

Turismo en Semana Santa: cayó 16% la cantidad de viajeros respecto a 2024, pero el gasto fue significativo

20/04/2025



Durante el reciente fin de semana largo de Semana Santa, unos 2,7 millones de turistas se movilizaron por diversos destinos de Argentina, generando un gasto total estimado en \$733.128 millones.

Si bien esta cifra representa un importante impacto económico, la cantidad de viajeros experimentó una disminución del 16% en comparación con la Semana Santa de 2024, según informó la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME).

La principal razón de este descenso interanual radica en la particularidad del año anterior, en el que los feriados por la festividad religiosa coincidieron con el Día del Veterano y de los Caídos en la Guerra de Malvinas, configurando un fin de semana extra largo de seis días, a diferencia de los cuatro

días de este año.

A pesar de la menor afluencia de turistas, el gasto promedio por visitante fue de \$87.590 por jornada, con una estadía media de 3,1 días, lo que resultó en un consumo total de \$271.529 por persona. Los destinos más populares ofrecieron una amplia gama de actividades, combinando celebraciones religiosas con festivales culturales, eventos deportivos y ferias gastronómicas.

El gasto turístico mostró una marcada heterogeneidad entre las diferentes regiones del país.

Tierra del Fuego se destacó con un desembolso promedio diario por turista de aproximadamente \$320.000, mientras que en Tucumán el promedio rondó los \$72.000 y en Mendoza los \$75.000.

Al comparar las cifras con la Semana Santa de 2023, se observa un aumento del 1,9% en la cantidad de turistas, aunque la estadía promedio se redujo en un 9%.

Sin embargo, el impacto económico, medido a precios constantes, fue un 14,9% mayor, lo que indica un incremento en el gasto por persona.

Desde CAME resaltaron el sostenido movimiento de personas en rutas, terminales de ómnibus y aeropuertos. Solo Aerolíneas Argentinas transportó a más de 210 mil pasajeros durante los cuatro días del fin de semana largo, evidenciando la continuidad del interés por viajar a pesar del contexto económico.