar reflejan búsquedas y operaciones, no necesariamente reservas confirmadas. El cálculo de valor por décima de día de estadía y la descomposición multiplicativa del gasto son elaboración propia de KARTAL Consulting, al igual que las implicancias y las recomendaciones.

Este informe fue elaborado por KARTAL Consulting con fines informativos y estratégicos. No constituye asesoramiento de inversión. Fuente primaria: CAME — Confederación Argentina de la Mediana Empresa, informe del fin de semana largo del 12 de octubre de 2026.