

Menos cine y más juntadas con amigos: las nuevas tendencias de ocio para recortar gastos

15/02/2026



Durante los últimos meses de 2025 y enero de 2026 se reconfiguró el ocio de los argentinos a partir de una escena que se repite con frecuencia en distintas ciudades del país. Las veredas, las plazas y los parques vuelven a poblarse de grupos que comparten una charla, un mate o una comida

sencilla, mientras que otros espacios tradicionales del entretenimiento, como las salas de cine, registran niveles de concurrencia históricamente bajos. El ocio no desaparece, pero cambia de forma. En un contexto de consumo restrictivo, los argentinos ajustan gastos, redefinen prioridades y reorganizan sus tiempos libres alrededor de propuestas más flexibles, accesibles y compartidas.

El informe *Social Mood*, elaborado por Moiguer Consultora de Estrategia, confirma esta transformación. Lejos de una retracción total de las salidas, los datos muestran que cuatro de cada diez argentinos realizaron gastos o salidas nocturnas en los últimos 30 días. La práctica, sin embargo, se presenta segmentada por nivel socioeconómico: **alcanza al 61% en el segmento C1 (medio alto), al 50% en C2 (medio) y al 33% en C3 (medio bajo)**. La salida persiste, pero se adapta al bolsillo y al contexto, con decisiones más cuidadosas y un replanteo de los formatos tradicionales.

Según explica **Fernando Moiguer**, CEO de la consultora que elaboró el informe, el comportamiento observado desafía algunas intuiciones extendidas sobre el impacto de la crisis en la vida social. “En la Argentina, y sobre todo en un contexto en el que hay sectores que no llegan a fin de mes, uno podría considerar que las salidas se retiran o se retraen. Los datos que estamos viendo demuestran exactamente lo contrario. Las salidas se adecuan a la crisis”, señala. El ajuste no implica renuncia, sino redefinición: se busca que el costo sea posible y que la experiencia pueda repetirse durante todo el mes, incluso en momentos en los que el margen económico es limitado.

El informe muestra además que el ocio se organiza como un hábito regular. En promedio, **se registran 1,7 salidas por semana, con picos más altos en la Ciudad de Buenos Aires, donde la frecuencia asciende a 2,1, y entre los jóvenes de 26 a 35 años, que alcanzan las 2,6 salidas semanales**. No se trata de eventos excepcionales ni de grandes planes, sino de

microescapadas recurrentes que funcionan como pausas dentro de la rutina cotidiana. La lógica semanal reemplaza a la planificación esporádica y costosa.

En ese esquema, las propuestas simples ganan terreno. Las reuniones con amigos o familia encabezan el ranking de actividades más frecuentes, seguidas por las actividades al aire libre, las salidas a merendar o tomar un café y las comidas informales en parrillas, pizzerías o bodegones. **La experiencia cotidiana, cercana y compartida se vuelve central. El valor ya no está puesto en el evento, sino en el encuentro.**

El especialista en consumo y hábitos vincula este patrón con rasgos culturales de larga data. "Las salidas integran una parte fundamental de la idiosincrasia de cada país. Cómo se sale, a qué, con quiénes y con qué frecuencia operan dentro de marcos culturales, climáticos y geográficos. En la Argentina, en especial en CABA, en el AMBA y en las grandes ciudades, no se resigna la manera amiguera de construir los vínculos. Es siempre con un otro", explica. En ese sentido, destaca que este rasgo, que empieza a observarse a nivel global, adquiere una intensidad particular en el país, sobre todo entre los más jóvenes.

La decisión de salir, además, se toma cada vez más cerca en el tiempo. **Cinco de cada diez argentinos definen qué hacer durante la misma semana, un 16% lo decide el mismo día y solo un tercio planifica con varios días o semanas de anticipación.** La flexibilidad se impone sobre el compromiso a largo plazo. La salida se acomoda a la disponibilidad económica y emocional del momento, sin estructuras rígidas ni gastos anticipados.

En paralelo a esta expansión de las juntadas informales, algunos consumos culturales tradicionales atraviesan una crisis profunda. El caso del cine resulta ilustrativo. **Según datos fiscalizados por Ultracine, la concurrencia a las salas cayó un 22,93% interanual en enero, con un total de 2.085.576 entradas vendidas.** Se trata de la cuarta marca más baja desde

que existen registros sistemáticos, en 1997. **El promedio histórico del mes ronda los 3,2 millones de tickets, por lo que el desempeño de este año quedó un 35% por debajo de los niveles habituales.**



El ocio se vuelve más doméstico, más cercano y menos institucionalizado. No se cancela la sociabilidad, sino que se la reorganiza. (Foto: Pixabay)

Las salidas existen, pero se adaptan

La tendencia descendente no es un fenómeno aislado. La asistencia a las salas no logra recuperarse desde octubre de 2025 y acumula varios meses consecutivos de caída. El dato adquiere mayor peso si se considera que **se trata del peor enero en cantidad de público de las últimas tres décadas, incluso por debajo de los años atravesados por la pandemia de Covid-19**, cuando muchas salas permanecían cerradas o funcionaban con aforo limitado. En contraste, el mejor enero

se registró en 2018, con más de 4,4 millones de espectadores, impulsados por títulos de alto arrastre como “Coco” y “Jumanji: En la selva”.

Este retroceso del cine no implica necesariamente un desinterés por el ocio o la cultura, sino una reconfiguración de prioridades. Frente a una salida que combina entradas, transporte y consumos adicionales, muchos optan por alternativas que permiten sostener la vida social con menor impacto en el presupuesto. El informe Social Mood muestra que las experiencias funcionan como reguladores emocionales en un contexto exigente. **El 41% declara salir para pasear, salir de casa o cortar con la rutina, mientras que el segundo motivo es comer, beber y disfrutar propuestas gastronómicas.**

Desde la mirada de Moiguer, el eje emocional resulta clave para entender el fenómeno. “Cuando se habla de amistad, se habla de lazos con distintas intensidades. De una amistad histórica, muy desarrollada, pero también de ese ‘vení, sumate a mis amigos y ya sos amigo’. Eso forma parte de la salida, es el vector en el cual se construye ese vehículo”, explica. Las salidas, agrega, suelen ser grupales, alrededor de una ronda, con mate o con una bebida compartida. **Actividades de compartir, de todos en la misma.**

El informe muestra que este tipo de planes no solo son los más elegidos, sino también los más sostenibles en el tiempo. **Asados o juntadas en casas particulares, actividades al aire libre, cafés de barrio y paseos urbanos permiten mantener la frecuencia de salida sin depender de ingresos extraordinarios.** La experiencia se ajusta a la coyuntura, pero no se abandona.

En ese sentido, la caída del cine aparece como parte de un proceso más amplio de selección del gasto. Las salidas que requieren mayor planificación y desembolso quedan relegadas frente a aquellas que ofrecen mayor flexibilidad. **El ocio se vuelve más doméstico, más cercano y menos institucionalizado.**

No se cancela la sociabilidad, sino que se la **reorganiza**.

Moiguer sostiene que este rasgo tiene proyección más allá del contexto actual. “Estos números reflejan que esta manera de salir va a tener siempre futuro. **Si en este escenario de crisis las salidas simples y compartidas son el modo predominante de esparcimiento**, en la medida en que vayamos saliendo de ella, se potenciará y la gente podrá ampliar su horizonte de salidas”, señala. La lógica de la juntada no reemplaza definitivamente a otras formas de ocio, pero sí establece un piso cultural que persiste incluso en momentos de mayor bonanza.

La reconfiguración del ocio, entonces, no puede leerse solo en clave económica. Involucra dimensiones culturales, emocionales y sociales que atraviesan a distintas generaciones. Mientras algunos consumos tradicionales enfrentan dificultades para recuperar público, otros formatos, más informales y compartidos, se consolidan como respuesta a un contexto que exige adaptación constante. **El ocio sigue presente en la vida cotidiana de los argentinos, pero responde a nuevas reglas**.

Fuente: TN