



Resultados del relevamiento

Ushuaia Trail Race edición 2021 y 2022

Índice

Resultados Relevamiento USHUAIA TRAIL RACE.....	3
Ushuaia Trail Race Ediciones 2022 y 2021.....	4
Resultados Ushuaia Trail Race 2021.....	4
Información general.....	4
El viaje a Ushuaia.....	6
Resultados Ushuaia Trail Race 2022.....	12
Información general.....	12
El viaje a Ushuaia.....	15

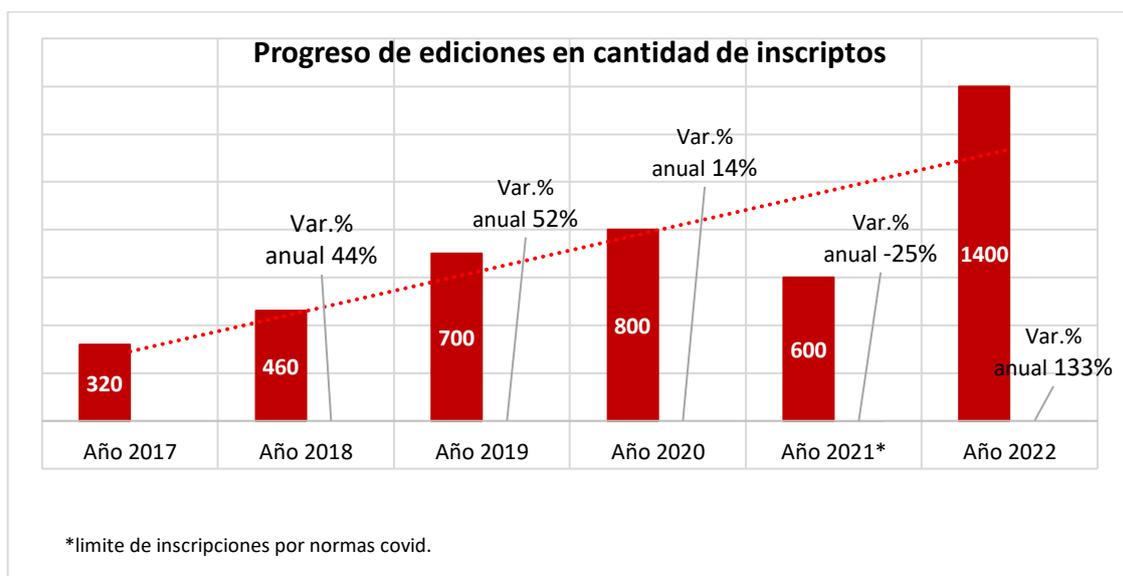
Resultados Relevamiento USHUAIA TRAIL RACE (UTR)

Introducción

En los últimos años se ha producido un auge muy significativo en las carreras de trail de montaña, Tierra del Fuego no es la excepción a esta tendencia. En este sentido y en ocasión de la carrera Ushuaia Trail Race, el Instituto Fueguino de Turismo diseñó una encuesta como herramienta para tener una aproximación al perfil del visitante que llega a Ushuaia con motivo de participar en la carrera. A partir de los datos recolectados en la edición 2021 y 2022, se obtuvo información sobre edad de los participantes, género, ocupación, lugar de residencia, como así también aspectos relacionados a la carrera y al viaje a Ushuaia.

En esta línea, Ushuaia Trail Race -Fin del Mundo es un Evento de Trail Running, que se lleva a cabo en Ushuaia. Se trata de una carrera de montaña que recorre senderos y caminos rurales, que consta de 3 circuitos con diferente dificultad técnica y distancias (10k, 25k y 50km)¹.

La primera edición de la carrera fue en el año 2017 de la cual participaron 320 corredores. La carrera fue progresando exponencialmente en cantidad de inscriptos cada año, así en su 2da edición contó con la participación de 460 corredores, presentando una variación positiva del 44%. En 2021 la carrera contó con 600 corredores inscriptos (debido a las limitaciones de cupo, por la emergencia sanitaria) y en 2022 con 1.400, con una variación anual de -25% y 133% respectivamente.



¹<http://ushuaiatrailrace.com/>

UTR Ediciones 2021 y 2022

El presente trabajo se plantea en el marco del proyecto 5.1.1 del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego AelAS. Se trata de una propuesta entre el Instituto Fuegoino de Turismo y el organizador de la carrera. La finalidad del mismo, es contar con información actualizada sobre el perfil de visitantes mediante la generación continua de estudios cualitativos de demanda. Consecuentemente se pretende elaborar una caracterización de los participantes de eventos deportivos, centrada en esta instancia, en Ushuaia Trail Race edición 2021 y 2022.

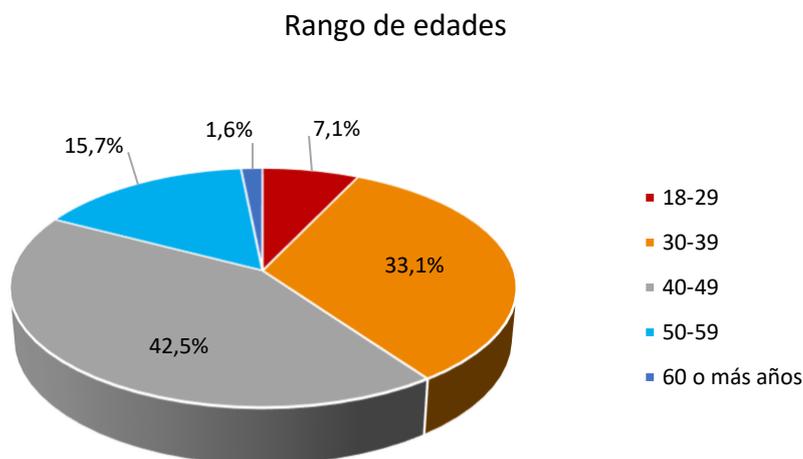
Las unidades de análisis fueron los corredores provinciales, nacionales e internacionales que se han inscripto en la carrera. Asimismo, las encuestas se realizaron a las personas, de manera online a través de un formulario estructurado elaborado en Google Form, del cual se obtuvieron 127 respuestas en la edición de 2021 y 408 respuestas en la edición 2022.

A continuación se expone el estudio de casos para la edición de la carrera Ushuaia Trail Race del año 2021 y 2022:

Resultados Ushuaia Trail Race (UTR) 2021

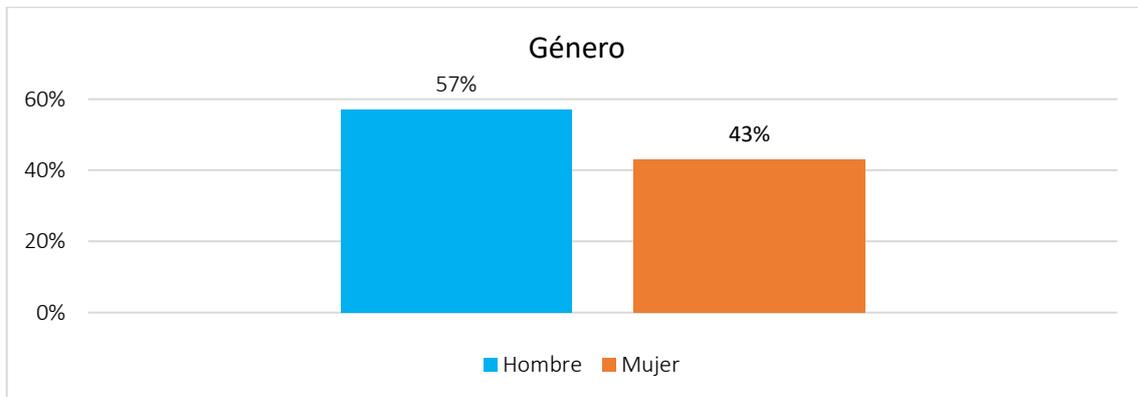
Información general

De acuerdo a la franja etaria, la mayor cantidad de participantes de la encuesta (42,5%) correspondió a personas de entre 40 y 49 años, seguido por personas entre 30 a 39 años (33,1%) y, en tercer lugar, corredores de entre 50 y 59 años (15,7%).



Fuente: Instituto Fuegoino de Turismo.

De los corredores que participaron en la encuesta, fueron más hombres que mujeres. El 43.3% correspondió al género femenino y el 56.7% masculino.

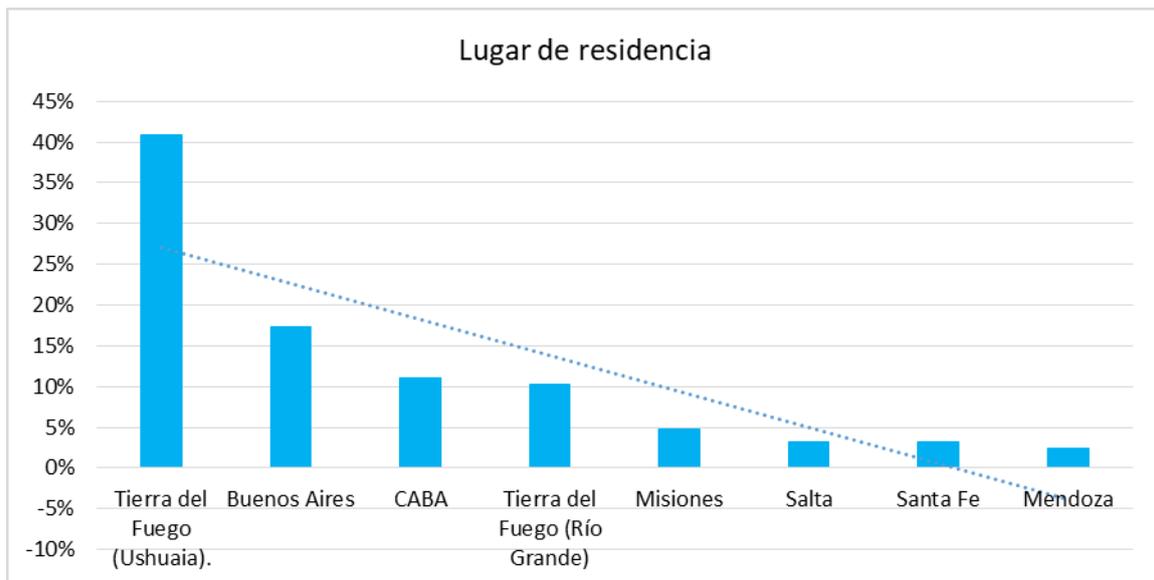


Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

En relación a la distancia a participar la mayoría de los corredores participó de la carrera de 25km (52,8%), le siguen los que participaron en 10km (23,6%) y los que participaron en la carrera de 50km (22,8%). También, se ha preguntado si han participado de otras carreras de montaña aparte de UTR 2021. El 72,2% de los corredores respondió que sí ha participado, incluso lo han hecho en más de una ocasión. En este contexto las carreras más mencionadas en orden de participación fueron las siguientes:

- El cruce Columbia Villa La Angostura
- Ultra Amanecer Comechingon-Ansilta/ Villa Yacanto de Calamuchita- Sierra grande de los comechingones
- Patagonia Run (San Martin de los Andes)
- Antiguas ediciones de UTR
- Carrera 4 refugios (Bariloche)
- Ultra Trail Mont Blanc
- Raid Columbia (Salta – Jujuy)
- Carrera en Torres del Paine
- Desafío Ushuaia
- Terma Adventura Race (Tandil)
- Ultra Glaciar Martial

Conforme al lugar de residencia, la mayoría de los participantes resultan residentes de Argentina, especialmente de Tierra del Fuego (41% Ushuaia, 10% Río Grande), le siguen los residentes de la provincia de Buenos Aires (17%) y los residentes en CABA (11 %).



Fuente: Instituto Fuegoino de Turismo.

Respecto a la ocupación de los participantes de la carrera, la mayoría se identificó como empleados 84,7%, seguido por un 6,5% de autónomos. Entre otras ocupaciones mencionadas se encuentran: desempleados, trabajo a medio tiempo, jubilados, comerciantes, amas de casa y estudiantes.

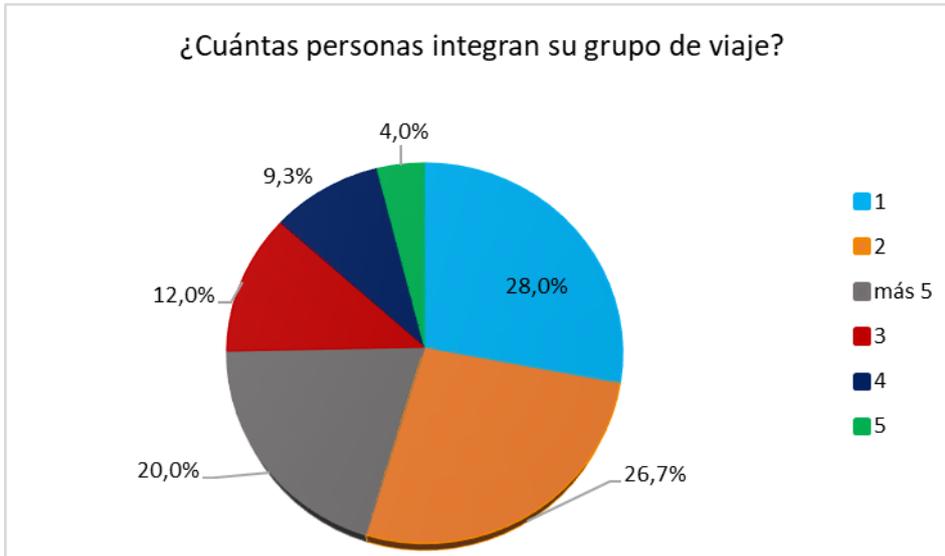
Sobre el viaje a Ushuaia

Medio de transporte

En su mayoría, los participantes arribaron por vía aérea (80,0%) seguidos por los que arribaron en vehículo (18,7%) y en menor medida los que arribaron en moto (1,3%).

Grupo de viaje

La mayoría de los corredores viajaron junto a otra persona (74,7%) específicamente con amigos (47,5%), en familia (24,6%) o en pareja (24,6%). Aunque también, en menor medida hubo algunos grupos compuestos por la combinación de los mismos. Los grupos de viaje variaron entre 1 y más de 5 personas.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

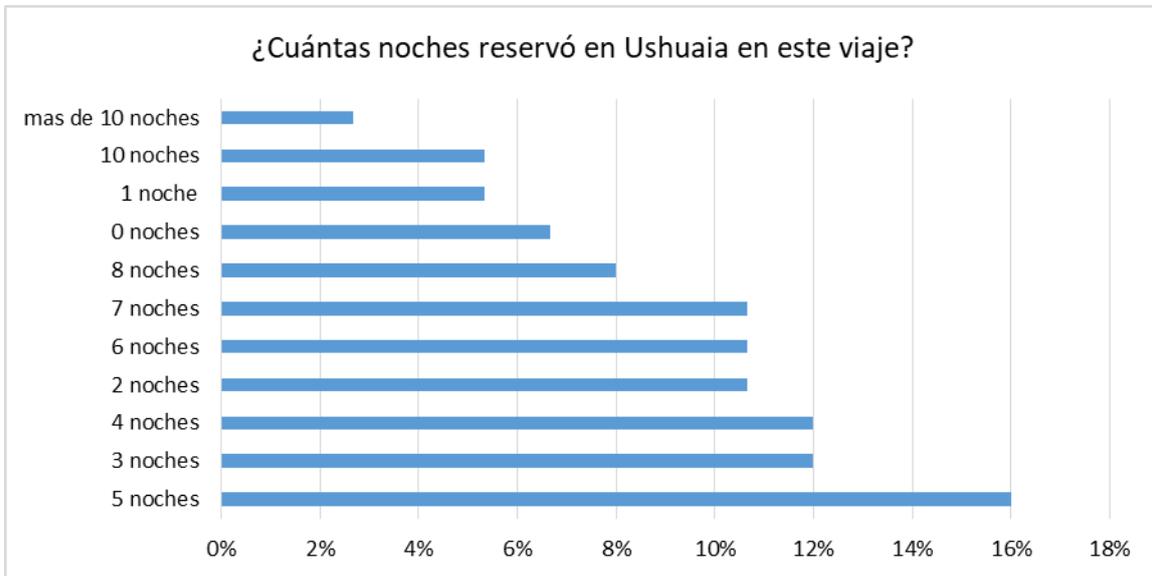
Los corredores han sido consultados por la cantidad de días de anticipación que arribaban a la localidad, en gran medida lo han hecho con 2 días (32%) o con 1 día (29%) de anticipación.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Pernoctes

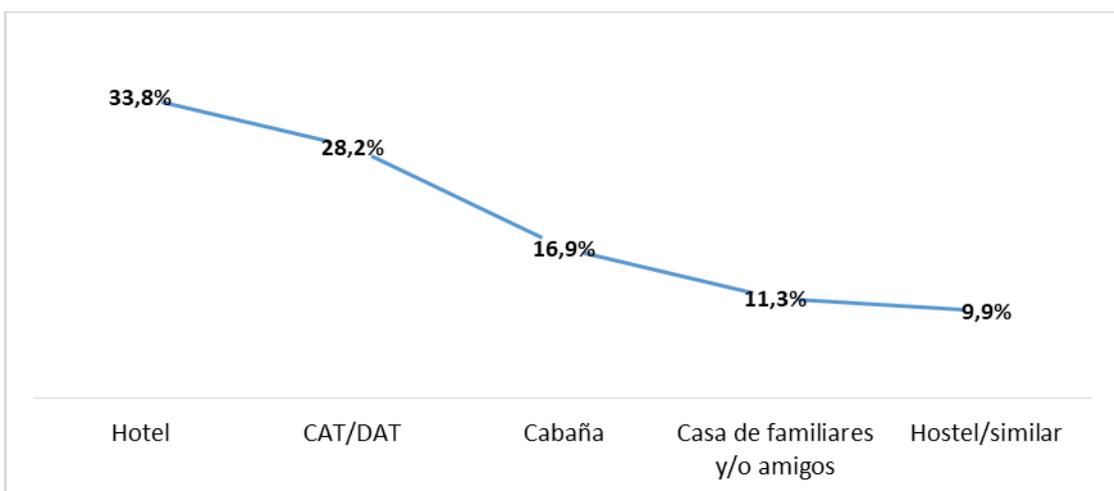
Respecto de la cantidad de noches reservadas para esta carrera, encontramos variedad de respuestas destacándose pernoctes de 5 días:



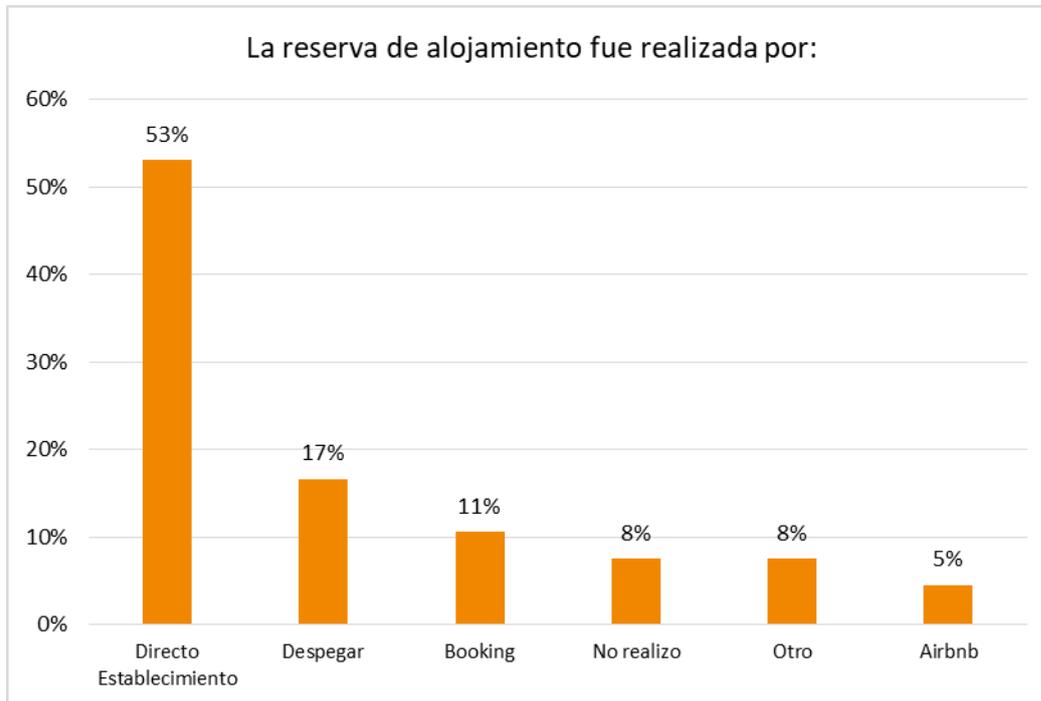
Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.

Tipo de alojamiento utilizado

En cuanto al alojamiento, un 33,8% optó por hoteles, un 28,2% por casas o departamentos de alquiler temporal (CAT/DAT) seguido por un 16,9% de cabañas. Otros alojamientos señalados fueron Hostels o similar y casas de familia. La forma de realizar la reserva fue en general tratando directamente con el establecimiento (53%), por otra parte, también se utilizó la plataforma Despegar (17%), Booking (11%), y Airbnb (5%), entre otros.



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.

Paquete turístico, servicios y excursiones

La mayoría de los encuestados (88%) contrató los servicios por su cuenta, tan sólo un 12% contrató un paquete turístico. Aquellos que lo hicieron, contrataron dentro del paquete servicios tales como: alojamiento (28,6%), excursiones (21,4%), traslados en la ciudad (14,3%), transporte a Ushuaia (10,7%), seguro de viaje (10,7%) y alquiler de auto entre otros.

Además, quienes participaron de la encuesta también mencionaron qué servicios contratarían en el destino. Entre ellos se destacan: comidas, excursiones, traslados en la ciudad, alojamiento, y alquiler de autos.

Servicios a contratar en destino	
Comidas	30,2%
Excursiones	25,2%
Traslados dentro de Ushuaia	17,6%
Alojamiento	10,1%
Alquiler de autos	6,3%

Transporte a Ushuaia	5,7%
Visitas a otras Ciudades	2,5%
Seguro de viaje	2,5%

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.

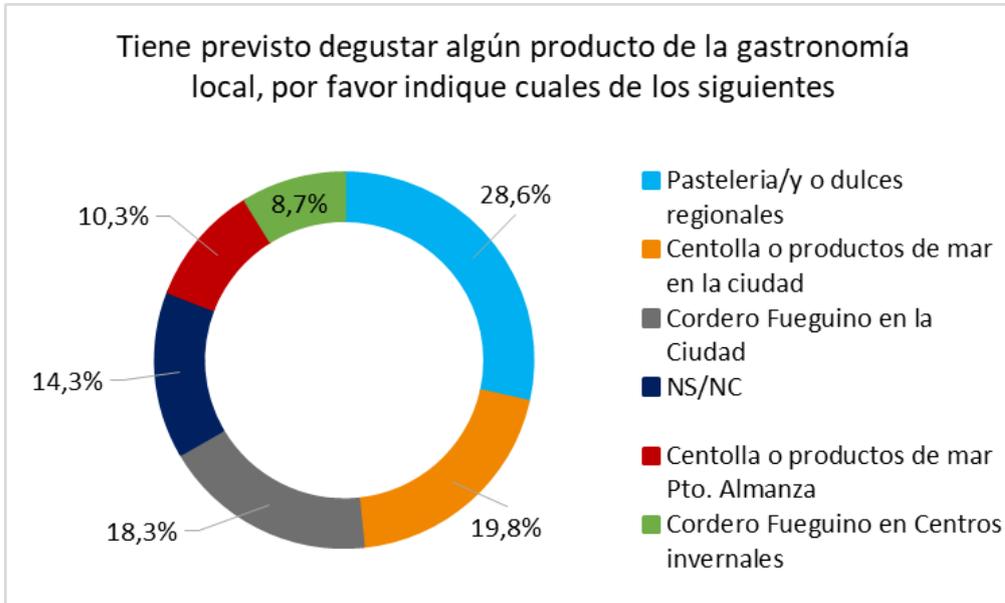
En cuanto a las excursiones que planearon realizar se distingue una amplia variedad de ellas: la visita al parque nacional, caminatas por senderos, navegación por el Canal Beagle, laguna Esmeralda, city tour, visita a museos, el Tren del Fin del Mundo, lagos Escondido y Fagnano, entre otros.



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.

Productos locales

La encuesta también consultó por otros productos locales de la gastronomía que considerarían probar, se destacan: pastelería y/o dulces regionales, la centolla y los productos de mar, y cordero. Por último se consultó por la adquisición de otros productos que pensarán adquirir en el destino, se distinguen: chocolates, souvenirs, ropa, equipamiento técnico y artesanías.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

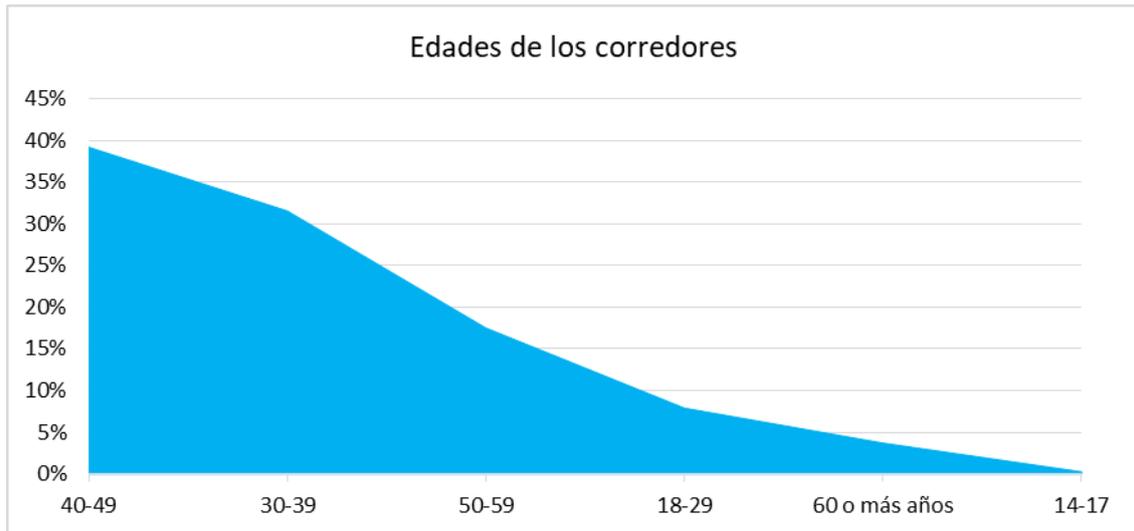
¿Tiene pensado comprar equipamiento técnico u otros elementos en el destino?	
Chocolates	23,2 %
Souvenirs	15,9 %
Ropa	15,2%
Productos locales (cervezas artesanales, ahumadas, chacinados, mermeladas, licores etc.)	13,9 %
Equipamiento técnico	11,3 %
NS/NC	11,3 %
Artesanías	9,3%

Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Resultados Ushuaia Trail Race (UTR) 2022

Información general

La mayor cantidad de participantes (39,2%) correspondió a personas de entre 40 y 49 años, seguido por personas entre 30 a 39 años (31,5%) y, en tercer lugar, entre 50 y 59 años (17,5%).

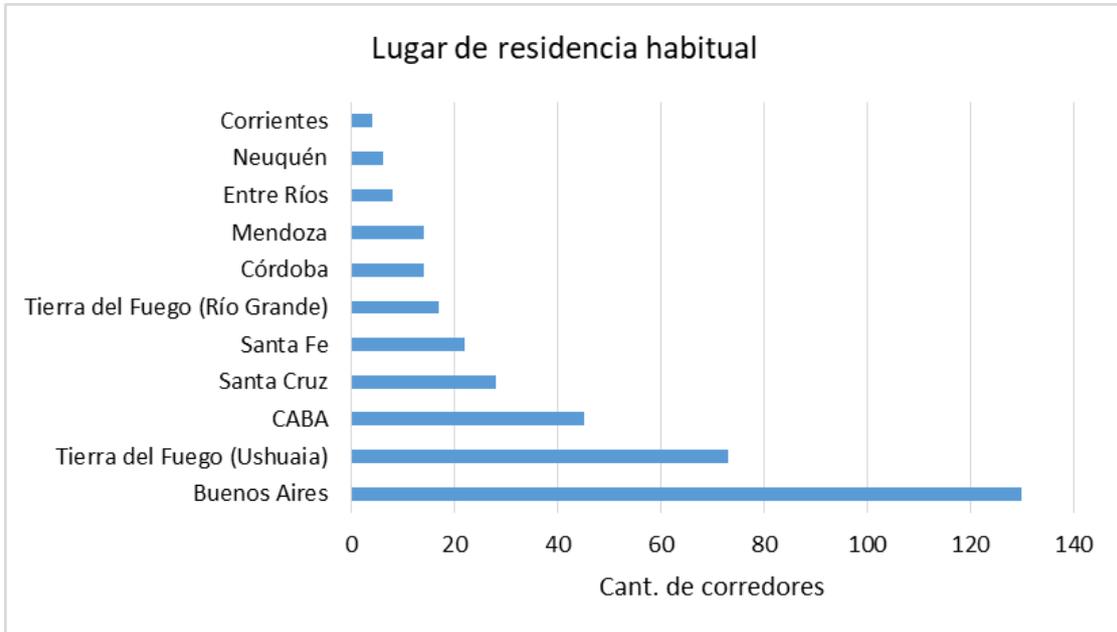


Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.

De acuerdo al género, en la carrera participaron más hombres que mujeres. El 46.7% correspondió al género femenino y el 53.3% masculino.

Residencia habitual

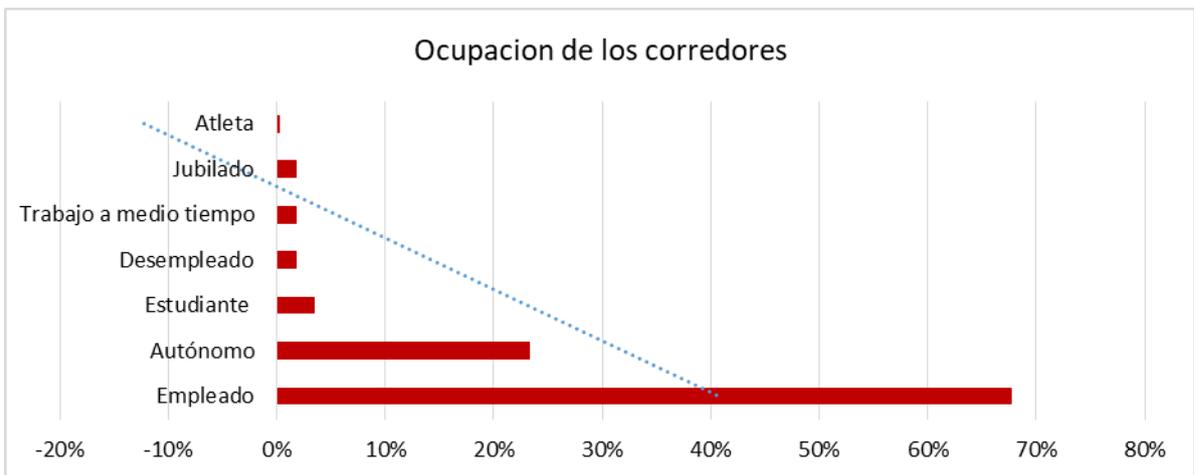
Gran cantidad de participantes son residentes en Argentina, de la provincia de Buenos Aires (31,9%), le siguen los residentes de Tierra del Fuego con 22,3% (17,9% Ushuaia, 4,2% Río Grande, 0,2% Tolhuin), y los residentes en CABA (11 %). Respecto a los residentes en el exterior, participaron residentes de México, Uruguay, Paraguay y Estados Unidos, siendo México el país más mencionado.



Fuente: Instituto Fuegoino de Turismo.

Ocupación de los corredores

Más de la mitad de los corredores son empleados 67,7%, seguido por un 23,3% de autónomos y 3,5% de estudiantes.



Fuente: Instituto Fuegoino de Turismo.

En relación a la participación en las distancias de la edición UTR 20220, la mayoría de los corredores participó de la distancia de 25km (45,7%), le siguen los que participaron en la carrera de 50km (30,7%) y los que participaron en la de 10km (23,6%).



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo.

Asimismo se les consultó si han participado de otras carreras de montaña, el 81,1% respondió afirmativamente haber realizado dos o más carreras con anterioridad. Entre estos últimos, las carreras de montaña más mencionadas son las siguientes:

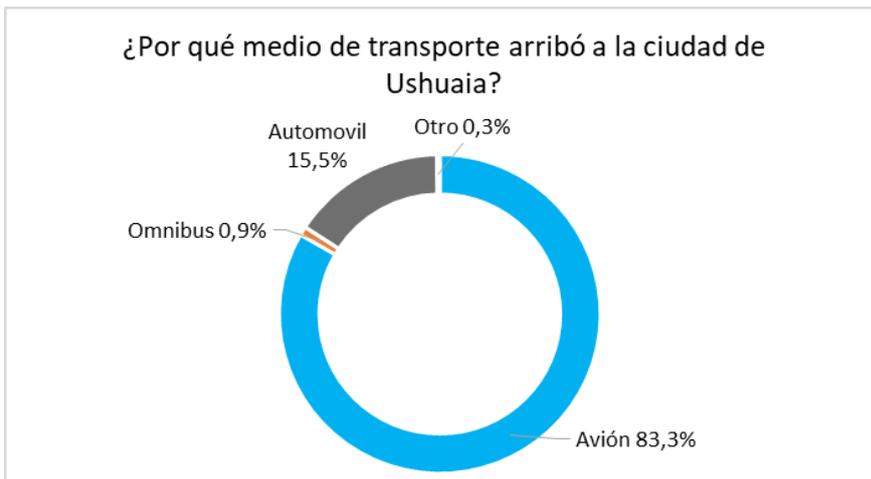
- Ultra Amanecer Comechingón- Ansilta/Villa Yacanto de Calamuchita- Sierras Grandes de los Comechingones- Córdoba (24,3%),
- Otras ediciones de Ushuaia Trail Race (21,7%)
- Patagonia Run - San Martín de los Andes (20,0%)
- El Cruce Columbia-Villa La Angostura (18,1%)
- Carrera 4 refugios – Bariloche (5,1%)

Entre otras carreras también se han mencionado en menor medida: K42-Villa La Angostura, Desafío Ushuaia UTMB, Cruce Tandilia, Black Rock, Raid Columbia-Salta, Cachi Ultra trail, Termas trail Jujuy, Andes profundo, La cumbrecita Montagne, Salomón k15, Balcarce Grupo Hetz - Valholl Villa Gral. Belgrano, Córdoba, Aconcagua, Turmalina Ultra Run, Pucon trail e provas no Brasil, Conociendo la Pachamama- Tilcara Jujuy, El desafío del puma-Río Turbio, 33k Extreme Race Huerta Grande Córdoba, Ultra Champaqui, La Cumbrecita, Neike en Corrientes, Chalten 2021- Destino Madryn, Cabeza del indio, Lanín extremo, cabeza del águila, X-treme- La Misión (San Javier de Yacanto), Kumen trail, Ultra Trail Tierras Del Diablo Balcarce, Brut-Bariloche, Huemules, Desafío del Cóndor-Río Turbio, Sawtooth 50k-EEUU, Poticos - Serra de São Bento/RN Brasil.

Sobre el viaje a Ushuaia

Medio de transporte

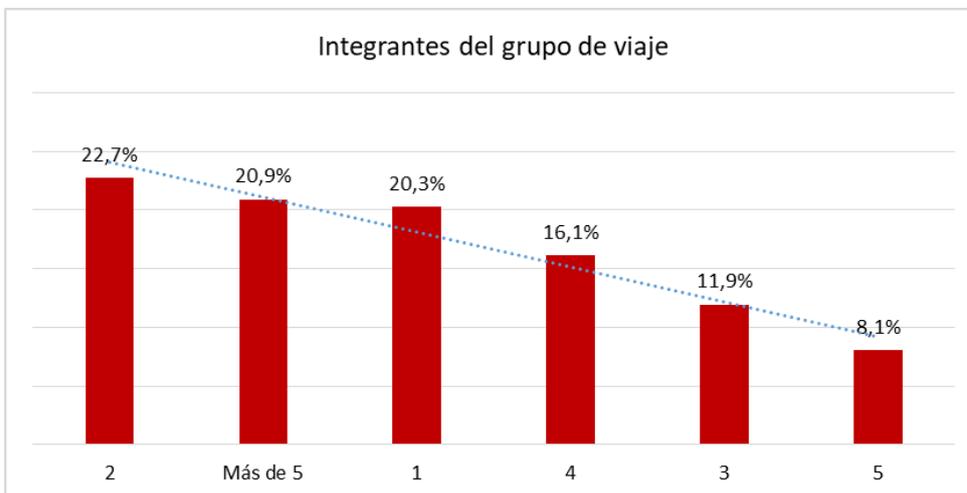
En su mayoría, los participantes arribaron por vía aérea (83,3%) seguidos por los que arribaron en vehículo (15,5%).



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

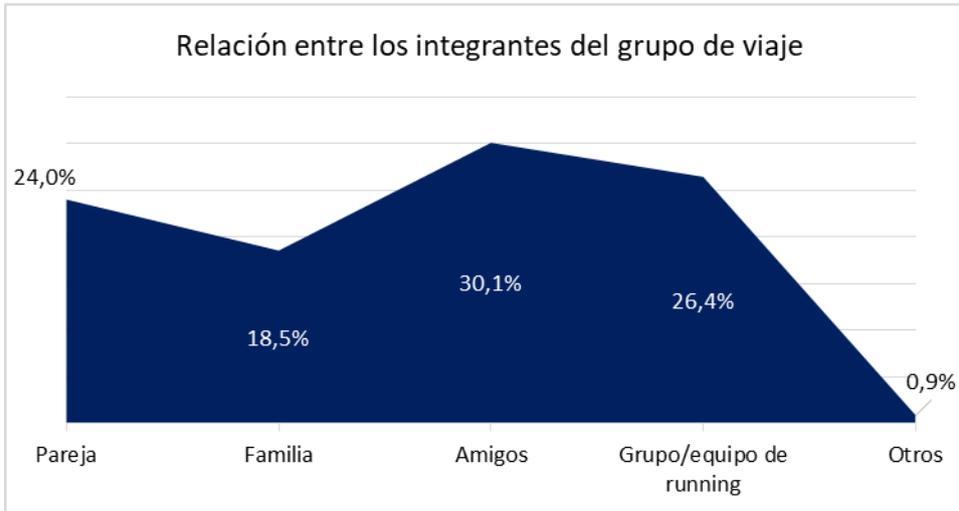
Grupo de viaje

Casi la totalidad de los corredores viajaron acompañados (79,7%).



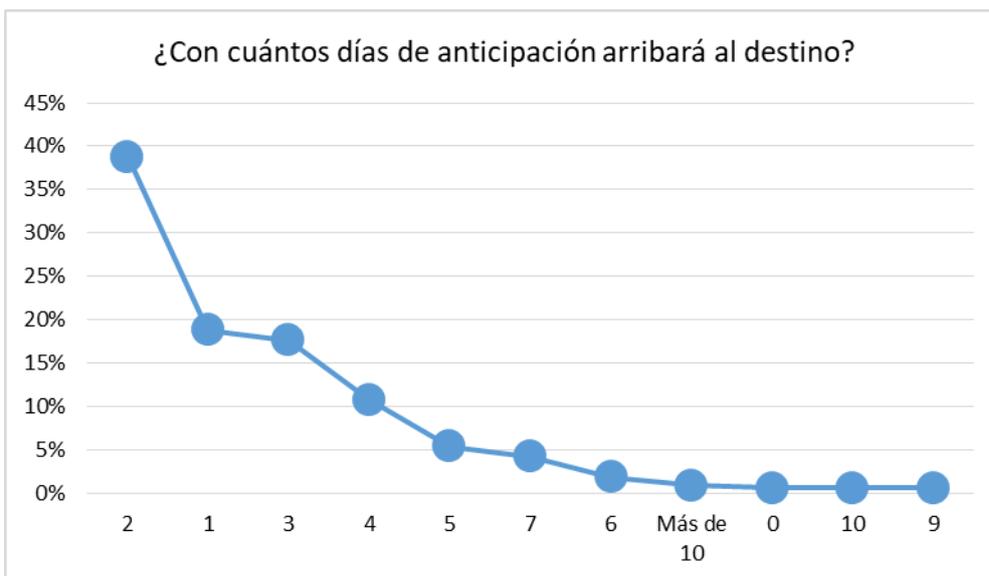
Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Respecto de la relación entre los integrantes del grupo se destacan los viajes con amigos, pareja y grupo de running. A su vez, en general los encuestados manifestaron varias modalidades en un mismo grupo de viaje, por ejemplo, la constante es el grupo/equipo de running, sumando a amigos y/o parejas al viaje.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

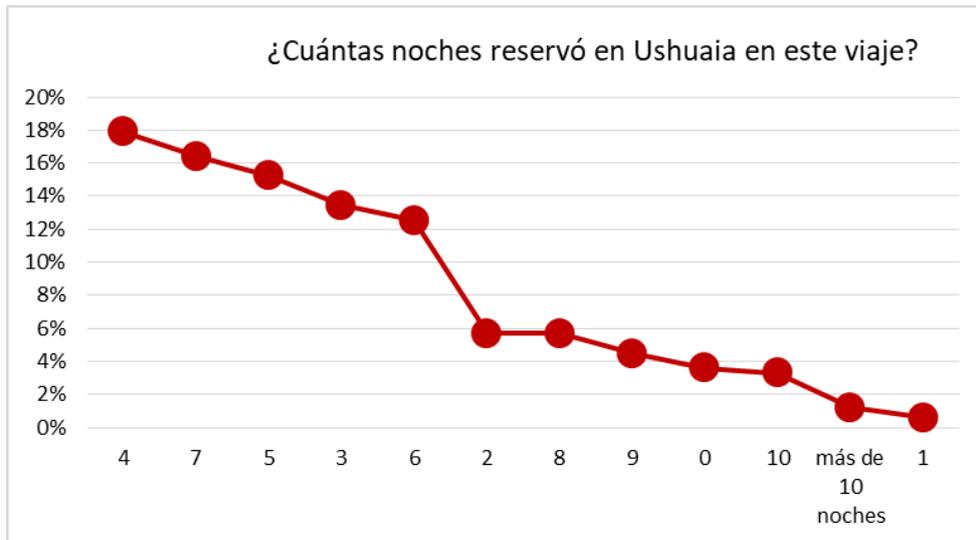
Días de anticipación con los que arribaron a destino



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Pernoctes

Respecto de la cantidad de noches reservadas para esta carrera, encontramos que la mayoría reservó entre 4 y 7 noches:

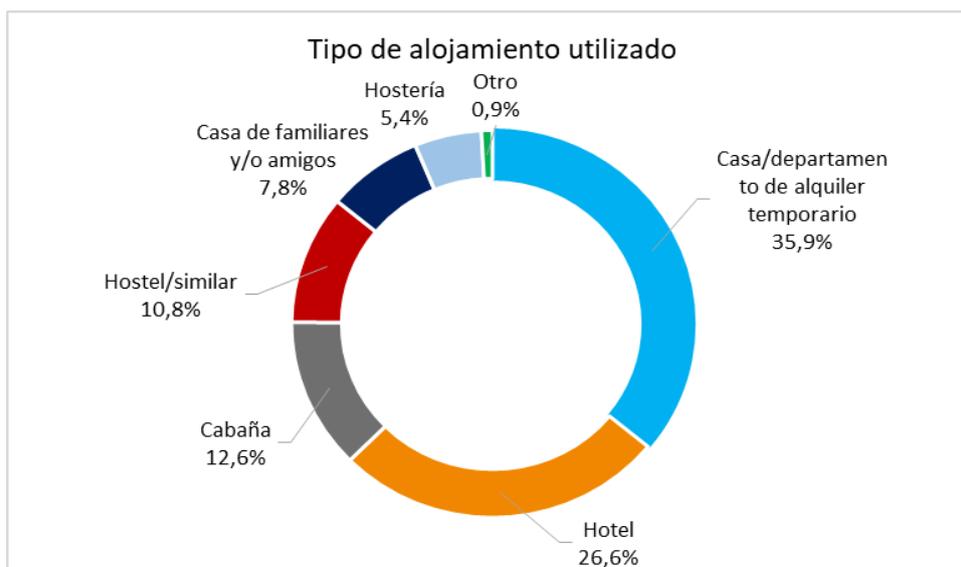


Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Tipo de alojamiento utilizado

En cuanto al alojamiento, la mayoría de los participantes optó por casas o departamentos de alquiler temporal (35,9%), seguido por hoteles (26,6%) y cabañas (12,6%).

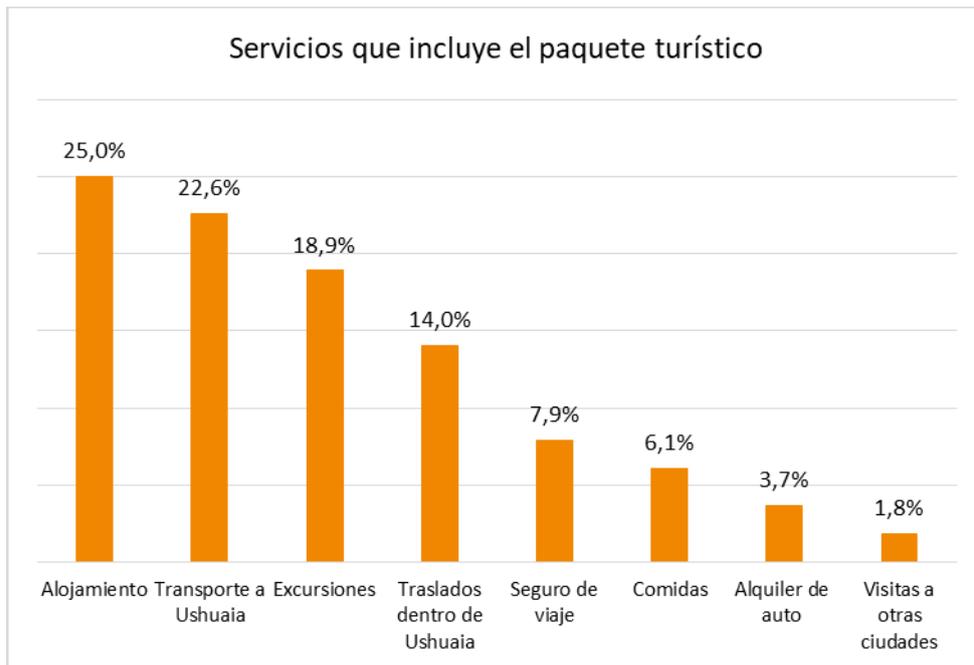
La forma de realizar la reserva fue en general tratando directamente con el establecimiento (41,4%), por otra parte, también se utilizó la plataforma Booking (26,0%), otras páginas web de reserva en línea (9,2%) y le siguen personas que han hecho reserva previa (7,9%).



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Paquete turístico, servicios y excursiones

La mayoría de los encuestados (83,0%) contrató los servicios por su cuenta, tan sólo un 17,0% contrató un paquete turístico. Aquellos que lo hicieron, contrataron dentro del paquete servicios tales como: alojamiento, transporte a Ushuaia y excursiones entre otros.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Además, quienes participaron de la encuesta también mencionaron qué servicios contratarían en el destino, entre los cuales se destacan: comidas (28,8%), excursiones (24,4%), traslados dentro de Ushuaia (19,8%), alojamiento (11,6%), alquiler de auto (9,8%), visitas a otras ciudades (4,1%) y seguro de viaje (1,6%).

En cuanto a las excursiones que planearon realizar se distingue una amplia variedad de ellas que se describen a continuación. Vale destacar que de todos los estudios de casos en su totalidad declararon visitar más de un lugar por viaje.

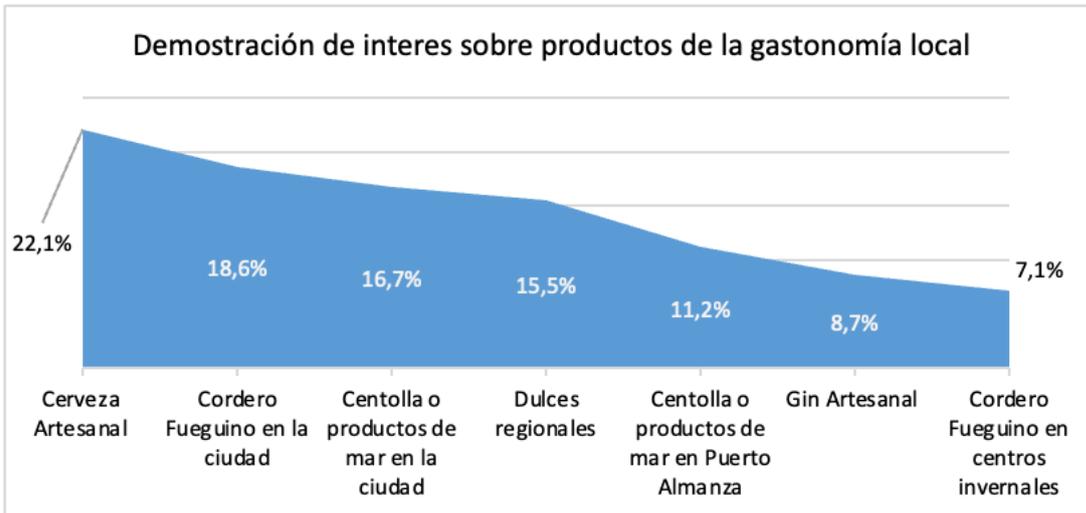
Actividades realizadas o que pretende realizar	
Navegación Canal Beagle	12,4%
Caminatas por senderos	11,5%
Laguna Esmeralda	10,9%
Parque Nacional	10,9%

Tren del Fin Mundo	10,4%
Glaciar Martial	8,5%
Lagos Escondido/Fagnano	7,5%
City tour/ paseos por la ciudad	6,8%
Visitas a museos	6,1%
NS/NC	4,0%
Corazón de la Isla/Tolhuin	2,0%
Kayak/canoa	1,9%
Excursión 4x4	1,9%
Pto.Almanza/ Pta. Paraná	1,3%
Cabo San Pablo	1,0%
Visita a estancias	0,9%
Cabalgatas	0,4%
Buceo	0,4%
Pesca deportiva	0,4%
Zona Norte/ Río Grande	0,4%
Sobrevuelos	0,3%

Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

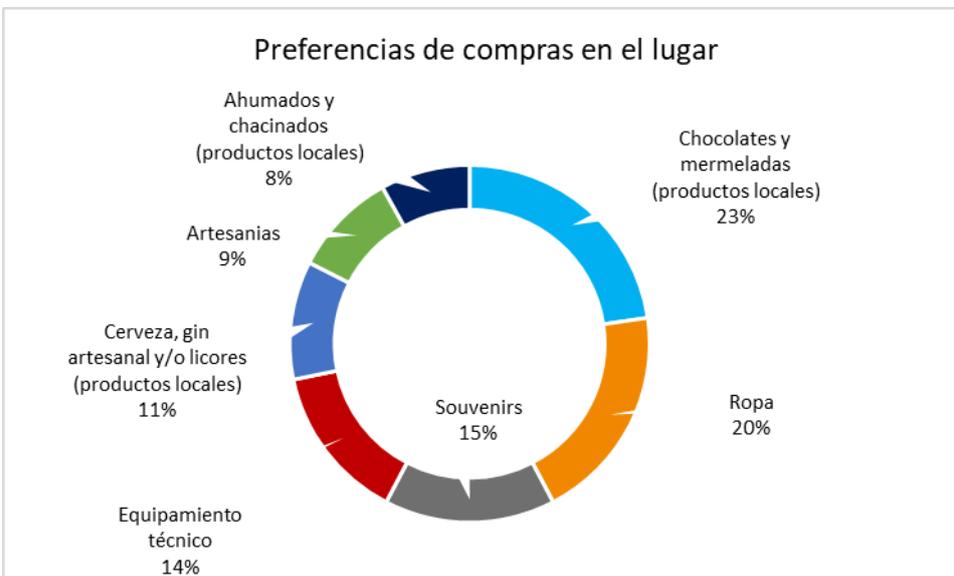
Productos locales

La encuesta también consultó por otros productos locales de la gastronomía que considerarían probar, se destacan: el cordero, la centolla y la cerveza.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

Por último, se consultó por la adquisición de otros productos que pensarán adquirir en el destino, en este sentido se distinguen los siguientes:



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo.

