



# **CENSO DE MONTAÑISTAS Y ESCALADORES**

**DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Y GRAN BUENOS AIRES**

**AGOSTO DE 2025**

# Censo de montañistas y escaladores de CABA y GBA

En las páginas siguientes analizamos los resultados del Censo de Montañistas y Escaladores de CABA y GBA realizado por la Subcomisión de Cultura del Centro Andino Buenos Aires. El censo fue publicado el 14 de julio de 2025, comunicado por correo electrónico desde la casilla [info@caba.org.ar](mailto:info@caba.org.ar), el grupo de Whatsapp “Pale” y la cuenta institucional del CABA en Instagram. El análisis considera las respuestas recibidas hasta el 30 de julio. Más allá de su nombre, el censo no buscó captar a la población entera. Es, más bien, una medida de las personas más predispuestas a dialogar y responder a las publicaciones y comunicados del CABA. Aun así, con más de 400 censados, alcanzamos una muestra representativa, con datos suficientes para pensar actividades y propuestas para el club, destinadas a esa misma población.

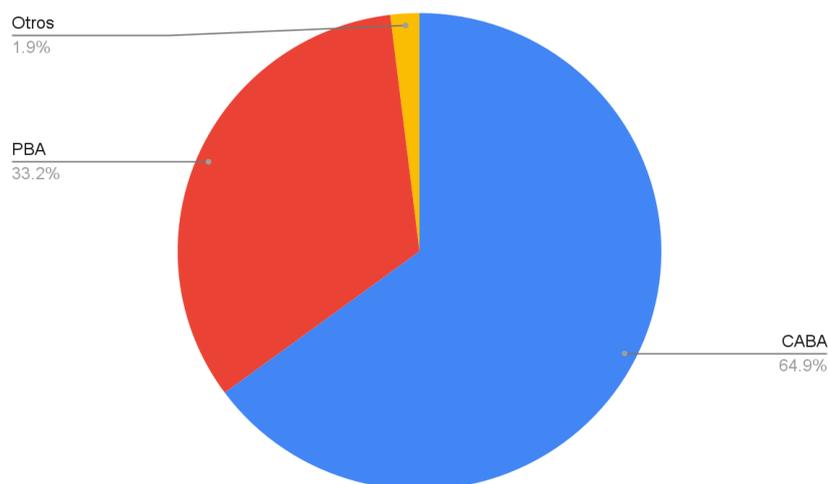
Además de corroborar algunos supuestos, como que la Palestra es la instalación de entrenamiento favorita de los socios del CABA, seguida muy de cerca por la sede Bucarelli, contiene algunas sorpresas, como que, a pesar del fuerte hincapié actual en las actividades de escalada, el senderismo sigue siendo la actividad favorita entre los encuestados. Las respuestas también revelan algunas correlaciones entre la práctica actual de ciertas actividades y el interés por practicar otras nuevas, como es en el caso de los escaladores de boulder interesados por la alta montaña. También obtuvimos información valiosa sobre las vías de comunicación preferidas y los intereses de los censados, propuestas para nuevas actividades y datos de contacto de potenciales colaboradores.

Las respuestas en sí mismas contienen mucha información valiosa. Pero además, que la encuesta haya tenido una recepción tan amplia a cambio de una difusión relativamente acotada, habla de las ganas que tiene la gente de participar y comunicarle al club sus comentarios e intereses. Dentro de la caja de herramientas para la interacción institucional, la participación a través de medios digitales es fundamental. Es una manera de canalizar el diálogo, para, además de difundir información, generar comunidad y sentido de pertenencia.

## Análisis cuantitativo

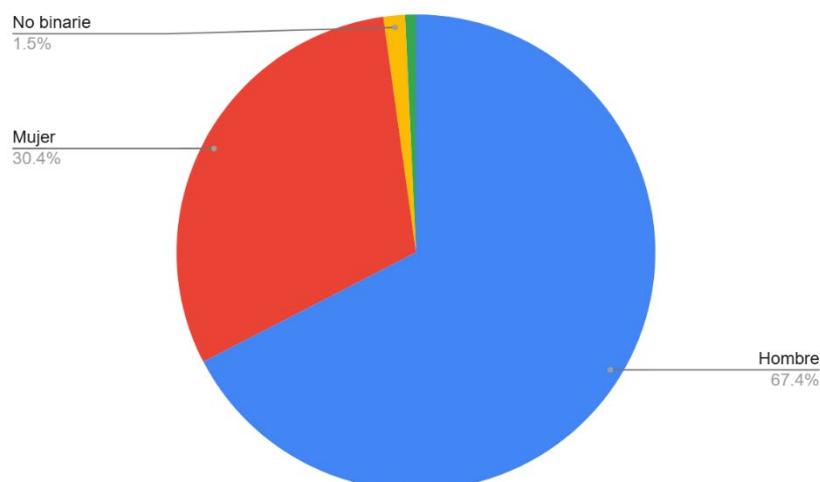
### 1. ¿Dónde viven los censados?

Si bien la mayoría vive en la Ciudad Autónoma, un tercio reside en el Gran Buenos Aires, y unos pocos más lejos, desde La Plata hasta personas que contestaron de países limítrofes o incluso Europa.



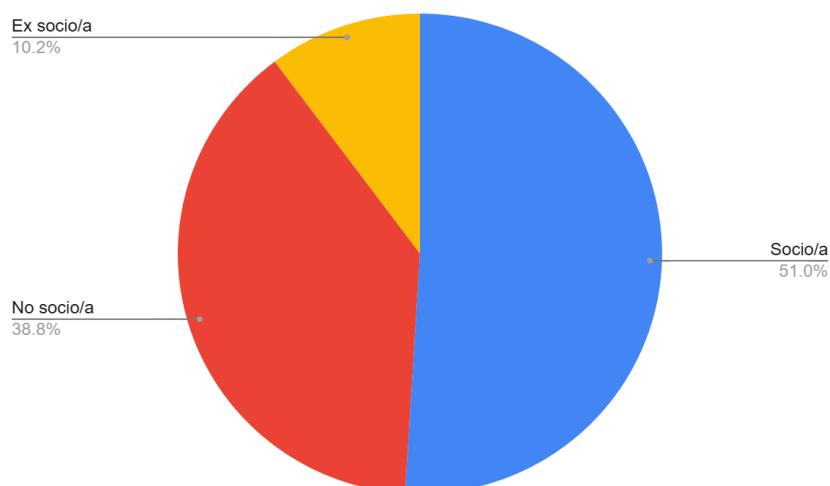
### 2. ¿Cuál es su género?

Nada sorprendentemente, la mayoría de las respuestas fueron de personas que se identifican con el género masculino. Este dato nos indica que todavía tenemos mucho para crecer en cuanto a la representación femenina, y debería ser tenido en cuenta para analizar el efecto de las acciones que emprendamos al respecto. Que 1,5% de los encuestados (6 personas) se identificaran con género no binario también es un dato a considerar.



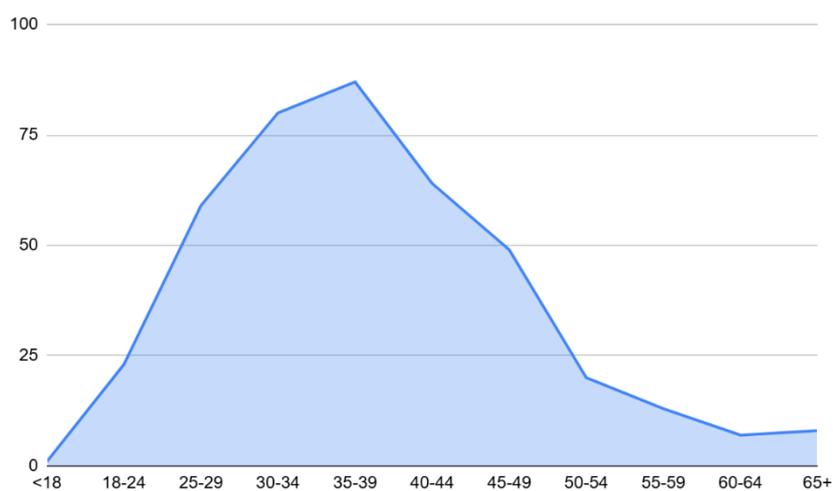
### 3. ¿Son socios?

Más de la mitad de los destinatarios más propensos a la interacción son actualmente socios. No es un dato sorprendente, pero sería beneficioso ampliar el público entre los no socios.



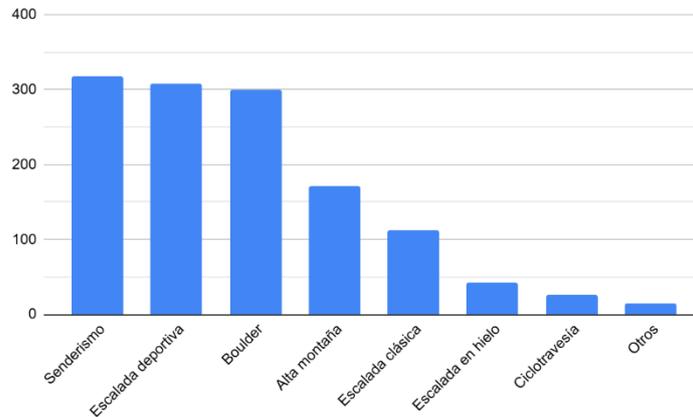
### 4. ¿Qué edades tienen?

La distribución por edad de los censados muestra una clara concentración de personas entre 30 y 40 años. Las razones de esta concentración son variadas, pero nos empuja a pensar que hay margen de crecimiento en las poblaciones menores y mayores, quizás con actividades especialmente enfocadas para esos grupos etarios.



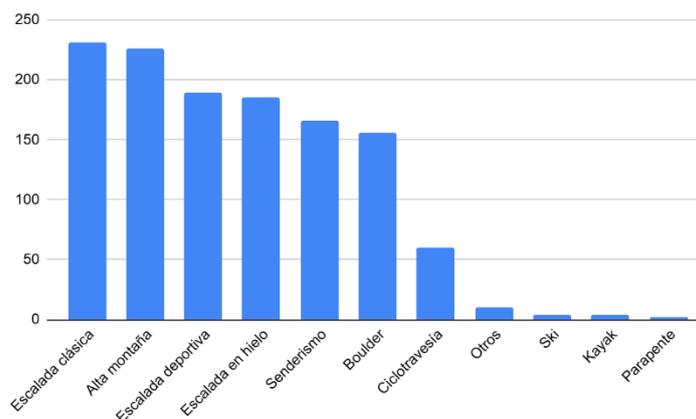
### 5. ¿Qué actividades practican?

En esta respuesta nos encontramos con la primera gran sorpresa del censo. Con sus dos sedes y la Palestra Nacional de Andinismo, las instalaciones y el perfil del Centro Andino Buenos Aires está claramente orientado a la escalada. Sin embargo, la actividad más mencionada por los censados fue el senderismo.



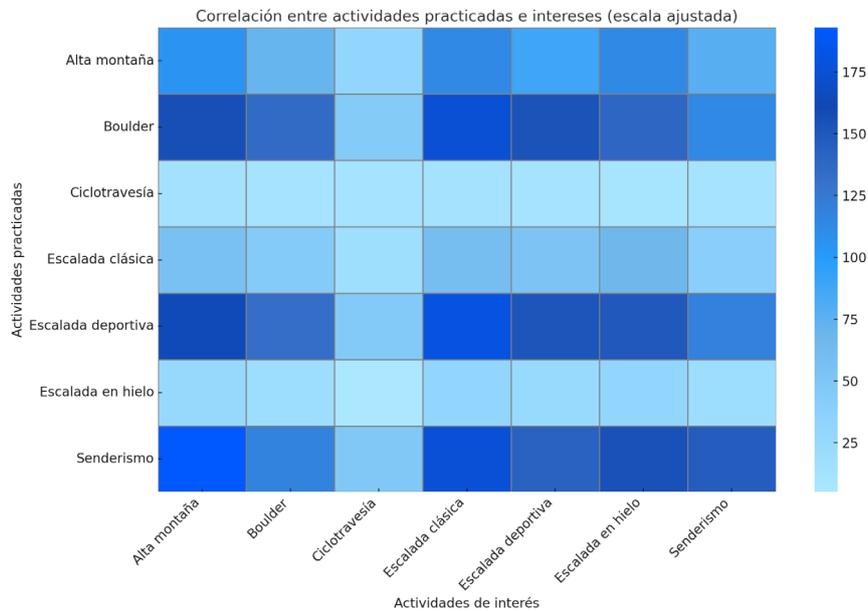
### 6. ¿Qué actividades les interesan?

Plantear esta pregunta distinta de la anterior nos permite ver a qué actividades podrían tener más presencia en el club. Quizás no sea sorprendente que los escaladores y montañistas coincidan en querer practicar escalada clásica, sobre todo si tenemos en cuenta el claro interés por la alta montaña. Es destacable también la cantidad de respuestas que recibió la práctica de escalada en hielo. Y, aunque ski, kayak y parapente hayan sido las menos elegidas, no estaban entre las opciones preestablecidas y fueron ingresadas manualmente por los censados (10 ingresos en total). El interés por cursos de escalada clásica es evidente, así como de alta montaña.



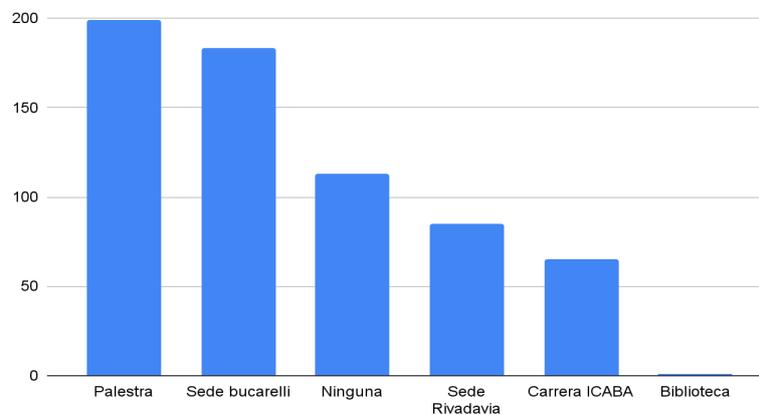
## Censo de Montañistas y Escaladores de CABA y GBA

Al cruzar las respuestas de actividades practicadas y actividades de interés, vemos algunas correlaciones obvias y otras más interesantes. Por ejemplo, hay una clara correlación entre la práctica de escalada deportiva y el interés por la escalada clásica, pero también entre la práctica de boulder y las actividades de alta montaña.



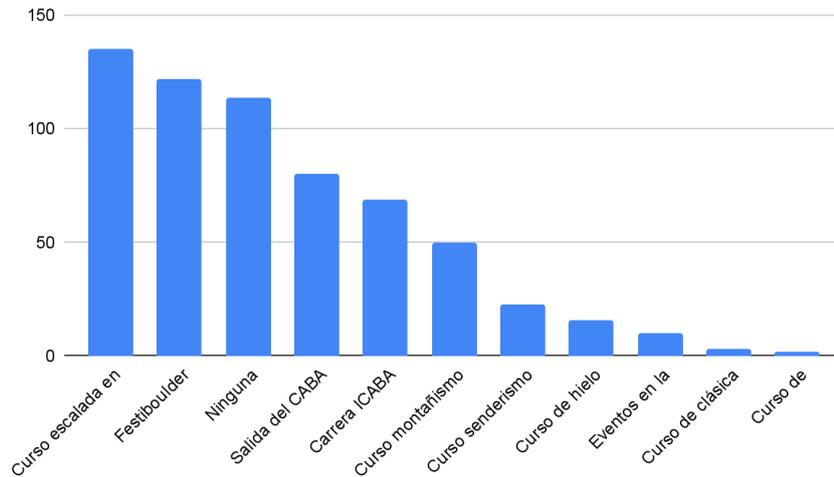
## 6. ¿Qué instalaciones usan?

Que la Palestra sea la instalación de uso más frecuente no es sorprendente, y la diferencia de concurrencia a los muros de Bucarelli y Rivadavia es conocida por cualquiera que participe de las actividades del club. Que una fracción importante de los participantes del censo, casi un cuarto, haya dicho no utilizar ninguna de las instalaciones da cuenta de una población potencial que todavía no ha tenido acceso al CABA.

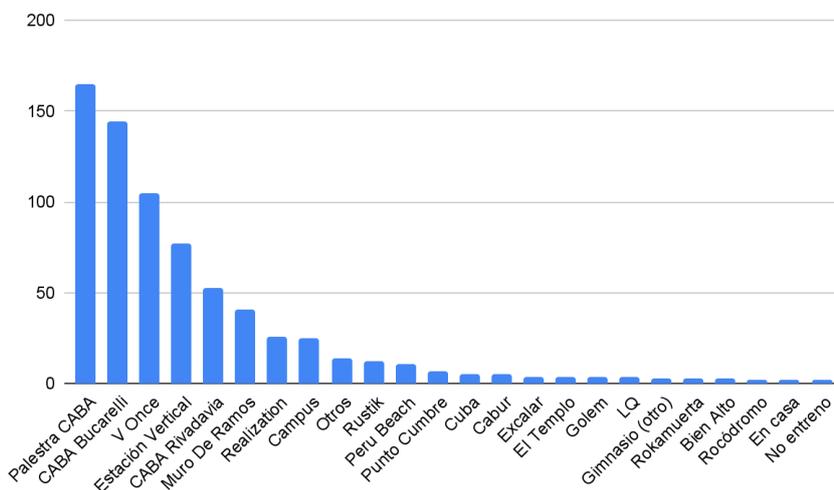


### 7. ¿De qué actividades participan o participaron?

El curso inicial de escalada en roca fue la actividad más mencionada por los encuestados, seguido de cerca por los Festiboulders. Son, sin dudas, la puerta de entrada al club. Que la siguiente opción más elegida haya sido “Ninguna” (por 114 personas) refuerza la noción de una población con simpatía por el club, pero que todavía no ha encontrado la oportunidad para participar.



### 8. ¿Dónde entrenan escalada?



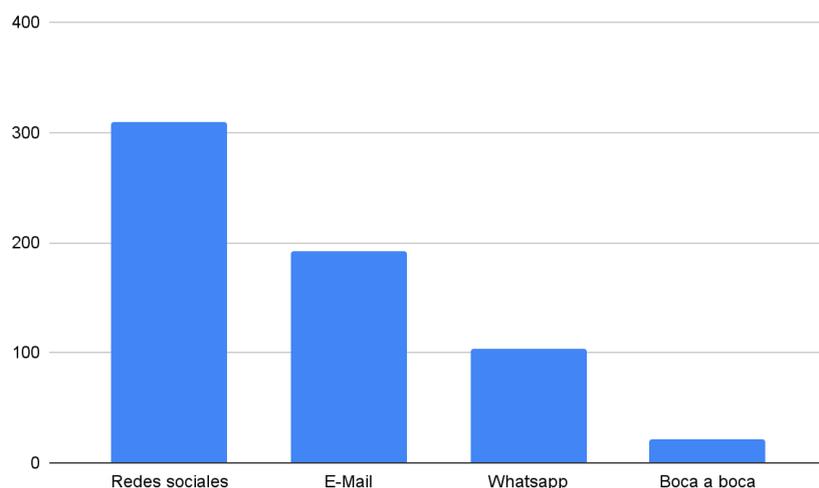
### 9. ¿A qué destinos viajan para realizar esas actividades?

La cercanía geográfica a las sierras bonaerenses es una razón obvia para la concentración de respuestas, pero también se verifica una clara predilección por la práctica de actividades en la Patagonia (109 respuestas). Esto nos lleva a pensar, por un lado, en dos caminos posibles: reforzar la propuesta de actividades en esa región, o explorar posibilidades innovadoras en zonas menos frecuentadas, como la provincia de Córdoba y las provincias de Salta y Jujuy. Fortalecer vínculos con centros de montaña en cualquiera de estas regiones también podría resultar en sinergias virtuosas.



### 10. ¿Cómo se enteran de las actividades del CABA?

El sesgo a favor de las redes sociales no es casual: fue a través de este medio que circuló más el censo. Sin embargo, nos da una noción de cuáles canales deberíamos fortalecer desde la estrategia de comunicación del club como institución.



### **Análisis interpretativo**

Las preguntas abiertas se prestan más a una interpretación que a un recuento. En función de repeticiones e insistencias, podemos trazar los siguientes ejes.

#### **1. Valoración del CABA como espacio formativo y comunitario**

Muchos comentarios destacan al Centro Andino Buenos Aires como un espacio para aprender, crecer y vincularse, lo cual posiciona a la institución como un referente no solo deportivo, sino también humano y social. La mención de la Palestra y su defensa es muy recurrente, una demostración de su centralidad como lugar de encuentro y entrenamiento. Los pedidos para facilitar el acceso a la Palestra y asociarse a la institución también son frecuentes.

#### **2. Interés por ampliar la oferta de actividades**

Las personas censadas expresan deseos de contar con más cursos, especialmente en modalidades menos frecuentes como escalada clásica y hielo, o de temas particulares, como rescate vertical, primeros auxilios, cocina de expedición. Muchos intereses y reflexiones en torno a lo cultural y la integración del club con charlas y actividades abiertas. Los pedidos por más y mejores salidas son frecuentes, así como de entrenamiento para las actividades de montaña en general. También se solicita mayor acceso a actividades gratuitas para socios y socias o bien a planes más accesibles económicamente. El pedido por actividades de cursada virtual en los trayectos teóricos es recurrente. La mejora y limpieza de las instalaciones de entrenamiento es un reclamo usual.

#### **3. Percepción sobre la comunicación institucional**

Aparecen referencias a una comunicación mejorable. Si bien se reconocen esfuerzos en redes como Instagram y el mailing, algunas personas manifiestan que se enteran de las actividades a destiempo o más por conocidos que por canales institucionales. Esto sugiere oportunidades para profesionalizar la comunicación, diversificar plataformas y reforzar el "boca a boca" como estrategia. Facilitar y mejorar la comunicación con los interesados a través de canales digitales es un pedido frecuente. Para fortalecer la comunicación interna, las carteleras son una oportunidad desaprovechada.

### **4. Inclusión, federalismo y expansión**

Varias reflexiones mencionan con admiración las actividades que se realizan en el interior del país, y en algunos casos aparece cierta frustración por no poder acceder o enterarse de ellas desde CABA o AMBA. Esto muestra interés por federalizar la oferta de actividades y de generar espacios de articulación con otros centros de actividades de montaña del país.

### **5. Cultura de montaña y valores compartidos**

Muchos comentarios revelan una identificación emocional fuerte con la comunidad de montaña, con valores como la pasión, el compañerismo y el respeto por la naturaleza. Este aspecto constituye un activo cultural clave que puede potenciarse desde la comunicación institucional.