

Informe Final

Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados

Diciembre de 2018

Autores: Dr. Juan Romero y Lic. José Borrelli.

Índice

Introducción	Página 3
Fase 1	Página 4
1. Introducción	Página 4
2. Capacitaciones.	Página 8
3. Metodología de encuesta piloto.	Página 10
3.1 Aclaraciones Metodológicas.	Página 14
4. Principales resultados.	Página 15
5. Conclusiones.	Página 26
Fase 2	Página 27
1. Introducción.	Página 27
2. Metodología Aplicada.	Página 27
3. Principales resultados.	Página 29
4. Reflexiones finales.	Página 44
Fase 3	Página 45
1. Introducción	Página 45
2. Metodología Aplicada.	Página 45
3. Principales resultados.	Página 46
4. Conclusiones.	Página 91
Bibliografía	Página 97
Resumen Ejecutivo	Página 98
Anexos	Página 108

Introducción

El presente documento forma parte del convenio de trabajo entre la Asociación Pro Fundación para las Ciencias Sociales (APFCS en adelante) y el Ministerio de Turismo (MINITUR en adelante), acerca del relevamiento de información, capacitación para la conformación de un Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados.

El trabajo se dividió en tres fases, en la primera se estableció la definición del calendario de talleres como la realización de cinco talleres de capacitación a técnicos en habilidades para interiorizar las tareas operativas a las que deban hacer frente, así como a los aspectos técnicos conceptuales de todas las operaciones estadísticas que se produzcan en el marco del Observatorio.

Por otra parte, se agregó la realización de una encuesta piloto para poner a prueba el formulario elaborado en dicha fase, los recursos humanos capacitados y materiales destinados para dicha encuesta. Con ello se propuso como principal motivo, evaluar los procedimientos y herramienta acordada, captar información del flujo turístico en la temporada en los diferentes Departamentos y tener una instancia de aprendizaje real.

En la segunda fase se estableció la producción de información primaria referente a la demanda turística, relevada en la Encuesta de Demanda Turística del Corredor de los Pájaros Pintados.

Finalmente en la tercera fase, se estableció la producción de información primaria: primer relevamiento del Observatorio que incluirá la medición de la oferta, demanda, inversión y empleo.

Por lo tanto, el presente documento se organiza de acuerdo a las diferentes fases del trabajo realizado para la construcción del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados, al final se establecen las reflexiones finales de los resultados obtenidos, bibliografía utilizada, un resumen ejecutivo del documento y anexos con información complementaria.

FASE 1.

1. Introducción.

El presente informe da cuenta de las actividades previstas en la Etapa 1 y 2 del plan de trabajo establecido para el desarrollo del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados. En dicho plan se estableció la definición del calendario de talleres como la realización de cinco talleres de capacitación a técnicos en habilidades para interiorizar las tareas operativas a las que deban hacer frente, así como a los aspectos técnicos conceptuales de todas las operaciones estadísticas que se produzcan en el marco del Observatorio.

Por otra parte, se agregó la realización de una encuesta piloto para poner a prueba el formulario elaborado en la Etapa 1, los recursos humanos capacitados y materiales destinados para dicha encuesta. Con ello se propuso como principal motivo, evaluar los procedimientos y herramienta acordada, captar información del flujo turístico en la temporada en los diferentes Departamentos y tener una instancia de aprendizaje real.

La información que se presenta a continuación hace referencia a las diferentes instancias de capacitación previstas, la realización de la encuesta piloto detallando metodología aplicada, principales resultados y conclusiones de tal experiencia.

La primera etapa de trabajo del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados implicó asesorar a las direcciones de turismo de los departamentos que conforman el Corredor, así como también a los actores vinculados al sector, acerca del diseño del Observatorio Turístico. Para ello se trabajó en forma coordinada entre el equipo docente de la UDELAR – CENUR LN – DCS y el consultor seleccionado.

Dicho coordinación se realizó de forma presencial en varias reuniones mantenidas tanto en el Departamento de Ciencias Sociales del CENUR LN, como en la Intendencia de Salto, y por otra parte, de forma virtual se mantuvieron una serie de reuniones por videoconferencia en la preparación de las actividades previstas en esta primera etapa.

Al estar finalizando la misma, se espera como resultado haber avanzado en el diseño de los cuestionarios a ser empleados a lo largo del corredor; definición de las características de la operativa de recolección de datos en campo, para cada uno de los tipos de operaciones; criterios del diseño y selección muestral, y fuentes de información que pueden ser utilizadas para su creación y mantenimiento.

Ante ello, los ítems que siguen a continuación convergen a informar sobre lo trabajado en tal sentido, informando las actividades realizadas en este primer trimestre y reflexiones finales acerca de los productos alcanzados, fortalezas generadas, debilidades emergentes y desafíos a futuro, por otra parte, en anexos se informa de los formularios de recolección de información durante la temporada 2018 acordados en el Corredor.

Actividades Realizadas

En este sentido cabe señalar que durante el mes de octubre de 2017 se realizaron una serie de reuniones de coordinación, ajuste y planificación de las actividades de capacitación para los técnicos de los nodos territoriales, Intendencia y actores socios, en aspectos conceptuales y técnicos referentes a las operaciones estadísticas. Dicha coordinación se realizó con el consultor y referentes territoriales del Ministerio de Turismo (en adelante MINTUR).

Durante parte del mes de noviembre se prepararon los materiales para la capacitación en forma conjunta con el consultor, y el día 27 de noviembre se inicia la capacitación en el Palacio Córdoba (Casa de Gobierno) de la Intendencia de Salto para los técnicos, actores socios y referentes de las Intendencias del Litoral Norte (Intendencias de Artigas, Salto y Paysandú). El día 30 de noviembre se realiza similar capacitación en el Centro Comercial de la ciudad de Mercedes con integrantes del Litoral Sur (Río Negro, Soriano y Colonia).

Mientras que el día 12 de diciembre se realiza en la Terminal de la ciudad de Fray Bentos la siguiente capacitación con integrantes del Litoral Sur, y el día 14 de diciembre nuevamente en el Palacio Córdoba (Casa de Gobierno) de la ciudad de Salto con integrantes del Litoral Norte.

Los temas abordados en las cuatro capacitaciones presenciales se presentan en la tabla que sigue a continuación.

Estructura	Contenido	Detalle	Duración
Lectura previa de documentos de referencia y capacitación presencial de aspectos clave.	Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Turismo a nivel nacional y subnacional. Guía práctica de implementación en las operaciones estadísticas	Interiorización de la terminología a utilizar, definiciones, conceptos clave y relación entre las recomendaciones y las operaciones estadísticas existentes.	1 día
Lectura de las fichas técnicas de las operaciones y sesión presencial.	Presentación de las principales características de las actuales operaciones del SET de Uruguay a nivel nacional ¹ . Análisis de la representatividad de cada operación para los territorios de referencia.	Lineamientos metodológicos de las operaciones. Cobertura de aplicación de las recomendaciones Internacionales. Metodologías, cuestionarios, tratamiento de la información a realizar para el uso de estas fuentes	1 día
Lectura de documentos y capacitación presencial	Diseño, coordinación y logística de la ejecución de una operación estadística (en destino, a establecimientos, en hogares).	Presentación de cuestionarios, Características de la operativa de recolección en campo para cada uno de los tipos de operaciones.	½ día

¹ Orientaciones proporcionadas por el MINTUR para garantizar la ejecución correcta de los lineamientos metodológicos y la armonización de las operaciones en todos los nodos

Presencial	Los Directorios como elemento clave de las operaciones estadísticas a la Oferta Turística: Creación, mantenimiento y gestión.	Fuentes de información que pueden ser utilizadas para su creación y mantenimiento. El marco poblacional en una operación estadística	½ día
Presencial y adecuada a la producción de operaciones estadísticas propias	Aspectos claves relacionados con la ejecución de diseños muestrales según operación estadística (en destino, a establecimientos, en hogares).	Criterios de diseño y selección muestral.	½ día
Presencial	Aspectos claves a tener en cuenta en las diferentes fases de las operaciones estadísticas.	Diseño de cuestionarios, tratamiento estadístico de la información, posibilidades de expansión de la información muestral	1 día
Presencial	Aspectos claves a tener en cuenta en la utilización de información secundaria: Acceso a los microdatos y homogeneización de fuentes.		1 día
Lectura documentos y presencial	Los indicadores del Observatorio Turístico		½ día

En esta etapa la capacitación desarrollada acerca del diseño de los cuestionarios a emplear; definición de características de la operativa de recolección en campo para cada uno de los tipos de operaciones; criterios de diseño y selección muestral y los aspectos técnicos y conceptuales de todas las operaciones estadísticas que bien vayan a ser producidas por el Observatorio, o bien vayan a ser apoyadas desde el mismo. Además se trabajó en la modalidad de taller con los responsables de las direcciones de turismo de los departamentos integrantes del corredor, en la construcción de indicadores de la demanda turística e indicadores de la calidad del empleo.

En este sentido, se logró avanzar en la elaboración de un formulario de relevamiento de la demanda turística del Corredor para la temporada 2018, el mismo se aplicó entre los meses de enero y marzo, de esta manera esta prueba piloto procura poner a prueba la capacitación desarrollada y las capacidades reales de los actores del Corredor en el relevamiento de información.

Finalmente, se ha logrado la autorización para subir los materiales de la capacitación en el sitio web del Departamento de Ciencias Sociales del CENUR LN, la dirección URL es: dcs.unorte.edu.uy.

Reflexiones Finales

Llegando a esta fase o etapa del proceso de construcción del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados, se evalúa que los objetivos planteados se alcanzaron en materia de capacitación, trabajo coordinado con el consultor y técnicos del MINTUR en territorio como también con las diferentes Direcciones de Turismo de las Intendencias integrantes del Corredor.

En tal sentido emergen como fortalezas:

1. Puesta en común de definiciones operativas de conceptos a ser medidos por el Observatorio.
2. Capacitación en aspectos metodológicos claves para el procedimiento de relevamiento, ejemplo, el poder llegar a generar un formulario en común sobre la demanda turística y acordar un piloto para esta temporada.
3. Capacidad de coordinación entre diferentes actores, verse las caras y comenzar a “visualizar” el Corredor como tal.

Pero también se visualizan debilidades:

1. Carencia de recursos humanos en cantidad y calidad de formación para llevar adelante tareas de relevamiento
2. Variado compromiso institucional de las Intendencias del Corredor
3. Posibles solapamientos en las mediciones a nivel central del MINTUR y el Corredor.

Ante ello, se presentan como desafíos a futuro el fortalecimiento de los equipos de funcionarios que se han capacitado de las diferentes Intendencias, sostener su trabajo en el tiempo pero también con mayores recursos materiales, humanos e incentivos que promuevan la superación en la tarea asignada.

Por otra parte, se presenta como desafío el desarrollo informático para mejorar el relevamiento de la información, su procesamiento y posterior difusión en la web, que sea compartida a los diferentes integrantes tanto públicos como privados del Corredor, a modo de que se visualicen resultados concretos y posibilite incentivar la participación en el mismo.

ANEXOS

Formulario de registro de la demanda.

lugar de Residencia	Principal motivo del viaje	Ocupación entrevistado	Principal localidad del Dpto visitada	Visito otro destino	Principal alojamiento utilizado en su estadía	¿Cuántos varones <18 años viajan con ud?	¿Cuántos varones entre 18 y 30?	¿Cuántos varones entre 30 y 65?	¿Cuántos varones mayores de 65?	¿Cuántas mujeres <18 años viajan con ud?	¿Cuántas mujeres entre 18 y 30?	¿Cuántas mujeres entre 30 y 65?	¿Cuántas mujeres mayores de 65?
---------------------	----------------------------	------------------------	---------------------------------------	---------------------	---	--	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Formulario de registro de visitantes.

Registro de Visitantes CENTROS DE IN					
Centro de informes/Museo:					
Año					
	Total	Uruguay	Argentina	Brasil	Chile
01-ene	0				
02-ene	0				
03-ene	0				
04-ene	0				
05-ene	0				
06-ene	0				
07-ene	0				
08-ene	0				
09-ene	0				
10-ene	0				
11-ene	0				
12-ene	0				
13-ene	0				
14-ene	0				
15-ene	0				
16-ene	0				
17-ene	0				
18-ene	0				
19-ene	0				
20-ene	0				
21-ene	0				
22-ene	0				
23-ene	0				
24-ene	0				
25-ene	0				
26-ene	0				
27-ene	0				
28-ene	0				
29-ene	0				
30-ene	0				
31-ene	0				
totales	0	0	0	0	0

2. Capacitaciones.

De acuerdo a lo establecido en el plan de trabajo se inician luego de haber coordinado las actividades en el mes de octubre de 2017, sobre los aspectos conceptuales y técnicos referentes a las operaciones estadísticas. Dicha coordinación se realizó con el consultor y referentes territoriales del Ministerio de Turismo (en adelante MINTUR).

El día 27 de noviembre se inicia la capacitación en el Palacio Córdoba (Casa de Gobierno) de la Intendencia de Salto para los técnicos, actores socios y referentes de las Intendencias del Litoral Norte (Intendencias de Artigas, Salto y Paysandú). El día 30 de noviembre se realiza similar capacitación en el Centro Comercial de la ciudad de Mercedes con integrantes del Litoral Sur (Río Negro, Soriano y Colonia).

Duración de la capacitación en ambos lugares de 4 horas, 2 horas en la mañana y 2 horas en la tarde.

Cantidad de concurrentes: el día 27 de noviembre 8 personas en la Intendencia de Salto y el día 30 de noviembre en el Centro Comercial de la ciudad de Mercedes 15 personas.

Mientras que el día 12 de diciembre se realiza en la Terminal de la ciudad de Fray Bentos la capacitación correspondiente con integrantes del Litoral Sur, y el día 14 de diciembre nuevamente en el Palacio Córdoba (Casa de Gobierno) de la ciudad de Salto con integrantes del Litoral Norte.

Duración de la capacitación en ambos lugares de 4 horas, 2 horas en la mañana y 2 horas en la tarde.

Cantidad de concurrentes: el día 12 de diciembre en la Terminal de la ciudad de Fray Bentos, 12 personas y el día 14 de diciembre en la Intendencia de Salto 6 personas.

Contenido: Fuentes de información que pueden ser utilizadas para la creación del Observatorio y mantenimiento. El marco poblacional en una operación estadística. Criterios de diseño y selección muestral. En el caso de fuentes de información se tomó como ejemplo práctico de aplicación la temática del mercado de trabajo, los diferentes indicadores, su construcción, proceso de construcción del dato, diferencias entre fuente primaria y secundaria de información y las herramientas tecnológicas actuales para el relevamiento de información. En el tema de muestreo, se trabajó acerca del porque trabajar con muestra, los diferentes tipos, procedimientos, supuestos centrales de la herramienta por ejemplo la aleatoriedad, errores comunes, herramientas tecnológicas actuales que disminuyen el error, los tipos de errores y que la muestra posibilita el trabajo de encuesta. Se tomaron ejemplos prácticos que las diferentes direcciones plantearon sobre sus propios registros, trabajando en la conformación de una muestra, formulario y variables.

El día 13 de marzo de 2018 tuvo lugar la quinta y última capacitación donde se trataron por un lado los indicadores del Observatorio, es decir de la oferta y demanda turística, del empleo, de inversión turística, etc. También se abordó el tema del Plan Operativo Anual para los 5 años, es decir de un plan de actividades –pensado en etapas- para poner en funcionamiento el Observatorio del Corredor de los Pájaros Pintados.

Se cerró la misma reflexionando acerca de la Calidad de las estadísticas que se obtendrán en el mencionado observatorio, y para ello fueron propuestos una serie de indicadores (en base a las recomendaciones internacionales y a los avances que se vayan logrando en las diferentes etapas) como por ejemplo la Relevancia, la Credibilidad, Exactitud, la Oportunidad, la Racionalidad metodológica, la Coherencia y la Accesibilidad. Los que deberán ser medidas en todas las etapas.

Materiales: se anexan las presentaciones realizadas en powerpoint.

3. Metodología de encuesta piloto.

En las últimas cuatro décadas, las encuestas ad – hoc se corresponden con uno de los métodos más utilizados en la investigación social debido, fundamentalmente, a que a través de las encuestas se puede recoger gran cantidad de datos tales como actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento (pasado, presente y pretendido), así como los datos de clasificación relativos a medidas de carácter demográfico y socio – económico.

Por tanto, dicho procedimiento se aplica para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa de la población o universo de forma que las conclusiones que se obtengan puedan generalizarse al conjunto de la población siguiendo los principios básicos de la inferencia estadística.

El Diseño Técnico.

Para tales efectos se llevó adelante la ejecución de la metodología cuantitativa, técnica empleada fue la encuesta personal (cara a cara) de tipo polietápica aplicada a los/as turistas ingresados por el Corredor de los Pájaros Pintados en los Departamentos de Salto, Paysandú, Río Negro y Soriano Colonia? Dicha encuesta se llevó a cabo con un cuestionario formado en su mayoría por preguntas de tipo cerradas, incluyendo algunas preguntas abiertas, un total de 14 preguntas.

Se define como tamaño muestral (**n**) un total de 1746 casos, sobre un universo de 57270 visitantes entre los años 2016 y 2017, dato relevado en los centros de información turística en los que se contaba con datos. Los casos fueron distribuidos proporcionalmente por Departamento y Centro de Informaciones de acuerdo al registro de visitantes del 2016 y 2017. El período de aplicación de dicha encuesta es entre los meses de enero y marzo de 2018.

La tabla que sigue a continuación es la distribución por Departamento y centros que brindaron la información de registro de visitantes entre 2016 y 2017.

Tabla 1 – Registro de Visitantes

DEPARTAMENTO	CENTRO DE INFORMACIÓN SELECCIONADO	2016 (enero a marzo)	2017 (enero a marzo)
PAYSANDÚ	Centro de Informes Centro	992	1.417
	Centro de Informes Playa	1.091	1.559
	Centro de Informes Termas de Almirón	21.294	27.682

En el caso del Litoral sur, se presentó un promedio de visitantes entre 2016 y 2017.

DEPARTAMENTO	CENTRO DE INFORMACIÓN SELECCIONADO	Promedio 2016 - 2017
RIO NEGRO	Museo Revolución Industrial	1068
	CIT Plaza Hargain	87
	Teatro Young	125
	Total	1.280
SORIANO	CIT Villa Soriano	181
	Museo Berro	221
	CIT Rosedal Mercedes	333
	Catamarán	1220
COLONIA	Total	1955
	CIT Carmelo	371
	Total	10823

Para la elaboración del marco muestral se solicitó a cada Centro de Informaciones Turísticas de las Intendencias de Salto, Paysandú, Río Negro, Soriano y Colonia los registros que contaban de turistas de los dos últimos años.

Una vez que se contó con dicha información, se realizó un diseño muestral estratificado por Departamento y según la fuente de información de cada Departamento. Una vez con dicha información, se aplicó la siguiente fórmula para tamaño de muestra: $n = 0,96 * N / (0,0025 * (N - 1)) + 0,96$.

Conformando la muestra cómo sigue a continuación:

OBSERVATORIO TURÍSTICO- REGISTRO DE VISITANTES		
DEPARTAMENTO	CENTRO DE INFORMACIÓN SELECCIONADO	2018 (Enero-Marzo) Piloto
PAYSANDÚ	Centro de Informes Centro	19
	Centro de Informes Playa	19
	Centro de Informes Termas de Almirón	341
	Muestra (n)=	379
SALTO	Centro de informes Mini Terminal Daymán	126
	Centro de informes Oficina central	127
	Administración Termas Arapey	126
	Muestra (n)=	379
RÍO NEGRO	Museo Revolución Industrial	246
	CIT Plaza Hargain	20
	Teatro Young	30
	Muestra (n)=	296
SORIANO	CIT Villa Soriano	33
	Museo Berro	35
	CIT Rosedal Mercedes	54
	Catamarán	199
	Muestra (n)=	321
COLONIA	CIT Carmelo	371
	Muestra (n)=	371

La cantidad de casos se distribuyó por el peso porcentual de cada Centro de Informes de los Departamentos integrantes del Corredor, se lo dividió por la cantidad de días hábiles en los cuales los funcionarios pueden aplicar el formulario, dicho procedimiento se realizó para cada Departamento integrante de la encuesta piloto.

El Método.

La metodología aplicada fue de diseño cuantitativo, la fuente de datos las Encuestas Piloto realizadas entre los meses de enero y marzo de 2018 en los diferentes puntos de muestreo del Corredor de los Pájaros Pintados. El análisis empleado con técnicas de análisis exploratorio (estadística descriptiva univariable), de análisis bivariante con fines descriptivos (descripción del conjunto de la población observada) y con fines explicativos (analizar posibles relaciones causales entre dos variables: independiente y dependiente), y, por último, el análisis multivariable (más de dos variables al mismo tiempo), con la cual se procura medir las influencias y las interrelaciones existentes

entre los grupos de variables, especialmente trabajando con la aplicación del modelo de regresión simple y múltiple.

En síntesis, se aplica el análisis secundario de datos definido como:

...un análisis posterior de la información que ya se ha obtenido. Tal análisis puede estar relacionado con el propósito original para el que los datos se recogieron, o puede dirigirse a un asunto bastante diferente del que instó el esfuerzo de reunión de los datos originales. Puede implicar la integración de distintas fuentes o un reanálisis de los datos de una fuente única (STEWART, 1984: 11 *in* CEA D'ANCONA, 1999: 222).

Se aplica un formulario que se anexa en cada Centro de Informes de cada Departamento, siguiendo una pauta metodológica que también se anexa al final de los formularios, se registra en papel para luego ingresar los datos en planilla electrónica. Posteriormente se enviaron los archivos por correo electrónico al CENUR LN – DCS para ser unificados en un solo archivo .sav, para su análisis estadístico.

Una vez realizado el mismo, se exportaron las salidas de las frecuencias simples en formato .doc para la difusión interna entre los referentes territoriales del proyecto, de esta manera ir conociendo las tendencias de las principales variables, errores cometidos, ajustes del trabajo en terreno.

Formulario de registro de la demanda.

Lugar de Residencia	Principal motivo del viaje	Ocupación entrevistado	Principal localidad del Dpto visitada	Visitó otro destino	Principal alojamiento utilizado en su estadía	¿Cuántas varones <18 años viajan con ud?	¿Cuántas varones entre 18 y 30 ?	¿Cuántas varones entre 30 y 65?	¿Cuántas varones mayores de 65?	¿Cuántas mujeres <18 años viajan con ud?	¿Cuántas mujeres entre 18 y 30 ?	¿Cuántas mujeres entre 30 y 65?	¿Cuántas mujeres mayores de 65?
---------------------	----------------------------	------------------------	---------------------------------------	---------------------	---	--	----------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--	----------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Formulario de registro de visitantes.

Centro de informes/Museo:													
Día													
RESIDENCIA													
Uruguay		Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Resto América	Canadá EEUU	Europa	Oceanía	Asia/Africa			
<u>Del dpto</u>	<u>Extra dpto</u>												

3.1. Aclaraciones Metodológicas.

El presente documento pretende ser una guía del procedimiento de relevamiento de información sobre la demanda turística del Corredor, en sus diferentes puntos para de esta forma coordinar dicho trabajo. El objetivo de ello es proceder con criterios semejantes al momento de abordar el turista y preguntar sobre los temas de interés planteados en el formulario.

A continuación los pasos a seguir:

- 1- Recordar que la selección es **aleatoria** del turista a ser encuestado;
- 2- El criterio de selección (número a ser aplicado) es una cifra que se ha detallado en la tabla del diseño de la muestra en Anexos, a modo de ejemplo, si el valor es 5 quiere decir que cada 5 turistas se aplicará el formulario, se preguntará al quinto hasta completar la cantidad de casos diarios, hay otros casos que no son diarios por lo tanto se aplica por ejemplo cada 2 días 3 encuestas, es decir que en una semana de trabajo de lunes a sábado serían 3 días realizando encuestas con un total de 9 encuestas;
- 3- Se debe contar con una presentación básica, se sugiere la siguiente: *“buenos días/tardes, bienvenido al Uruguay, procurando mejorar la atención a uds y su familia le haremos una serie de consultas de manera breve, me llamo (x) y soy funcionario de (x)”*...y allí se inicia la encuesta.
- 4- Una vez iniciada la encuesta, se pregunta, si la respuesta es espontánea ante la pregunta mejor, si se demora se le puede presentar las opciones de respuesta y se marca. La regla es no sugerir respuesta. Si la persona no quiere responder, se prosigue con la próxima pregunta y se llena como no sabe/no contesta.
- 5- Si el turista corta por la mitad, al inicio o en el final la encuesta por (x) motivo, esa encuesta es inválida, y se toma al siguiente turista (no se cuenta 5 por ejemplo).
- 6- Se finaliza con un: *“muchas gracias por su colaboración, buena estadía en Uruguay”*.
- 7- Al completar la cantidad de encuestas diarias se pasan los datos a la planilla Excel realizada a tales efectos.
- 8- Se ingresan los valores del formulario (papel) a la planilla Excel tal cual figura en el formulario, si el turista respondió que su residencia es 3, se ingresa el 3.
- 9- Recordar que no serán todos los centros los que hagan encuestas diarias, **lo harán únicamente aquellos que figuran con 4 o más encuestas diarias**, durante los días a la semana que se encuentren abiertos.
- 10- En el caso de los centros que no se hacen encuestas diarias, **siempre** se debe respetar el número aleatorio asignado. Por ejemplo, CIT Paysandú Centro, se hace una encuesta cada 3 días, el día de aplicación de la encuesta se espera la llegada del 5to turista y se encuesta.

4. Principales resultados.

La información que se presenta a continuación forma parte de la encuesta piloto realizada entre los meses de enero y marzo de 2018, se realizaron efectivamente 1310 encuestas en diferentes puntos de relevamiento que se detallan a continuación. La cantidad de encuestas realizadas representan el 75% de lo proyectado, lo que formará parte del análisis que sigue.

Tabla 1 – Puntos de relevamiento.

Puntos de Relevamiento	Frecuencia	Porcentaje
Anglo	385	29,4%
Termas de Almiron	333	25,4%
Catamarán	261	19,9%
Rosedal	55	4,2%
CIT Plaza Hargain	40	3,1%
Mini Terminal	40	3,1%
Villa Soriano	37	2,8%
Berro	33	2,5%
CIT Centro Salto	29	2,2%
Oficina de Turismo Paysandú	29	2,2%
Terminal Paysandú	25	1,9%
Teatro Young	22	1,7%
Termas de Arapey	17	1,3%
Oficina de Turismo Centro Salto	4	0,3%
Total	1310	100

En definitiva, el punto de relevamiento Anglo agrupa aproximadamente el 30,0% de los relevamientos, seguido de Termas de Almirón y Catamarán, los tres puntos agrupan aproximadamente el 75,0% de las encuestas realizadas indicando en dónde se efectuó la principal concentración del trabajo realizado. Por un lado, indica el fuerte trabajo en tales puntos y por otro, los necesarios ajustes organizativos para lograr la mayor y mejor representación prevista en el diseño de la muestra para el Corredor y los Departamentos integrantes.

Tabla 2 – Departamento origen del dato.

Departamento origen del dato.	Porcentaje esperado	Frecuencia Esperada	Porcentaje observado	Frecuencia Observada
Soriano	18,0	321	29,4	386
Rio Negro	17,0	296	34,1	447
Paysandú	22,0	379	29,4	385
Salto	22,0	379	6,9	90
Colonia	21,0	371	,2	2
Total	100,0	1746	100,0	1310

En el caso de la Tabla 2 se observa la distribución de la realización de las encuestas por Departamento, previamente en el diseño de la muestra se había establecido la distribución esperada (primera columna de la tabla) de acuerdo al registro de visitantes de los últimos dos años como se especificó en la metodología.

Como se observa el Departamento de Paysandú fue el que se aproximó a los valores esperados del diseño muestral, mientras que los Departamentos de Río Negro y Soriano se excedieron en la cantidad de casos realizados según lo esperado y los de Salto y Colonia no colmaron las expectativas del diseño. Esta situación plantea en términos generales a la muestra en una situación intermedia entre lo diseñado y lo realizado considerando el promedio geométrico de lo esperado es del 19,6% de encuestas y de lo observado de 21,2% de encuestas realizadas (excluyendo a Colonia tanto en esperados como observados), por lo cual, la cantidad de casos realizados darían cuenta del Corredor como un solo universo restando la posibilidad de desagregar los resultados por Departamento en Salto y Colonia, mientras que en el resto sería posible ajustando de forma aleatoria a la cantidad de casos esperados.

Finalmente, la realización dispar en la concreción de las encuestas por Departamento indicaría esfuerzos desiguales lo que estaría señalando la necesidad de mayor coordinación institucional entre los integrantes del Corredor, para maximizar los recursos humanos y materiales que se han dispuesto. Especialmente de los funcionarios dispuestos en los centros de relevamiento en el cumplimiento de la tarea asignada y del monitoreo de la misma.

Tabla 3 – Mes de realización de la encuesta.

Mes de realización de la encuesta.	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
enero	29,1	29,1
febrero	26,2	55,4
marzo	44,6	100,0
Total	100,0	

Se aprecia que la mayor cantidad de encuesta tiende a concentrarse en el mes de marzo mientras que enero y febrero presentan porcentajes similares de realización. Esta situación parecería reflejar al principio un proceso de adaptación al procedimiento para luego incorporarlo sin mayores problemas, por otra parte, debería considerarse al momento de la planificación del trabajo de las encuestas la capacidad de gestión de los recursos humanos. Es decir, considerar diferentes movimientos de turistas en la temporada y fechas “especiales” como por ejemplo en el mes de febrero fue el feriado por carnaval y varios centros termales fueron desbordados ante lo cual los funcionarios priorizaron otras actividades, de acuerdo a lo informado por la referente territorial.

En resumen, la realización de encuestas para el Observatorio del Corredor exige máximos esfuerzos durante el mes de marzo pero luego, habría que mantener la coordinación institucional entre los diferentes integrantes del Corredor para evitar los desequilibrios observados.

La tabla a continuación presenta la distribución mensual por centro de relevamiento en la realización de las encuestas.

Tabla 4 – Punto de relevamiento* Mes de encuesta tabulación cruzada.

Punto de relevamiento	Mes de encuesta			Total
	enero	febrero	marzo	
Anglo	31	156	198	385
Berro	15	11	7	33
Catamarán	117	82	64	263
CIT Centro Salto	29	0	0	29
CIT Plaza Hargain	7	21	20	48
Mini Terminal	40	0	0	40
Oficina de Turismo Centro Salto	0	4	0	4
Oficina de Turismo Paysandú	9	12	8	29
Rosedal	19	25	11	55
Teatro Young	6	12	9	27
Termas de Almirón	78	1	254	333
Termas de Arapey	10	0	7	17
Terminal Paysandú	8	7	5	20
Villa Soriano	13	19	5	37
Total	382	343	585	1310

En este caso se puede apreciar la evolución mensual en la realización de las encuestas piloto de cada centro de relevamiento. Cabe señalar que en el caso de marzo el relevamiento fue hasta el día 15, en febrero se realizaron ajustes en la operativa una vez analizados los casos de enero.

En líneas generales cada centro presenta comportamientos homogéneos en la concreción de las encuestas, el “gran salto” lo realiza Termas de Almirón en el mes de marzo triplicando la cantidad de encuestas del mes de enero por ejemplo.

Si cada centro hubiera mantenido la misma o similar realización de encuestas en febrero y marzo, el total habría superado las 1100 encuestas, por lo tanto el desafío es mantener una conducta más estable y constante en el relevamiento de la información.

En definitiva, cada centro tienen una capacidad de realización de encuestas que en la medida se mantenga constante durante la temporada se podrían alcanzar un tamaño muestral adecuado para el Corredor y cada uno de los Departamentos integrantes.

La información que sigue a continuación da cuenta del lugar de residencia extranjera de los turistas consultados.

Tabla 5 - Lugar de residencia extranjera.

Lugar de residencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Gran Buenos Aires	10,2	10,2
Rosario	1,0	11,2
Santa Fe	,5	11,6
Córdoba	2,4	14,0
La Plata	1,4	15,4
Otras ciudades Mesopotamia argentina	12,9	28,3
Otras ciudades argentinas	4,0	32,2
Porto Alegre	,7	32,9
Pelotas	,2	33,1
Rio Grande del Sur	,7	33,8
Otras ciudades sur de Brasil	,3	34,1
San Pablo	,2	34,2
Otras ciudades de Brasil	1,4	35,6
Paraguay	,4	36,0
Chile	,5	36,4
Otras ciudades de Sudamérica	2,0	38,4
Otras ciudades de América	,6	39,0
Norteamérica	,8	39,8
Europa	3,3	43,1
Resto del mundo	,7	43,8
Sin dato	48,7	92,5
No corresponde	7,5	100,0
Total	100,0	

Como se puede apreciar el 32% de los consultados serían turistas provenientes de la República Argentina, mayoritariamente de otras ciudades de la Mesopotamia argentina. Ahora, si del total de consultados (1310) se restasen los turistas con residencia en Uruguay, los turistas argentinos representan aproximadamente el 79% del total. Le siguen en peso de importancia aquellos con residencia en Brasil, aproximadamente el 9%.

En definitiva, por el Corredor de los Pájaros Pintados 7 de cada 10 turistas con residencia extranjera provienen de la República Argentina.

Tabla 6 - Lugar de residencia nacional.

Residencia nacional	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	24,8	24,8
Montevideo	1,3	26,1
Maldonado	8,6	34,7
Colonia	,3	35,0
Rocha	3,8	38,8
Canelones	,4	39,2
Salto	1,0	40,2
Artigas	,2	40,3
Cerro Largo	,6	40,9
Durazno	,6	41,5
Flores	1,7	43,2
Florida	1,7	44,9
Lavalleja	,7	45,6
Rio Negro	1,0	46,6
Rivera	1,4	48,1
San José	2,1	50,1
Soriano	5,9	56,0
Tacuarembó	,2	56,2
Treinta y Tres	,4	56,6
Sin dato	,2	56,8
No corresponde	17,2	74,0
Total	100,0	

Al analizar a los turistas con residencia nacional, se aprecia que la mayoría proviene del Departamento de Maldonado seguido de los Departamentos de Soriano y Rocha, cabe señalar que estos Departamentos dan cuenta del Corredor como un todo y no de lo que ocurre en cada Departamento integrante del mismo.

Si se considera como región sur a los Departamentos de Canelones, Montevideo, San José, Flores y Florida se agruparían aproximadamente el 7% de los turistas nacionales, ahora, cuando se cambia el (n) base es decir se excluyen los sin dato, no corresponde y ninguno, los turistas de la región sur pasan a representar aproximadamente el 12% y los de Maldonado el 16%.

En resumen, aproximadamente un 30,0% de los turistas nacionales provienen de la región sur y Maldonado, en definitiva del sureste del país.

Tabla 7 - Principal motivo del viaje.

Principal motivo del viaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ocio y vacaciones	81,1	81,1
Salud/wellness	1,1	82,2
Visitas a familiares y amigos	5,9	88,1
Religioso	1,7	89,7
Estudios	3,3	93,1
Compras	,2	93,2
Trabajo/Profesional	2,5	95,7
Trabajo remunerado en Uruguay	,7	96,4
Tránsito	,9	97,3
Segunda Residencia	,1	97,4
Otros	2,6	100,0
Total	100,0	

En este caso el principal motivo para realizar turismo es el ocio y las vacaciones, 8 de cada 10 de los consultados así lo manifiestan seguido de las visitas a familiares y amigos y por último, los estudios como motivo del viaje. Entre las tres motivaciones se agrupan el 90% de las respuestas.

En resumen, el ocio y vacaciones son el principal motivo del viaje lo que plantea el tipo de servicios y productos que se ofrecen por parte del destino para que tal motivo no solo se pueda cumplir sino también de satisfacer y motivar el retorno.

La siguiente tabla da cuenta de la ocupación principal del entrevistado, lo que estarían indicando no solamente de la fuente de ingresos de los turistas sino indirectamente de estilo de vida y con ello aproximarse a gustos, conductas, actitudes lo que posibilitaría adecuar el producto a tal estilo y aumentar las probabilidades de satisfacción.

Tabla 8 - Ocupación principal del entrevistado.

Ocupación principal del entrevistado	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Patrón, Comerciante, Industrial, Prod agrop	7,1	7,1
Profesional,	13,6	20,8
Técnico, docente, artista	10,9	31,6
Jubilado o pensionista	19,2	50,8
Empleado adm, cajero, vendedor Funcionario Público	22,6	73,4
Ama de casa	2,5	75,9
Estudiante	4,6	80,5
Obrero esp, conductor, artesano	3,0	83,5
Director, gerente	,5	84,0
Desocupado	,2	84,1
Ocupación desconocida/ Sin dato	,5	84,6
Jefe, capataz, encargado	1,0	85,6
Mozo, portero, servic. Dom, otros servicios	2,1	87,7
Trabaj. Agro o pesca	1,1	88,8
Trabaj. Sin especialización	,5	89,4
Militar, policía, aduanero, inspector, bombero, mariner	2,0	91,3
Religioso	,1	91,4
no responde	8,6	100,0
Total	100,0	

Se observa que la principal ocupación declarada fue la de empleado administrativo, cajero, vendedor, funcionario público, luego le sigue jubilado o pensionista, y en tercer lugar, profesional universitario entre tales ocupaciones se agrupa aproximadamente el 54% del total.

El tipo de ocupación estaría indicando un perfil de turistas de sectores medios según nivel socioeconómico, lo que plantearía el tipo de productos, servicios y propuestas que se llevan adelante en el Corredor. Lo que reafirma lo anteriormente dicho es que entre dichos sectores la mayoría serían empleados administrativos, vendedores, cajeros y funcionarios públicos y casi un quinto los jubilados o pensionistas, por lo tanto, habría que pensar en adecuar el tipo de servicios y productos a tal tipo de demanda.

En resumen, quienes realizan turismo en el Corredor de los Pájaros Pintados mayoritariamente son empleados administrativos, cajeros, vendedores y funcionarios públicos lo que indicarían un perfil de sectores de nivel socioeconómico medio.

Tabla 9 - Visito otro destino.

Visito otro destino	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	17,1	17,1
Montevideo	5,5	22,6
Maldonado	3,2	25,8
Colonia	8,4	34,1
Rocha	4,3	38,5
Canelones	,8	39,3
Salto	4,3	43,7
Paysandú	8,7	52,4
Artigas	,7	53,1
Cerro Largo	,8	53,8
Durazno	1,3	55,1
Flores	3,0	58,1
Florida	2,3	60,4
Lavalleja	,2	60,5
Río Negro	8,8	69,4
Rivera	,3	69,7
San José	1,1	70,8
Soriano	2,5	73,3
Tacuarembó	,4	73,7
Treinta y Tres	,2	73,8
Tránsito	,7	74,5
Sin dato	22,6	97,1
No corresponde	2,9	100,0
Total	100,0	

En este caso el primer dato es el porcentaje del 23,0% de sin dato, lo que indicaría la no pregunta o no respuesta ante la consulta, ahora, entre quienes preguntaron la mayoría respondió no visitar otro destino, le siguió como otro destino el Departamento de Río Negro, Paysandú y Colonia. Cabe señalar que en la medida que se mejore el índice de respuesta, se podrá conocer desde dónde se visitan otros destinos como los señalados.

Entonces por un lado se tiene que la mayoría entre quienes respondieron no se trasladaron a visitar otro lugar aparte del destino seleccionado, ahora, aquellos que se movieron del lugar de destino las opciones tendieron a concentrarse en el Corredor, especialmente en el sur: Colonia y Río Negro. Esta situación dada el relevamiento que es a la llegada a destino no implica que sean turistas exclusivos del destino, sino el comportamiento al momento de ser entrevistados, en esa situación expresaron comportarse como se ha señalado.

En síntesis, la mayoría tiende a no visitar otro lugar aparte del destino elegido y aquellos que sí visitan otros lugares optan mayoritariamente por los Departamentos Río Negro y Paysandú.

A continuación se analizará el principal alojamiento utilizado por los turistas, a modo de indicador indirecto de lo ya señalado acerca del perfil socioeconómico y estilo de vida de quienes realizan turismo en el Corredor de los Pájaros Pintados.

Tabla 10 –Alojamiento utilizado.

Principal alojamiento utilizado	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vivienda fliares/amigos Residentes	12,9	12,9
Vivienda propia	1,4	14,3
Hotel 1 y 2 estrellas	5,9	20,2
Hotel 3 estrellas	13,0	33,2
Hotel 4 estrellas	5,2	38,4
Hotel 5 estrellas	,3	38,7
Hotel sin categorizar	1,1	39,8
Hostal/ Albergue	2,1	41,8
Vivienda fliares/amigos No Residentes	,8	42,6
Vivienda arrendada	6,1	48,7
Ninguno	10,6	59,2
Camping	14,4	73,7
Cabañas/ Bungalows	11,1	84,8
Appart hotel	1,5	86,3
Estancia Turística	,7	87,0
Motor Home Barco, yate, crucero	2,5	89,5
Otros (especificar)	,5	90,0
no responde	10,0	100,0
Total	100,0	

Al analizar el principal alojamiento utilizado por los turistas del Corredor, lo que se observa es que la mayoría se alojan en camping, seguido en porcentajes similares aquellos en vivienda de familiares/amigos residentes y hoteles de 3 estrellas, si se excluyen los no responde estas tres categorías de alojamiento agrupan el 43,0% del total.

El tipo de alojamiento estaría indicando el perfil mayoritario de turistas de nivel socioeconómico medio, dada la opción mayoritaria por alojarse en camping y hoteles de 3 estrellas, pero también es un dato el alojamiento en casas de familiares y/o amigos lo que podría indicar redes familiares, de estudio y/o de trabajo que aprovechan estos momentos del año para estar juntos y finalmente, el hecho de alojarse en un porcentaje interesante en cabañas/bungalows (si se sumara con las anteriores opciones superarían el 50% del alojamiento, excluyendo no responde) estaría no solo confirmando el perfil socioeconómico sino especificando el mismo de acuerdo a la capacidad adquisitiva.

En definitiva, el tipo de alojamiento mayoritariamente consumido por los turistas del Corredor sería el camping indicando conjuntamente con el tipo de ocupación una aproximación al perfil socioeconómico de consumo de tales turistas.

Tabla 11 – Distribución de varones según edad.

Grupo Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menores 18 años.	432	21,1	21,1
Entre 18 y 30 años.	417	20,4	41,5
Entre 31 y 65 años.	887	43,5	86,8
Mayores de 65 años.	303	13,2	100,0%
Total	2039	100,0%	

Al analizar la variable edad en las Tablas 11 y 12 se puede apreciar que, si bien el corredor es visitado por turistas de todas las edades, la franja etaria comprendida entre los 31 y 65 años resulta ser la más destacada tanto para varones como para mujeres.

Tabla 12 – Distribución de mujeres según edad.

Grupo Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menores 18 años.	299	14,0	14,0
Entre 18 y 30 años.	417	19,5	33,5
Entre 31 y 65 años.	915	43,0	76,5
Mayores de 65 años.	498	23,5	100,0%
Total	2129	100,0%	

5. Conclusiones.

La conclusiones indican tendencias generales de los turistas que visitaron el Corredor de los Pájaros Pintados, teniendo presente la forma de ejecución del diseño muestral, ante ello se decidió suspender la realización de más encuestas hasta una nueva revisión del formulario que ayude a agilizar su operación y evite ambigüedades en su interpretación. Entrenar a los equipos de encuestadores en el mismo como en la operativa metodológica, además de ajustar la plataforma institucional que permita tomar decisiones entorno al Observatorio y esperar el desarrollo de la segunda etapa por parte de la Udelar. A continuación las principales conclusiones:

- a) Por el Corredor de los Pájaros Pintados 7 de cada 10 turistas con residencia extranjera provienen de la República Argentina.
- b) Aproximadamente un 30,0% de los turistas nacionales provienen de la región sureste del país.
- c) El ocio y vacaciones son el principal motivo del viaje lo que plantea el tipo de servicios y productos que se ofrecen por parte del destino para que tal motivo no solo se pueda cumplir sino también de satisfacer y motivar el retorno.
- d) Quienes realizan turismo en el Corredor de los Pájaros Pintados mayoritariamente son empleados administrativos, funcionarios públicos, vendedores y cajeros seguidos de jubilados/pensionistas y profesionales universitarios, ocupaciones que indicarían un perfil de sectores de nivel socioeconómico medio.
- e) La mayoría tiende a no visitar otro lugar aparte del destino elegido y aquellos que sí visitan otros lugares optan mayoritariamente por los Departamentos de Río Negro, Paysandú y Colonia.
- f) El tipo de alojamiento mayoritariamente consumido por los turistas del Corredor sería el camping, seguido de la hotelería de 3 estrellas y casas de familia indicando conjuntamente con el tipo de ocupación una aproximación al perfil socioeconómico de consumo.
- g) El grupo de edades mayoritario de turistas del Corredor se encuentra comprendida entre los 31 y 65 años, tanto para hombres como para mujeres.

FASE 2.

1. Introducción.

El presente informe da cuenta de las actividades previstas en la Etapa 3 del plan de trabajo establecido para el desarrollo del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados. En dicho plan se estableció la producción de información primaria referente a la demanda turística, relevada en la Encuesta de Demanda Turística del Corredor de los Pájaros Pintados. La misma se organiza de la siguiente manera: Metodología aplicada, principales resultados referentes a características sociodemográficas de los turistas, principales orígenes y destinos, comportamientos y actitudes de los mismos ante el consumo del producto turístico del Corredor y reflexiones finales.

2. Metodología Aplicada.

La encuesta como herramienta de relevamiento de información en las ciencias sociales es uno de los métodos más utilizados en la investigación social debido, fundamentalmente, a que a través de las encuestas se puede recoger gran cantidad de datos tales como actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento (pasado, presente y pretendido), así como los datos de clasificación relativos a medidas de carácter demográfico y socio – económico.

Por tanto, dicho procedimiento se aplica para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa de la población o universo de forma que las conclusiones que se obtengan puedan generalizarse al conjunto de la población siguiendo los principios básicos de la inferencia estadística.

El Diseño Técnico.

Para tales efectos se llevó adelante la ejecución de la metodología cuantitativa, técnica empleada fue la encuesta personal (cara a cara) de tipo polietápica aplicada a los/as turistas ingresados por el Corredor de los Pájaros Pintados en los Departamentos de Salto, Paysandú, Río Negro, Soriano y Colonia, en los centros termales del mismo, paseos públicos y centros de compra (shoppings). Dicha encuesta se llevó a cabo con un cuestionario formado en su mayoría por preguntas de tipo cerradas, incluyendo algunas preguntas abiertas (2), un total de (15) preguntas.

Se define como tamaño muestral (n) un total de 420 casos, sobre un universo de 1.026.593 visitantes durante el año 2017, según datos provistos por el Ministerio de Turismo (en adelante MINTUR), los casos fueron distribuidos proporcionalmente por Departamento según el peso de cada uno de ellos en el total de turistas de 2017. El período de aplicación de dicha encuesta fue entre los días 11 y 23 de julio de 2018.

Para la elaboración del marco muestral se consideró la información brindada por el Área de Investigación y Estadística del Ministerio de Turismo, registros que contaban los ingresos de turistas por el Corredor durante 2017.

Una vez con dicha información, se aplicó la siguiente fórmula para tamaño de muestra: $n = 0,96 * N / (0,0025 * (N - 1)) + 0,96$, cuyo resultado es de 401 casos.

La cantidad de casos se distribuyó por el peso porcentual de cada Departamento según la distribución de turistas observados durante 2017, según datos del Ministerio de Turismo.

El Método.

La metodología aplicada fue de diseño cuantitativo, la fuente de datos la ya mencionada de MINTUR en los diferentes Departamentos integrantes de la muestra del Corredor de los Pájaros Pintados. El análisis empleado con técnicas de análisis exploratorio (estadística descriptiva univariable), de análisis bivariante con fines descriptivos (descripción del conjunto de la población observada) y con fines explicativos (analizar posibles relaciones causales entre dos variables: independiente y dependiente), y, por último, el análisis multivariable (más de dos variables al mismo tiempo), con la cual se procura medir las influencias y las interrelaciones existentes entre los grupos de variables, especialmente trabajando con la aplicación del modelo de regresión simple y múltiple.

En síntesis, se aplica el análisis secundario de datos definido como:

...un análisis posterior de la información que ya se ha obtenido. Tal análisis puede estar relacionado con el propósito original para el que los datos se recogieron, o puede dirigirse a un asunto bastante diferente del que instó el esfuerzo de reunión de los datos originales. Puede implicar la integración de distintas fuentes o un reanálisis de los datos de una fuente única (STEWART, 1984: 11 in CEA D'ANCONA, 1999: 222).

Se aplica un formulario que los encuestadores aplican en los diferentes centros termales, paseos públicos y centros de compra del Corredor, siguiendo una pauta metodológica en la selección de las personas que fue la de sortear cada tres personas que salían de los centros termales y paseos de compra, mientras que se aplicaba dicho conteo en los paseos públicos ubicados en las esquinas de los mismos. El registro se realizó en tablets con el programa CSPRO, para luego los archivos generados ser unificados en un solo archivo .sav, y posteriormente su análisis estadístico.

Una vez realizado el mismo, se exportaron las salidas de las frecuencias simples en formato .doc para la elaboración del presente informe.

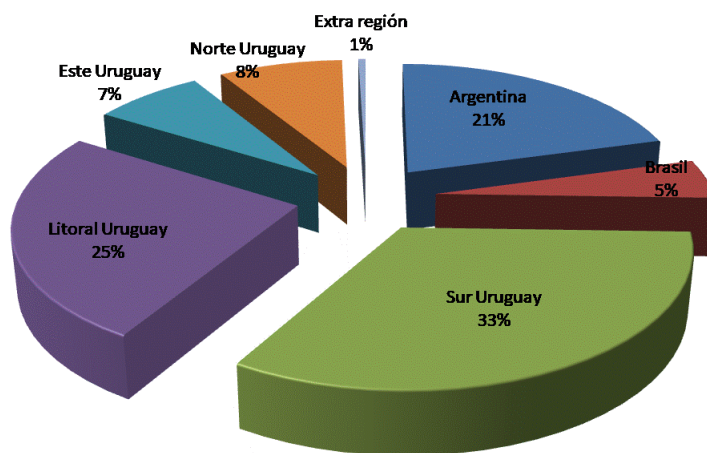
3. Principales resultados.

El siguiente informe corresponde al procesamiento de la información relevada en la Encuesta de Demanda Turística, del Corredor de los Pájaros Pintados, realizada durante el mes de julio del corriente año.

Tal como se puede apreciar en el gráfico N°1, la mayor parte de los turistas que llegan al Corredor (73%), provienen de nuestro país. De los cuales la mayor parte pertenece al sur (33%), destacando los que llegan desde Montevideo (57%) y Canelones (15%).

Le siguen los turistas provenientes del litoral del país (25%), donde destacan los del departamento de Paysandú (44%). Por su parte los menos frecuentes son los que proceden del norte (8%) y el este (7%) del país.

Gráfico N°1. Lugar de residencia (territorial)

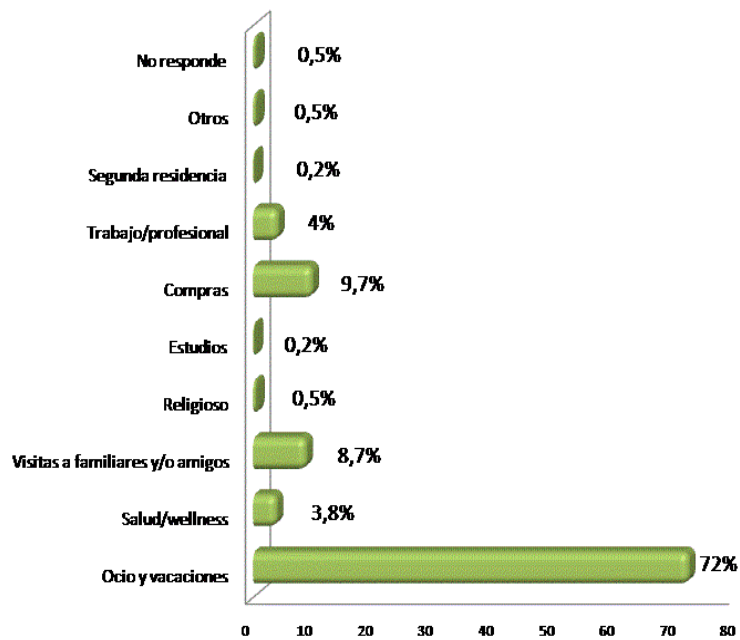


Elaboración propia

Dentro de los turistas extranjeros, los argentinos ocupan el primer lugar (21%), en su mayoría procedentes de las Provincias de Buenos Aires, Entre Ríos y Santa Fé. En segundo lugar se encuentra Brasil (5%), predominando turistas provenientes del Estado de Río Grande do Sul. Extra región solamente el 1% de los turistas (colombianos).

Por otra parte cuando se analizan las principales razones que motivaron el viaje de los individuos o grupos, como muestra el gráfico N°2, la categoría ocio y vacaciones (72%) supera ampliamente al resto. Muy alejada de la anterior aparecen como principales motivos el denominado turismo de compras (9,7%), y la visita a familiares o amigos (8,7%).

Gráfico N°2. Principal motivo del viaje



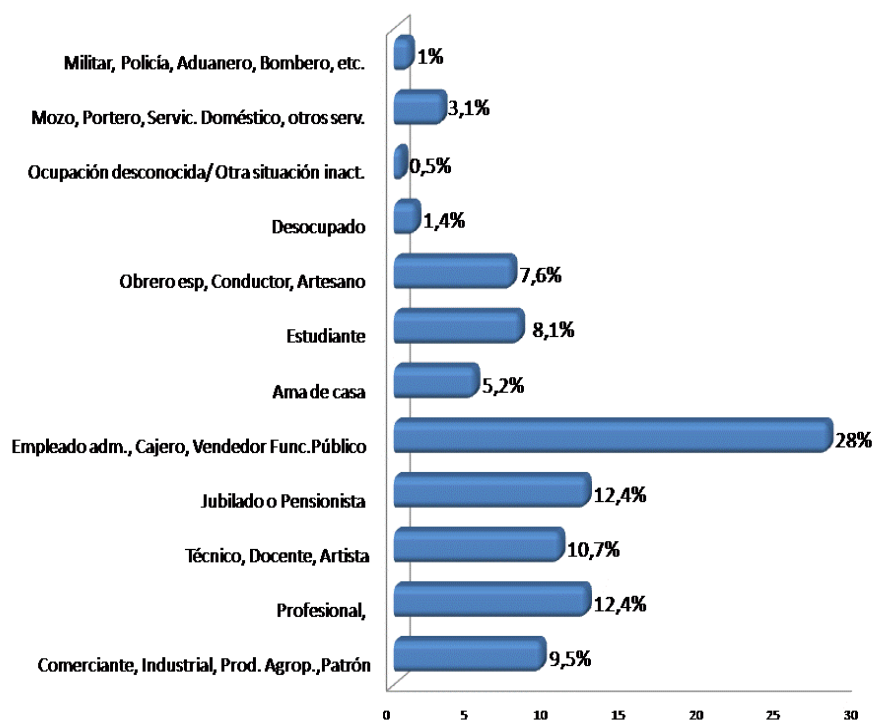
Elaboración propia

Luego encontramos a los motivos profesionales o de trabajo (4%), y al turismo salud o wellness (3,8%). Más atrás en la lista se encuentran el turismo religioso (0,5%), los estudios (0,2%), y la segunda residencia (0,2%).

Dentro de “otro” 0,5%, encontramos motivos culturales, conocer lugares, etc.

Con respecto a la ocupación del entrevistado podemos afirmar que la mayoría de los turistas se encuentra en la categoría “Empleado administrativo, Cajero, Vendedor, Funcionario público” (28%).

Gráfico N°3. Ocupación del



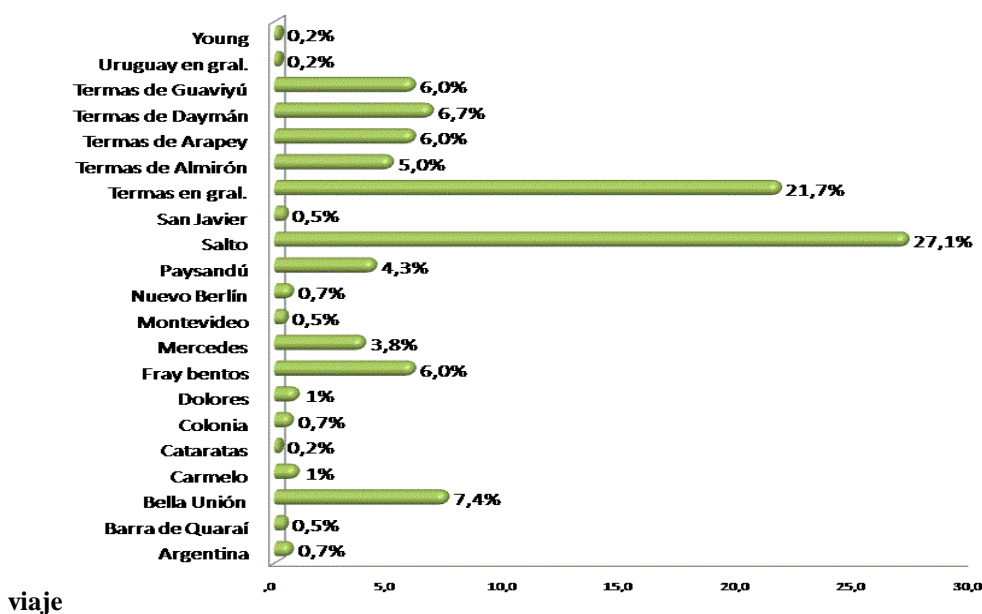
entrevistado

Elaboración propia

En un segundo lugar encontramos las categorías “Jubilados/Pensionistas” y “Profesionales” ambas con 12,4%, y “Técnico, Docente, Artista” (10,7%). Todo hace pensar –con más del 60% de los turistas dentro de las categorías anteriores- que se estaría frente a un turismo predominantemente de clase media.

Como muestra el gráfico N°3, cuando analizamos el principal destino del viaje podemos apreciar, que alrededor del 45% de los turistas se inclina por el turismo termal. A este le siguen Salto (27,1%), Bella Unión (7,4%), Fray Bentos (6%) y Paysandú (4,3%), y la ciudad de Mercedes (3,8%).

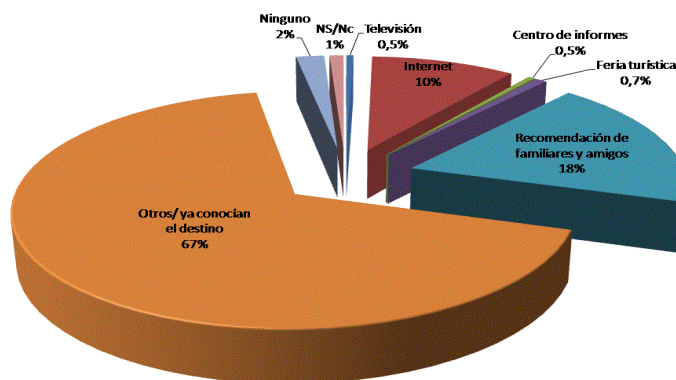
Gráfico N°4. Principal destino del



Elaboración propia

Cuando el visitante es interrogado acerca de la manera en que se entera de la existencia del destino, se puede apreciar que corresponde a un público de alguna manera fidelizado, puesto que ya conocía el lugar del Corredor donde fue encuestado y ha vuelto a él (67%). En este aspecto revisten importancia también aquellos turistas que llegan por primera vez recomendados por familiares y amigos (18%).

Gráfico N°5. ¿Cómo se enteró del destino?

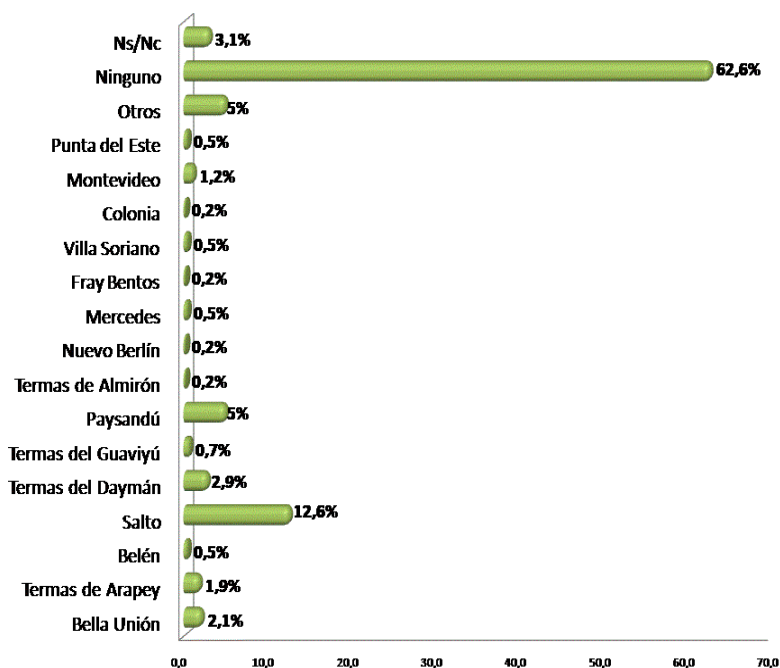


Elaboración propia

La elección de éstos canales de comunicación y difusión del Corredor, como internet (10%), las ferias turísticas (0,7%), la publicidad en televisión (0,5%), o la información proporcionada en los centros de informes turísticos (0,5%), sin duda serán relevantes al momento de decidir plantear estrategias de marketing del destino.

Se indagó además acerca de la posibilidad que estuviesen o no de paso en el Corredor, siendo la intención final visitar otro destino. Como muestra el gráfico N°4 la respuesta fue contundente, más del 62% contestó que no tenía intenciones de visitar otro destino, solo contestaron afirmativamente una pequeña porción donde destacan los que visitarán Salto (12,6%) y Paysandú (5%).

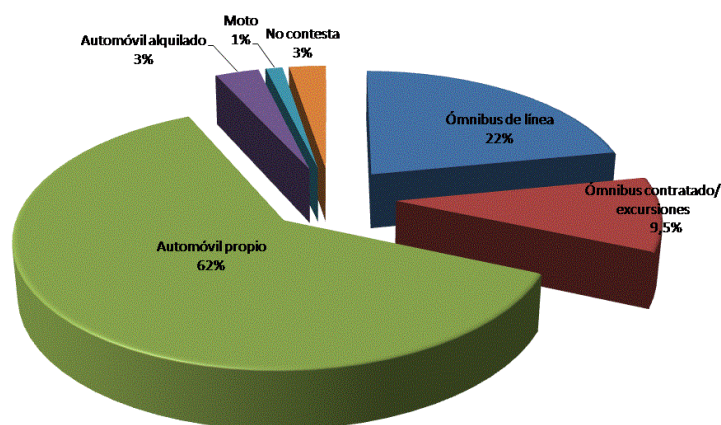
Gráfico N°6. Durante este viaje ¿visitará otro destino?



Elaboración propia

Otra variable cuyo relevamiento es de vital importancia al momento de caracterizar la demanda turística, es conocer la manera en que los turistas se trasladaron hacia el lugar. En este sentido el gráfico N°5 nos muestra como la amplia mayoría de los turistas (62%) llegaron a los distintos puntos del Corredor en automóvil propio.

Gráfico N°7. ¿Cuál fue el medio de transporte mayormente utilizado?

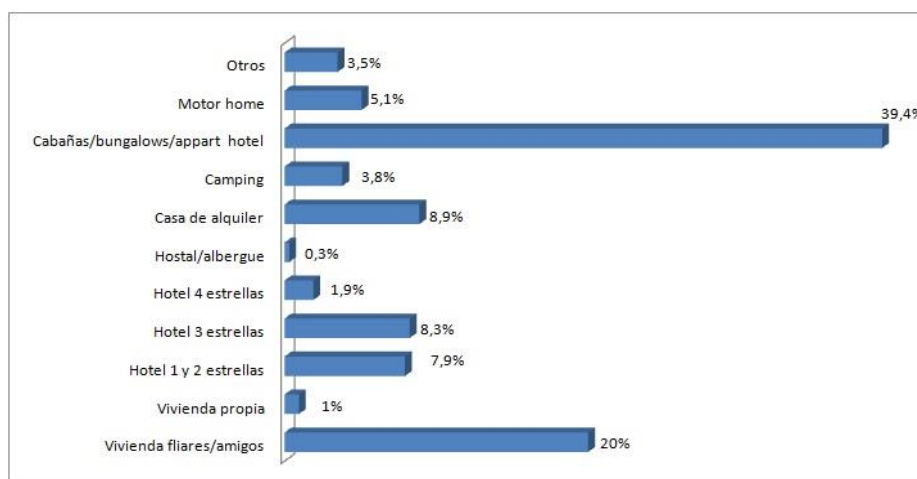


Elaboración propia

Aunque gran parte de ellos también utilizó el Ómnibus, ya sea el de línea o transporte interdepartamental (22%), o aquellos contratados para la ocasión como por ejemplo las excursiones (9,5%). Solo una fracción muy pequeña contestó vehículos de alquiler (3%), y moto (1%).

Otra característica clave a relevar era la cantidad de días que el turista se quedaría en el lugar. Como se puede apreciar en la tabla N°3 el rango presentaba bastante variación, es decir hubo individuos que contestaron 0 (es decir que visitaban por el día) y otros que lo hacían por 40 días.

Gráfico N°8. ¿Cuál fue el principal tipo de alojamiento utilizado?



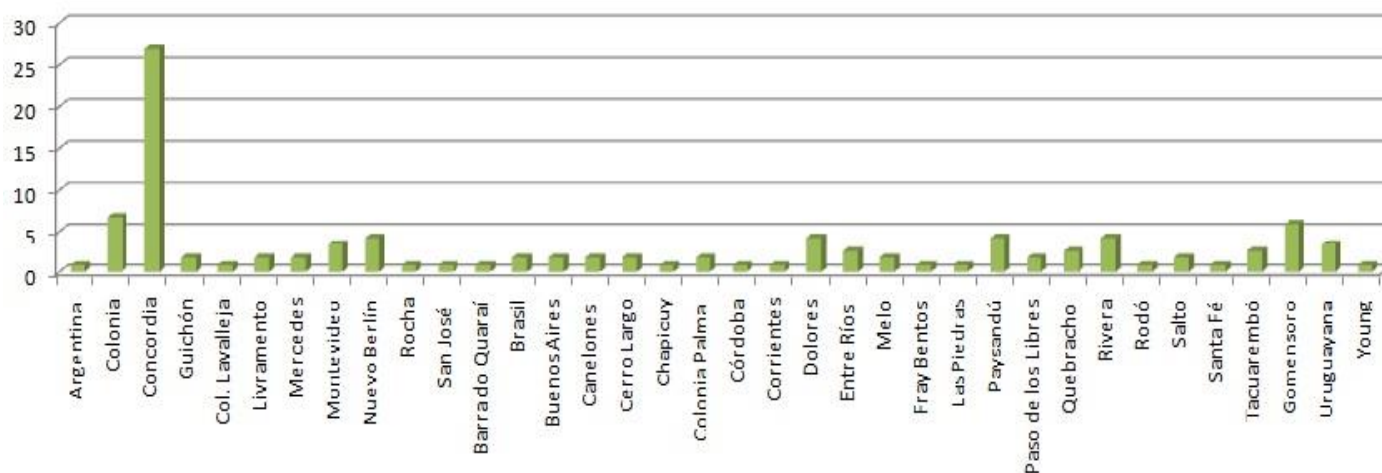
Elaboración propia

Con respecto al tipo de alojamiento que utilizaron en los distintos puntos del Corredor podemos afirmar -como se aprecia en el gráfico N°6- que destacan las “Cabañas/Bungalows/appart hotel” (39,4%), le siguen las “Viviendas de

Familiares/amigos” (20%). Luego aparecen tres categorías (todas ellas en torno al 8%) “Casa de alquiler” (8,9%), “Hotel 1 y 2 estrellas” (7,9%), y “Hotel 3 estrellas” (8,3%). Los “Hoteles 4 estrellas” solamente fueron utilizados por 1,9% de los turistas.

Con respecto al lugar de residencia de los excursionistas o visitantes por el día, los resultados fueron bien variados. Existen algunas pistas –como diferencias en el cambio, etc.- que podrían estar indicando algún tipo de inclinación de las visitas por el día orientadas principalmente al turismo de compras, como es el caso de los concordienses en Salto.

Gráfico N°9. Lugar de procedencia de visitantes por el día.



El detalle se lo puede apreciar en la tabla que sigue:

Tabla 1 - Lugar de procedencia de visitantes por el día.

Lugar de Residencia	% de Visitantes por el día
Argentina	0,8
Colonia	6,7
Concordia	26,9
Guichón	1,7
Col. Lavalleja	0,8
Livramento	1,7
Mercedes	1,7
Montevideo	3,4
Nuevo Berlín	4,2
Rocha	0,8
San José	0,8
Barra do Quaraí	0,8
Brasil	1,7
Buenos Aires	1,7
Canelones	1,7
Cerro Largo	1,7
Chapicuy	0,8
Colonia Palma	1,7
Córdoba	0,8
Corrientes	0,8
Dolores	4,2
Entre Ríos	2,5
Melo	1,7
Fray Bentos	0,8
Las Piedras	0,8
Paysandú	4,2

Paso de los Libres	1,7
Quebracho	2,5
Rivera	4,2
Rodó	0,8
Salto	1,7
Santa Fé	0,8
Tacuarembó	2,5
Gomensoro	5,9
Uruguayana	3,4
Young	0,8

La siguiente tabla nos muestra un extracto de las profesiones más importantes (que en su conjunto conforman el 80% de la muestra) distribuidas según tramos de gastos. Para ello se procedió a recodificar la variable gastos en tramos de 50 dólares cada uno (recordemos que el promedio del gasto=50 dólares/persona/día con un rango de 0 a 350).

Dos cosas muy claras se muestran a continuación, la primera es que más del 60% de los turistas (de las profesiones más relevantes) declara que gastó por debajo del promedio del Corredor, y que el 26,3% lo hizo en el rango de los 51 a 100 dólares por día. Si sumamos ambas cifras estamos en condiciones de afirmar que poco más del 90% de los individuos (de las profesiones más importantes que llegan al corredor) gasta menos de 100 dólares por día.

Tabla 2 – Gastos según ocupación.

	0 a 50	51 a 100	101 a 150	151 a 200	201 a 250	251 a 300	301 a 350	Total
Empleado adm, público/priv.	21,4	9,5	1,5	1,5	0	0	0	33,9%
Jubilado/ pensionista	11,9	2,1	1,8	0	0	0	0	15,8%
Técnico, Docente, etc.	11,9	4,3	0,3	0	0	0	0	16,5%

Profesional universitario	7,3	4	2,4	0,3	0	0	0	14%
Comerciante, Indust, Prod. Agrop.	7,6	4,3	0,6	0,3	0	0	0	12,8%
Ama de Casa	4	2,1	0,6	0	0	0	0	6,7%
Total	64,1%	26,3%	7,2%	2,1%	0	0	0	100%

En la próxima tabla se hará referencia de los días que durará el viaje por parte de los turistas consultados.

Tabla N°3. ¿Cuántos días durará el viaje?

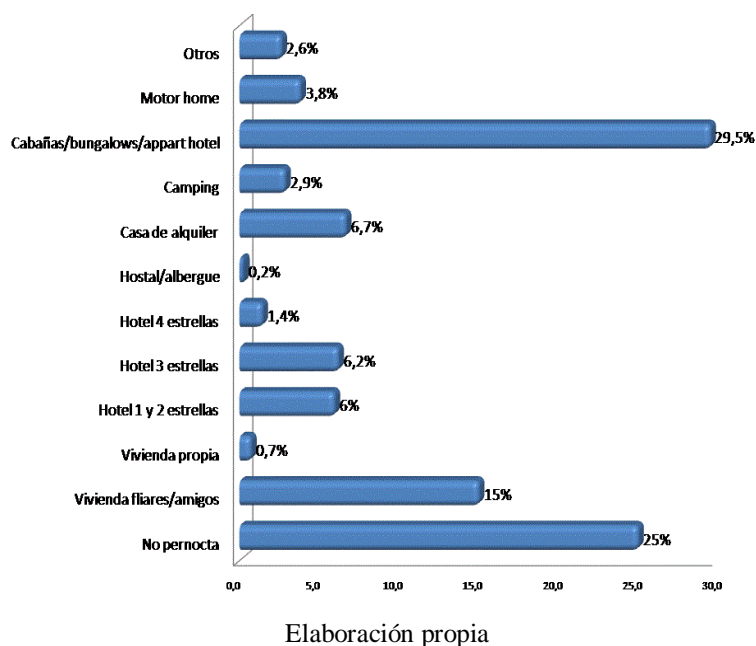
N= 420 casos	
Media	3,70
Mediana	3,00
Moda	0
Desviación estándar	4,330
Varianza	18,748
Rango	40
Mínimo	0
Máximo	40

Elaboración propia

Por ello fue preciso centrarse en ambas medidas de tendencia central (media y mediana) para afirmar con seguridad el número al que deseamos arribar. Es así que se pudo verificar que en promedio los turistas se quedan en el Corredor entre 3 y 3,5 días.

Con respecto al tipo de alojamiento que utilizaron en los distintos puntos del Corredor podemos afirmar -como se aprecia en el gráfico N°6- que destacan las “Cabañas/Bungalows/appart hotel” (29,5%), le siguen las “Viviendas de Familiares/amigos” (15%). Luego aparecen tres categorías (todas ellas en torno al 6%) “Casa de alquiler”, “Hotel 1 y 2 estrellas”, y “Hotel 3 estrellas”. Los “Hoteles 4 estrellas” solamente fueron utilizados por 1,4% de los turistas.

Gráfico N°10. ¿Cuál fue el principal tipo de alojamiento utilizado?



Debemos tener presente el dato que el 25% de los turistas no pernocta en el corredor.

Con respecto al gasto diario de los turistas que llegan al Corredor –tal como se aprecia en la tabla N°2- podemos afirmar que el mismo se encuentra entre 45 y 55 dólares (50) por persona/día.

Tabla N°4. Promedio de gasto diario (en dólares)

N=420 casos	
Media	53,95
Mediana	45,00
Moda	0
Desviación estándar	55,000
Varianza	3025,012
Mínimo	0
Máximo	350

Elaboración propia

A continuación se presentan los datos sociodemográficos de la demanda analizada.

Tabla N°5. Departamento de realización de la encuesta de demanda.

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Salto	51,2	51,2	51,2
Artigas	8,3	8,3	59,5
Colonia	1,7	1,7	61,2
Río Negro	9,3	9,3	70,5
Soriano	5,0	5,0	75,5
Paysandú	24,5	24,5	100,0
Total	100,0	100,0	

Se aprecia que el 75,0% de los casos realizados se concentraron en los Departamento de Paysandú y Salto, dada a la alta representación que representan en las estadísticas de visitantes al Corredor de acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo.

Cabe señalar que la baja representación del Departamento de Colonia, obedece que el día destinado para la realización de las encuestas no se encontraron la suficiente cantidad de turistas de acuerdo a lo esperado, situación similar ocurrió con el Departamento de Soriano y en menor grado Río Negro.

Tabla N°6. Grupo familiar – cantidad de integrantes.

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 a 4 integrantes	94,3	94,3	94,3
5 a 9	5,5	5,5	99,8
más de 9	,2	,2	100,0
Total	100,0	100,0	

En este caso se agruparon en tres categorías la composición del núcleo familiar, se aprecia que la mayoría 9 de cada 10 grupos familiares que visitan el corredor, se componen hasta 4 integrantes.

Es de destacar el cuidado metodológico en relación al concepto familia y su medición, es decir, sería interesante analizar también la evolución del denominado núcleo unipersonal, por otra parte, la composición analizada converge con la tendencia en su evolución con los datos censales nacionales.

Tabla N°7. Edades de los grupos familiares.

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
jóvenes	22,4	22,4	22,4
adultos	67,1	67,1	89,5
adultos mayores	10,5	10,5	100,0
Total	100,0	100,0	

Al analizar la composición por edades de los integrantes del núcleo familiar, la mayoría (dos tercios) se integra por adultos (entre 30 y 60 años) y le siguen los jóvenes (14 a 29 años), es claro que muchas familias se componen por adultos y jóvenes pero también la evidencia indica el predominio de los adultos.

Para lo cual se analizan los estadísticos centrales que siguen a continuación.

Estadísticos

		Grupo Familiar cantidad integrantes	Edad promedio del grupo familiar
N	Válido	420	420
	Perdidos	0	0
Media		2,5381	40,56
Mediana		2,0000	37,50
Moda		2,00	30
Desviación estándar		1,17084	13,949
Varianza		1,371	194,571

La mediana de integrantes del grupo familiar es 2 y la media muy similar, el desvío confirma la homogeneidad en la cantidad del grupo familiar de turistas, en cuanto a la edad, la media es de 40 años, la mediana 37 y el desvío de 14 años, por lo cual, el 95,0% de la población analizada estaría entre los 26 y 54 años confirmando el predominio adulto.

Finalmente, se plantea una metodología que posibilita estimar la cantidad de turistas en el Corredor durante el período analizado.

La misma se fundamenta en la propiedad de linealidad, la cual está asociada al concepto de espacio vectorial, conjuntos en los que se definen dos operaciones, una interna (suma de vectores $x + y$) y otra externa (multiplicación por un escalar λx , en la que λ pertenece a un conjunto externo), de ahí que la propiedad de linealidad se exprese referida a estas dos operaciones.

Para comprobar la linealidad de una función $f(x)$ no es necesario realizar la comprobación de las propiedades de homogeneidad y aditividad por separado, con mostrar que $f(ax + by) = af(x) + bf(y)$ la linealidad queda demostrada.

Teniendo presente las metodologías para la realización de proyecciones, sus supuestos y propiedades de la estimación lineal la cual se considera apropiada para el análisis de la dinámica poblacional de los turistas en Salto durante períodos cortos (como sería el caso de Semana Santa), se presentan a continuación las proyecciones sobre los mismos

En este sentido, cabe señalar algunos cuidados metodológicos para la elaboración de tal estimación, se trabajará bajo supuestos de comportamientos lineales, con un margen de error del 2,5% de la muestra y la construcción de intervalos de confianza para proporciones. Se consideran los datos de la tabla acerca de la cantidad de personas que viajan durante las vacaciones de Julio.

Con esta información se puede comenzar a realizar la estimación de personas que visitaron el Corredor de los Pájaros Pintados en el período mencionado, cabe señalar que la estimación corresponde al Corredor y no a cada Departamento, para que fuera aplicable a cada Departamento deberían realizarse muestras Departamentales de la demanda turística en vacaciones de Julio.

Se toma en cuenta en el primer intervalo el valor 4 como promedio del mismo (grupo familiar tipo), en los restantes intervalos se consideran las marcas de clase como los promedios de los mismos lo que multiplicado por sus distribuciones de frecuencia y sumado posteriormente nos aproxima a la población de referencia para la distribución muestral.

Se resume en la siguiente fórmula:

$$N = \sum_{i=0}^n \bar{X}_{mc} * f_i$$

Grupo Viaje	Media	fi	Media*fi
1 a 4	4	0,94	1584
5 a 9	7	0,05	161
>9	9	0,002	9
			1754

Aplicando la fórmula planteada resulta proyectada la población de referencia de la muestra, es decir, 1754 personas tienden a comportarse como los 420 casos seleccionados para el estudio. Considerando los supuestos de linealidad, estos 420 casos representarían aproximadamente el 24% de los 1754 casos a lo que se suma un margen de error del 2% (dentro del 2% de la muestra) para poder extrapolar y así estimar el

intervalo de estimación del universo de la población turista durante las vacaciones de Julio de 2018.

$$Nt = \bar{X} \pm X_i$$

$$\bar{X} = q * N / p = 0,76 * 1754 / 0,24 = 5554$$

$$Nt = \pm (5443; 5665)$$

$$e = 0,02 = 111$$

El valor obtenido da cuenta de la estimación del universo de turistas analizado, al considerar el período de tiempo durante el cual se aplicó la encuesta y la concentración de los casos en un 75% en los Departamentos de Paysandú y Salto, al aplicar nuevamente la fórmula descrita se aproximaría a la cantidad estimada de turistas en el Corredor bajo los supuestos señalados.

$\bar{X} = q * N / p = 0,75 * 5554 / 0,25 = 16.663$ durante 10 días el período de la encuesta, al aplicar una relación lineal si para 10 días serían 16.663 para 15 serían 24.994.

4. Reflexiones finales.

En este sentido la información relevada posibilita plantear las siguientes reflexiones finales acerca de la demanda analizada en el Corredor.

- La mayor parte de los turistas que llegan al Corredor (73%) provienen de Uruguay, especialmente desde Montevideo y Canelones, y la mayoría de los turistas extranjeros (21%) provienen de Argentina, de las Provincias de Buenos Aires, Entre Ríos y Santa Fé.
- Las principales razones que motivaron el viaje de los individuos o grupos, la categoría ocio y vacaciones (72%) supera ampliamente al resto.
- Con respecto a la ocupación del entrevistado podemos afirmar que la mayoría de los turistas se encuentra en la categoría “Empleado administrativo, Cajero, Vendedor, Funcionario público” (28%).
- El principal destino del viaje podemos apreciar, que alrededor del 45% de los turistas se inclina por el turismo termal.
- El 67% de los turistas encuestados es un público fidelizado, dado que ya conocía el lugar del Corredor y ha vuelto.
- El 62% contestó que no tenía intenciones de visitar otro destino, solo contestaron afirmativamente una pequeña porción donde destacan los que visitarán Salto (12,6%) y Paysandú (5%).
- La amplia mayoría de los turistas (62%) llegaron a los distintos puntos del Corredor en automóvil propio.

- Acerca del tipo de alojamiento que utilizaron en los distintos puntos del Corredor podemos afirmar que destacan las “Cabañas/Bungalows/appart hotel” (39,4%), le siguen las “Viviendas de Familiares/amigos” (20%).
- Con respecto al lugar de residencia de los excursionistas o visitantes por el día, los resultados fueron bien variados. Existen algunas pistas –como diferencias en el cambio, etc.- que podrían estar indicando algún tipo de inclinación de las visitas por el día orientadas principalmente al turismo de compras, como es el caso de los concordenses en Salto.
- Poco más del 90% de los individuos (de las profesiones más importantes que llegan al corredor) gasta menos de 100 dólares por día.
- Los turistas se quedan en el Corredor entre 3 y 3,5 días.
- 9 de cada 10 grupos familiares que visitan el corredor, se componen hasta 4 integrantes.
- La mayoría (dos tercios) se integra por adultos (entre 30 y 60 años) y le siguen los jóvenes (14 a 29 años), es claro que muchas familias se componen por adultos y jóvenes pero también la evidencia indica el predominio de los adultos.
- La mediana de integrantes del grupo familiar es 2 y la media muy similar, el desvío confirma la homogeneidad en la cantidad del grupo familiar de turistas, en cuanto a la edad, la media es de 40 años, la mediana 37 y el desvío de 14 años, por lo cual, el 95,0% de la población analizada estaría entre los 26 y 54 años.

FASE 3.

1. Introducción.

El presente informe da cuenta de las actividades previstas en la Etapa 3 del plan de trabajo establecido para el desarrollo del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados. En dicho plan se estableció la producción de información primaria: primer relevamiento del Observatorio que incluirá la medición de la oferta, demanda, inversión y empleo.

La información que se presenta a continuación hace referencia a las principales características de la oferta gastronómica, de alojamiento y transporte del Corredor como así también de las inversiones realizadas en cada sector y del empleo. Dicho documento se ha organizado en un apartado que da cuenta de la metodología empleada, diseño técnico y método, posteriormente principales resultados sobre los ítems mencionados anteriormente y finalmente, reflexiones finales.

2. Metodología Aplicada.

El censo como técnica de relevamiento de información en el marco de la metodología cuantitativa, implica el recuento de individuos que conforman una población o universo de estudio, definido como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. En definitiva, consiste básicamente en obtener el número total de individuos mediante las más diversas técnicas de recuento. El censo es una de las operaciones estadísticas que no trabaja sobre una muestra, sino sobre la población total del problema a ser estudiado.

En tal sentido, se coordinó con los referentes territoriales del MINITUR (Ministerio de Turismo en adelante) sobre la confección de dicha población con información como la que se anexa al presente informe.

Por tanto, dicho procedimiento posibilitó construir el marco censal para luego aplicar el formulario correspondiente por el equipo de campo censal.

El Diseño Técnico.

Para tales efectos se llevó adelante la ejecución de la metodología cuantitativa, técnica empleada fue el censo (cara a cara y telefónica en el caso de las inmobiliarias) de tipo polietápica aplicada a los empresarios del rubro alojamiento, gastronómico, transporte e inmobiliarias del Corredor de los Pájaros Pintados en los Departamentos de Salto, Paysandú, Río Negro, Soriano y Colonia, en los centros termales del mismo, paseos públicos, planta urbanas de las diferentes localidades del Corredor especialmente capitales departamentales y centros poblados seleccionados para tal fin y centros de compra (shoppings). Dicho censo se llevó a cabo con un cuestionario formado en su mayoría por preguntas de tipo cerradas, incluyendo algunas preguntas abiertas (2), en un total de (40) preguntas.

Se define como marco censal (N) un total de 416 casos aproximadamente según datos provistos por el MINTUR luego de la coordinación mencionada, se realizaron 260 casos, es decir, un 62% del universo construido y de las 260 empresas visitadas se obtuvo una tasa de no respuesta del 15% por lo cual, el porcentaje del total de empresas que respondieron fue del 85%. El período de aplicación del censo fue entre los días 3 de setiembre y 5 de octubre de 2018.

El Método.

La metodología aplicada fue de diseño cuantitativo, la fuente de datos la ya mencionada de MINTUR en los diferentes Departamentos integrantes del marco censal del Corredor de los Pájaros Pintados. El análisis empleado con técnicas de análisis exploratorio (estadística descriptiva univariable), de análisis bivariante con fines descriptivos (descripción del conjunto de la población observada).

En síntesis, se aplica el análisis secundario de datos definido como:

...un análisis posterior de la información que ya se ha obtenido. Tal análisis puede estar relacionado con el propósito original para el que los datos se recogieron, o puede dirigirse a un asunto bastante diferente del que instó el esfuerzo de reunión de los datos originales. Puede implicar la integración de distintas fuentes o un reanálisis de los datos de una fuente única (STEWART, 1984: 11 in CEA D'ANCONA, 1999: 222).

Se aplica un formulario que los censores aplican en los diferentes centrales termales, paseos públicos, planta urbanas de las diferentes localidades del Corredor especialmente capitales departamentales y centros poblados seleccionados para tal fin y centros de compra (shoppings). Se aplicó el formulario en cada empresa integrante del marco censal a aquel funcionario con capacidad de toma de decisiones o socio/propietario de la misma, el registro se realizó en tablets con el programa CSPRO, para luego los archivos generados ser unificados en un solo archivo .sav, y posteriormente su análisis estadístico.

Una vez realizado el mismo, se exportaron las salidas de las frecuencias simples en formato .doc para la elaboración del presente informe.

3. Principales resultados.

A continuación se presentan los principales resultados del censo por los diferentes sectores analizados. En el caso del rubro gastronómico, se han dividido entre perfil de empresas y empresarios, oferta gastronómica y principales características del empleo.

Perfil de las empresas y empresarios – Sector Gastronómico.

Tabla 1 - Tipo de establecimiento gastronómico

Establecimiento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bar	1,5	1,5
Restaurante	38,8	40,3
Pizzería	17,9	58,2
Restó	3,7	61,9
Parrillada	8,2	70,1
Tenedor libre	,7	70,9
Comida rápida	8,2	79,1
Comida para llevar	1,5	80,6
Café	3,0	83,6
Parador	3,7	87,3
Otro	6,0	93,3
No contesta	6,7	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En esta primera tabla se tiene una presentación que permite observar la composición de la oferta gastronómica en el Corredor, posteriormente en la tabla correspondiente se describirá algunas de las mismas. La mayoría de los establecimientos gastronómicos censados son restaurantes, seguidos de las pizzerías entre ambas propuestas se agrupa aproximadamente el 57% de los establecimientos del sector. Cabe señalar que fueron 134 (de los cuales algunos se repiten, dado que forman parte de cadenas comerciales como Burger King o Subway que están presentes en varios Departamentos del Corredor) establecimientos los censados, los cuales representan el 75% del total de empresas censadas del Corredor, de los mismos hubieron 51 que no quisieron aportar más información.

En definitiva, restaurantes y pizzerías serían las principales empresas del rubro gastronómico.

Tabla 2 – Antigüedad de la firma.

Antigüedad	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Antes 1990	2,2	2,2
1990 a 2000	7,2	9,4
2001 a 2005	10,4	19,8
2006 a 2010	8,9	28,7
2011 a 2015	38,8	67,5
2016 a la fecha	32,5	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 2 se aprecia la antigüedad de las empresas del sector, la mayoría (7 de cada 10) opera desde 2011 a la fecha, otro dato es que el 30% están activas desde antes de 2005 y el restante 70% después de dicha fecha.

En resumen, la mayoría de las empresas han iniciado sus actividades después de 2011.

Tabla 3 - grupo de edades empresarios

Edad empresario	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
jóvenes	24,2	24,2
adultos	66,4	90,6
adultos mayores	9,4	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de los empresarios son adultos, es decir, comprendidos entre los 30 y 60 años de edad.

Tabla 4- Tamaño de las empresas según cantidad de trabajadores

Tamaño de la empresa	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 a 3 trab.	14,1	14,1
4 a 10 trab.	61,7	75,8
Más de 11 trab.	24,2	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En este caso, la tabla 4 indica que la mayoría de las empresas cuenta entre 4 y 10 trabajadores, las que podrían ser consideradas pequeñas empresas (MIPYMES) de acuerdo al criterio establecido por el Ministerio de Industria, Energía y Minería y el decreto 504 del Poder Ejecutivo del año 2007.

En definitiva, 6 de cada 10 empresas gastronómicas del Corredor es una pequeña empresa.

Tabla 5 - ¿Cuál es el origen de la inversión?

Origen.	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Local	74,6	74,6
Nacional	7,5	82,1
Extranjero	3,7	85,8
Mixto	2,2	88,1
No sabe	,7	88,8
No contesta	11,2	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En este caso se observa que la mayoría son inversiones de origen local en el rubro, es decir, de las propias localidades en las cuales los turistas desarrollan sus actividades. Ante lo cual, se podría inferir que las actividades turísticas en dónde se llevan adelante genera un impulso del sector gastronómico con inversiones locales.

En resumen, la mayoría de las inversiones gastronómicas en el Corredor son de origen local.

Tabla 6 - En el 2017, la empresa invirtió en:

Invirtió en:	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Reformas y/o mejoras edilicias	27,6	27,6
Equipamiento en general	15,7	43,3
Publicidad en el ámbito nacional	9,7	53,0
Publicidad en ferias internacionales	1,5	54,5
Herramientas informática	,7	55,2
Otros	5,2	60,4
No sabe	11,9	72,4
No contesta	27,6	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

El primer dato que se aprecia es que 4 de cada 10 de las 134 empresas consultadas no quisieron brindar información, los motivos se desconocen pero lo concreto es que a un porcentaje importante no desea informar al respecto.

Entre aquellos que si lo hicieron, la mayoría declaró que las principales inversiones fueron en reformas y/o mejoras edilicias y en segundo lugar en equipamiento para el establecimiento, entre ambas opciones se concentran el 43% de las inversiones declaradas.

En definitiva, al momento de invertir los pequeños empresarios tienden a realizarlo en mejoras edilicias del local y equipamiento del emprendimiento gastronómico.

Tabla 7 - ¿Se encuentra asociado al Corredor de los Pájaros Pintados?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	17,9	17,9
No	65,7	83,6
No sabe	5,2	88,8
No contesta	11,2	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

Las empresas consultadas prácticamente dos tercios del total respondieron que no están asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados.

Tabla 8 - ¿Es parte de alguna asociación turística?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	9,0	9,0
No	74,6	83,6
No sabe	5,2	88,8
No contesta	11,2	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

Al ser consultados si forman parte de alguna otra asociación turística, el porcentaje aumenta y son tres cuartas partes de las empresas que no están asociadas a ninguna propuesta en tal sentido.

Al analizar el perfil social de quienes respondieron, la mayoría de ellos quienes toman las decisiones en las empresas consultadas se observó lo siguiente.

Tabla - 9 Sexo. (No se pregunta al entrevistado)

Sexo	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	55,2	55,2
Femenino	44,8	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 9 se aprecia que aproximadamente 6 de cada consultados son del sexo masculino, es decir, una mayoría masculina en la composición del empresariado gastronómico del Corredor.

Tabla 10 - Nivel educativo

Nivel educativo	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin instrucción	2,2	2,2
Primaria incompleta	1,5	3,7
Primaria completa	2,2	6,0
Secundaria incompleta	23,1	29,1
Secundaria completa	30,6	59,7
UTU incompleta	2,2	61,9
UTU completa	4,5	66,4
Universidad incompleta	11,2	77,6
Universidad completa	6,0	83,6
Otro	3,0	86,6
No contesta	13,4	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de los empresarios consultados indicaron que el nivel máximo de educación formal es el de secundario completo, si se suman por niveles, se aprecia que primario (incompleto y completo) es del 4%, secundario 53%, educación técnica (UTU) 7% aproximadamente y terciario 17%.

En resumen, el nivel educativo formal predominante en el empresariado gastronómico del Corredor es secundario, especialmente completo.

Tabla 11 - Anteriormente, ¿ocupó algún otro cargo en esta empresa?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	11,9	11,9
No	77,6	89,6
No contesta	10,4	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Prácticamente 8 de cada 10 de los consultados no ha ocupado otro cargo en la empresa, es decir, que no se aprecia una “carrera” o trayectoria laboral ascendente al interior de la organización. Serían quienes responden los propietarios, socios o principales decisores de la misma en forma directa, sin ascensos previos.

En definitiva, quienes responden no han formado parte de un proceso de ascenso previo.

Tabla 12 - Años de trabajo en la empresa

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	25,4	25,4
1 a 3 años	35,1	60,5
4 a 10 años	24,6	85,1
Más de 10 años	14,9	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

Con relación a los años de trabajo en la firma, la mayoría responde que hace entre 1 y 3 años que trabaja, es decir, de forma reciente. Al analizar los períodos de tiempo, se aprecia que 8 de cada 10 empresarios consultados hace 10 años trabaja en la empresa de referencia.

En definitiva, los consultados trabajan de forma reciente en la empresa gastronómica.

Tabla 13 - Antigüedad en el cargo que desempeña

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	18,0	18,0
1 a 3 años	33,6	51,6
4 a 10 años	32,8	84,4
Más de 10 años	15,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En este caso se consulta sobre la antigüedad en el cargo desempeñado, en tal sentido aunque existe una leve mayoría entre 1 y 3 años de antigüedad, 6 de cada 10 se sitúa con menos de 10 años de experiencia en el cargo que desarrolla.

Lo que es compatible con los años de trabajo en las empresas según la tabla 12, es decir, que cargo y años en la empresa se corresponderían indicando que con la empresa se desarrolló la experiencia en el cargo.

En definitiva, la experiencia en el cargo para la mayoría de los consultados sería por debajo de los 10 años.

Tabla 14 - En la toma de decisiones estratégicas ¿en su opinión- Ud. considera que posee una participación:

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escasa o nula	2,2	2,2
Activa	47,8	50,0
Es Ud. quien toma las decisiones	39,6	89,6
No contesta	10,4	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

La tabla 14 refiere a la participación de los consultados en la toma de decisiones de la empresa, la mayoría declara tener una participación activa (48%) y un 40% son quienes deciden.

En definitiva, 9 de cada 10 de los consultados son quienes deciden o activamente toman responsabilidades ejecutivas en la empresa.

Tabla 15 - Departamento de la empresa de gastronomía

Departamento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Paysandú	27,6	27,6
Salto	28,4	56,0
Rio Negro	19,4	75,4
Soriano	12,7	88,1
Colonia	5,2	93,3
Artigas	6,7	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

La tabla 15 da cuenta del Departamento de origen de la empresa consultada, la mayoría se originan en el Departamento de Salto, le sigue Paysandú y en tercer lugar Río Negro, entre los tres agrupan el 75% de las empresas gastronómicas del Corredor de los Pájaros Pintados.

En definitiva, el Departamento de Salto en el Corredor es el Departamento que concentra la mayor cantidad de propuestas gastronómicas del mismo.

1- Oferta gastronómica.

En el siguiente ítem los datos dan cuenta de las principales características de la oferta gastronómica, de las empresas del sector en el Corredor.

Tabla 16 - Tipo de oferta gastronómica:

Oferta gastronómica	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bar	1,5	1,5
Restaurante	38,8	40,3
Pizzería	17,9	58,2
Restó	3,7	61,9
Parrillada	8,2	70,1
Tenedor libre	,7	70,9
Comida rápida	8,2	79,1
Comida para llevar	1,5	80,6
Café	3,0	83,6
Parador	3,7	87,3
Otro	6,0	93,3
No contesta	6,7	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

Se observa que aproximadamente 4 de cada 10 empresas su propuesta es de restaurante y le sigue pizzería, entre ambas propuestas se agrupan el 57% del sector gastronómico.

En este sentido cabe señalar que se entiende por restó-bar, un establecimiento que ofrece una selección de platos como de bebidas, de forma que tanto para comer como para consumir bebidas alcohólicas y a menudo hay también shows en vivo de grupos musicales, de humoristas o de baile. Por restaurante un comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento y por parador de comidas, un establecimiento ubicado sobre rutas, donde los viajeros pueden encontrar comida y bebida y sirve como lugar de encuentro de viajeros y lugareños. Dicha definición abarca no solamente a establecimientos sobre las rutas, dado que en los últimos años tales tipos de emprendimientos gastronómicos se extendieron en zonas turísticas como las playas.

En este caso, los paradores de las playas no fueron relevados al no encontrarse responsables del local al momento de la visita.

En resumen, la propuesta de restaurante es claramente mayoritaria.

Tabla 17 - ¿Cuál es el horario de atención al público?

Horario de atención	Porcentaje	Porcentaje acumulado
8 a 24 hrs	3,7	3,7
9 a 24 hrs	3,7	7,5
10 a 24 hrs	8,2	15,7
mediodía hasta la noche	5,2	20,9
de la tarde hasta la noche	9,0	29,9
otro horario	59,7	89,6
no contesta	10,4	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

Acercas del horario de atención al público, la mayoría declara que se atiende en otros horarios a los sugeridos en el formulario y luego se presenta el horario de la tarde hasta la noche.

Se evidencia que el horario de atención sería discontinuado con cierta concentración hacia el fin de la tarde y durante el horario nocturno.

Tabla 18 - En su opinión, el perfil socioeconómico de los turistas que llegan a su empresa es:

NSE	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	1,5	1,5
Medio alto	17,9	19,4
Medio	56,7	76,1
Medio bajo	8,2	84,3
Bajo	1,5	85,8
No sabe	3,7	89,6
No contesta	10,4	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

La opinión de los consultados acerca del perfil socioeconómico de sus clientes señala que la mayoría considera que son de sectores medios, seguido de sectores medios altos,

entre ambos grupos se concentran el 75% de los clientes del sector gastronómico del Corredor.

En definitiva, los clientes de sectores medios serían los principales consumidores gastronómicos del Corredor.

Tabla 19 - ¿Y de los turistas que llegan al destino?

NSE	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	2,2	2,2
Medio alto	14,2	16,4
Medio	59,0	75,4
Medio bajo	7,5	82,8
Bajo	2,2	85,1
No sabe	4,5	89,6
No contesta	10,4	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al ser consultados sobre el perfil socioeconómico de los turistas que llegan a la localidad, se observa que opinan que los mismos mayoritariamente serían de nivel socioeconómico medio.

En definitiva, se aprecia que quienes visitan destino son mayoritariamente de sectores medios seguidos de sectores medios altos.

Tabla 20 - ¿Cuál es el origen más frecuente de los turistas que llegan a su empresa?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Uruguayos	26,1	26,1
Argentinos	53,7	79,9
Brasileños	5,2	85,1
No sabe	3,7	88,8
No contesta	11,2	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 20 se pregunta sobre la nacionalidad de origen de los turistas que llegan al establecimiento comercial, la mayoría indica que prácticamente 5 de cada 10 serían argentinos y 3 de cada 10 uruguayos.

Es decir, una fuerte presencia de turistas argentinos en el Corredor y en el consumo gastronómico.

2- Principales características del empleo.

En el ítem dos se presentan las principales características del empleo en el sector gastronómico.

Tabla 21 - ¿Principal aspecto que considera la empresa al momento de contratar un trabajador?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Buena presencia	18,7	18,7
Relacionamiento con el cliente y características personales	27,6	46,3
Formación y capacitación en turismo	,7	47,0
Estudios formales	3,0	50,0
Recomendación de terceros	3,7	53,7
Edad	,7	54,5
Experiencia laboral previa en la tarea	23,1	77,6
Otros	9,0	86,6
No contesta	13,4	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 21 se aprecian dos elementos centrales para la selección de un trabajador, el primero es el relacionamiento con el cliente y sus características personales y en segundo la experiencia laboral previa en la tarea para la cual se pretende contratar.

En definitiva, no sería la capacitación o formación del trabajador en la tarea a desempeñar lo importante a la hora de ser contratado, sino, la capacidad de relacionarse con el cliente, sus características personas y experiencia laboral previa.

Tabla 22 - ¿La empresa contrata personal adicional para afrontar la demanda?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí	38,1	38,1
No	50,7	88,8
No sabe	,7	89,6
No contesta	10,4	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de las empresas no contratan personal adicional para afrontar la demanda turística, es decir, se tendería a mantener el personal con el que se cuenta durante todo el año.

Tabla 23 - Del total de trabajadores de la empresa, ¿qué porcentaje residen en la localidad?

Porcentaje de residencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0% y 10% de trabajadores con residencia local.	34,3	34,3
11% a 25% de trabajadores con residencia local.	1,4%	35,7
26% a 50 % de trabajadores con residencia local	,9	36,6
51% a 90% de trabajadores con residencia local	1,5	38,1
Más del 90 % de trabajadores con residencia local	61,9	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En este caso se aprecia que 6 de cada 10 de los trabajadores de las empresas gastronómicas del Corredor, residen en la localidad de origen.

En resumen, la mayoría de los trabajadores residen en las localidades de las empresas gastronómicas de origen.

Tabla 24 - En el 2017, ¿la empresa ha ofrecido a sus empleados algún curso de capacitación?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí	25,4	25,4
No	62,7	88,1
No contesta	11,9	100,0
Total	100,0	

Durante el año 2017, 6 de cada 10 empresas no ofrecieron cursos de capacitación a sus empleados, una mayoría importante en tal sentido.

Tabla 25 - Las capacitaciones se realizaron:

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Dentro de la empresa	6,7	6,7
Fuera de la empresa	17,9	24,6
Ambos lugares	,7	25,4
No sabe	6,0	31,3
No contesta	6,0	37,3
No corresponde	62,7	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

Entre las empresas que realizaron capacitación (18%), la mayoría de ellas la hicieron fuera de la empresa.

Tabla 26 - ¿Han tenido alguna instancia de capacitación con INEFOP?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí	8,2	8,2
No	75,4	83,6
No sabe	1,5	85,1
No contesta	14,9	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Se consulta acerca de la participación de INEFOP en la capacitación laboral, y 7 de cada 10 de los consultados expresan que sus empresas no han tenido dichas instancias.

Es decir, una clara mayoría manifiesta no recurrir a INEFOP para la capacitación de sus empleados.

Tabla 27 - ¿Qué porcentaje de los trabajadores poseen BPS?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor al 10%	4,5	4,5
Entre 11 y 25%	1,5	6,0
Entre 26 y 50%	,7	6,7
Entre 51 y 80%	1,5	8,2
Mayor al 80%	78,4	86,6
No sabe	2,2	88,8
No contesta	6,7	95,5
No corresponde	4,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La tabla da cuenta del grado de formalidad de los trabajadores del sector, se aprecia que prácticamente 8 de cada 10 de los consultados manifiestan que sus empleados se encuentran inscriptos en BPS.

En definitiva, la mayoría de los empleados del rubro gastronómico se encontrarían en condiciones formales de empleo.

Tabla 28 - ¿Qué porcentaje de los trabajadores se encuentra sindicalizados?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor al 10%	22,4	22,4
Mayor al 80%	2,2	24,6
No sabe	26,1	50,7
No contesta	13,4	64,2
No corresponde	35,8	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

En cambio en la tabla 28, se pregunta acerca de la sindicalización de los trabajadores. Se observa que la mayoría de los que responden, no saben al respecto y entre quienes sí lo hacen la tasa de sindicalización es menor al 10%.

En resumen, los trabajadores del sector estarían sindicalizados en una tasa menor al 10%, lo que genera interrogantes acerca de tal situación.

Tabla 29 - ¿Los puestos de trabajo que ofrece la empresa mayoritariamente son?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Eventuales	7,5	7,5
Permanentes	70,9	78,4
Ambos	9,7	88,1
No sabe	1,5	89,6
No contesta	6,0	95,5
No corresponde	4,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Como se aprecia la mayoría de los puestos laborales revisten la característica de permanentes, 7 de cada 10 empresas así lo manifiestan lo que indicaría una alta estabilidad de dicho puesto en tal sector productivo en el Corredor.

En definitiva, los puestos laborales que se generarían en el sector gastronómico presentan un alto porcentaje de permanentes.

Tabla 30 - ¿Cuántos empleos zafrales necesitan en la empresa en momentos pico de turistas?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0	69,4	69,4
1	11,2	80,6
2	9,7	90,3
3	3,7	94,0
4	3,0	97,0
6	,7	97,8
7	,7	98,5
9	,7	99,3
10	,7	100,0
Total	100,0 (134)	

Fuente elaboración propia.

La tabla 30 indica la demanda de trabajo zafral por parte de los empresarios del sector, aproximadamente dos terceras partes no demanda más empleo en momentos de mayor demanda turística, y en segundo lugar, quienes sí lo hacen, mayoritariamente contratan 1 trabajador que se suman a la plantilla estable que tienen en el establecimiento.

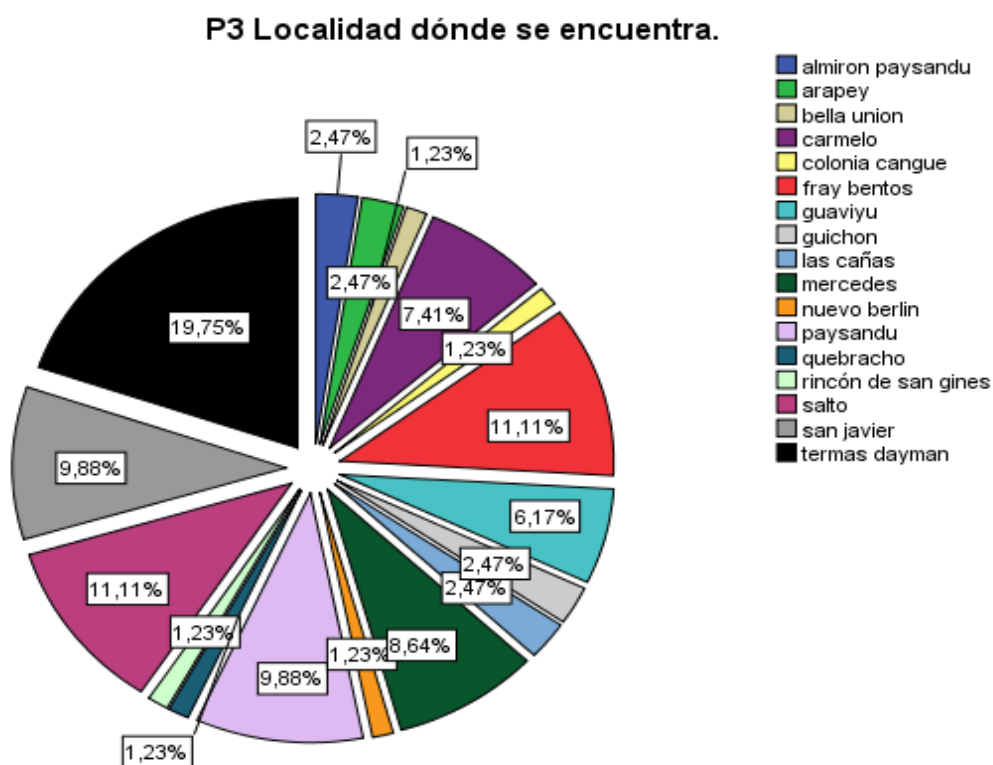
En definitiva, las empresas en momentos “picos” de demanda turística tienden a no contratar más trabajadores, las que lo hacen contratan mayoritariamente 1 empleado y

finalmente, estaría indicando que con la plantilla estable de trabajadores de la empresa se procura dar cuenta de la demanda de consumo durante todo el año no siendo un sector demandante de mano de obra.

1- Características de las empresas – Sector Alojamiento.

Como se puede apreciar en el gráfico N°1, de un total de 81 empresas relevadas del rubro alojamiento a lo largo del Corredor, los mayores porcentajes pertenecen a Termas de Daymán con aproximadamente un 20%, seguido de Salto y Fray Bentos con un 11%, luego Paysandú y San Javier con aproximadamente un 10% y Carmelo con un 7%, los cuales agrupan el 69% de la oferta de alojamientos del Corredor. Cabe señalar que Colonia Cangué se sitúa en el Departamento de Paysandú, al sur de la capital departamental, en la cual se encuentra la estancia turística El Cangué, y Rincón de San Ginés se localiza en el Departamento de Soriano, creada recientemente por resolución 44/2015 por el Ministerio de Economía y Finanzas – Dirección Nacional de Catastro, en la cual se localiza la Estancia turística Ninette.

Grafico N°1: Distribución de las Empresas por localidad

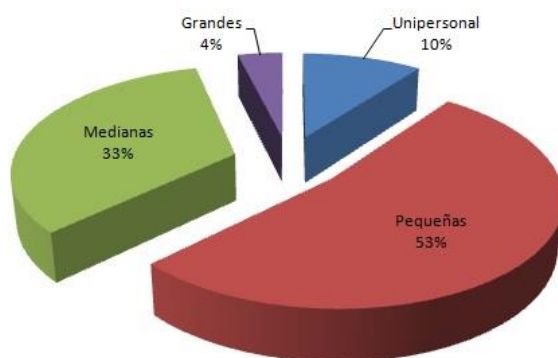


Fuente: Elaboración propia

A dichas empresas se las clasificó según su tamaño en Unipersonales, Pequeñas (entre 2 y 10 empleados), Medianas (entre 11 y 49), y empresas Grandes aquellas que cuentan con más de 50 empleados.

Como vemos en el gráfico N°2, destacan las Pequeñas empresas con un 53%, pero si a éstas les sumamos las Medianas –conformando lo que se conoce como PYMES (pequeñas y medianas empresas)- se alcanza el 86% de las empresas del rubro alojamiento del Corredor. Como se puede apreciar existen además un 10% de empresas denominadas Unipersonales, y solo un 4% de empresas Grandes.

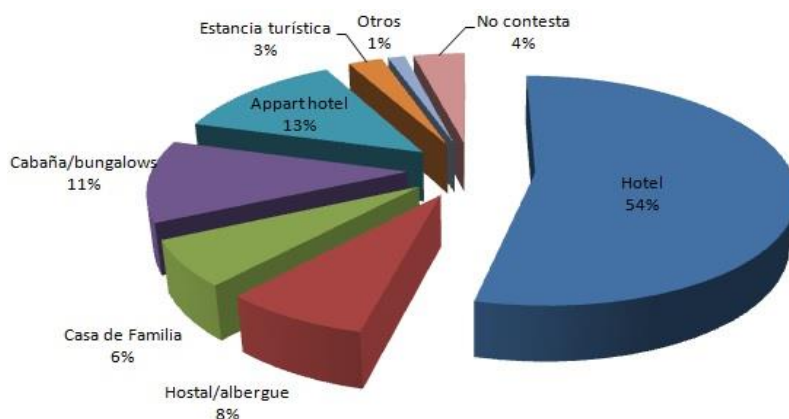
Grafico N°2: Distribución según tamaño de las Empresas



Fuente: Elaboración propia

Con respecto al tipo de empresa, como muestra el gráfico N°3, la mayoría de las censadas fueron hoteles (54%), siguiéndoles los apart hotel (13%), las cabañas/bungalows (11%) y los hostales/albergues (8%). También fueron censadas casas de familia (6%) y estancias turísticas (3%).

Grafico N°3: Distribución según tipo de alojamiento



Fuente: Elaboración propia

En promedio las empresas del Corredor declaran haber comenzado sus actividades en el año 2002, y el origen de la inversión suele ser predominantemente local (46,2%) como se puede apreciar en la tabla N°1.

Tabla 31 - Origen de la Inversión

Local	46,2
Nacional	25,6
Extranjero	12,8
Mixto	3,8
No contesta	11,5

Fuente: Elaboración propia.

Indagando a los responsables acerca si el establecimiento pertenece o no a una cadena nacional o internacional de comercialización, podemos apreciar como indica la tabla N°2, que aproximadamente el 90% contestó que no pertenecía a ninguna.

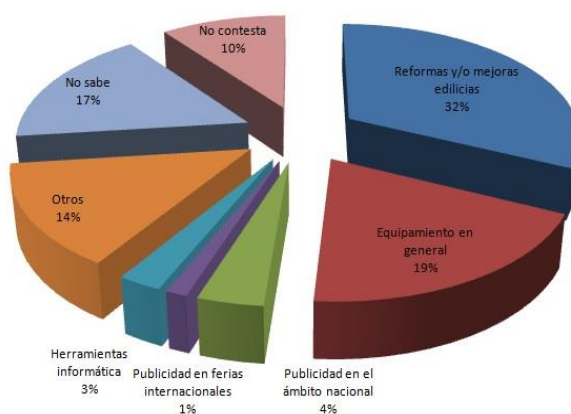
Tabla 32 - Pertenece a una cadena de comercialización

Sí, nacional	5,1
Sí, internacional	1,3
No	87,2
No sabe	1,3
No contesta	5,1

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las inversiones efectuadas en el año anterior (2017), como muestra el Gráfico N°4, las más significativas fueron en reformas y/o mejoras edilicias (32%) y en equipamiento en general (19%). La publicidad – en el ámbito nacional e internacional- corresponde al 5% de las inversiones efectuadas.

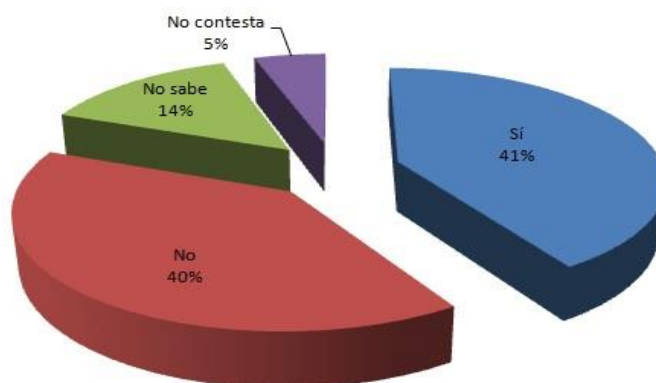
Gráfico N°4: Inversiones en el año anterior



Fuente: Elaboración propia

Como muestra el gráfico N°5, existe un 40% de empresas del rubro alojamiento que aún no se han asociado al Corredor, mientras que una cifra similar si lo ha hecho. Un dato a tener en cuenta son los que contestaron que no saben (14%) y los que no respondieron (5%), pues en conjunto engloban cerca del 20% del total de las empresas del mencionado rubro.

Grafico N°5: ¿Se encuentra asociado al Corredor de los Pájaros Pintados?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la ocupación, tal como se puede apreciar en la tabla N°3, los responsables de las empresas declaran haber tenido un porcentaje promedio de ocupación del 40% a lo largo del año.

Tabla 33 - Promedio de ocupación

Media	40,03
Mediana	41,00

Fuente: Elaboración propia

Recordemos que los establecimientos en promedio cuentan entre 18 y 25 habitaciones, mientras que en total en el Corredor existen disponibles cerca de 2000 habitaciones.

Tabla 34 - Promedio de habitaciones por establecimiento

Media	24,94
Mediana	17,50
Total	1945

Fuente: Elaboración propia

Por su parte con respecto al número total de camas, podemos afirmar que según lo declarado existen alrededor de 5700 camas a lo largo del Corredor, y entre 48 y 70 de ellas por establecimiento en promedio.

Tabla 35 - Promedio de camas por establecimiento

Media	72,71
Mediana	47,50
Suma	5671

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo con respecto a este tema, el cual ha generado controversias profundas, vale la pena una mirada más profunda sobre la cantidad de camas existentes. Por ello se tomó la decisión de cruzar las variables (reconstruidas) de tamaño de la empresa con cantidad de camas expresadas en intervalos.

Como se puede apreciar en la tabla N°6, cerca del 85% de los establecimientos que poseen hasta 30 camas son empresas Unipersonales y Pequeñas. Por su parte los que presentan hasta 60 camas se concentran en Pequeñas y Medianas (mayormente en las primeras), mientras que los que tienen hasta 90 camas se concentran mayormente en las segundas, es decir las Medianas.

Tabla 36 - Cantidad de camas por tamaño empresa

	Hasta 30 camas	Hasta 60 camas	Hasta 90 camas	Más de 90 camas	Total
Unipersonal	20,0%	0,0%	6,3%	0,0%	8,3%
Pequeñas	64,0%	53,8%	37,5%	44,4%	51,4%
Medianas	16,0%	46,2%	56,3%	33,3%	34,7%
Grandes	0,0%	0,0%	0,0%	22,2%	5,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Mientras que el 55% de las empresas que poseen más de 90 camas son de tamaño Medianas y Grandes, existe un dato curioso: la cifra (44,4%) de establecimientos de más de 90 camas pertenecientes a Pequeñas empresas.

Vale la pena aclarar por un lado que la verdadera manera de clasificar las empresas por tamaño (Unipersonales, Pequeñas, etc.) se efectúa por cantidad de empleados y por el volumen de dinero facturado al año. Al no contar con esta última información solo se pudo estratificar a las empresas de acuerdo a los recursos humanos que posee.

Por otro lado existen –sobre todo en la ciudad de Salto- hoteles con gran cantidad de habitaciones pero que sin embargo emplean a muy pocos trabajadores.

En la tabla 36 se pueden apreciar los precios promedios en dólares según habitación, los mismos van desde una single (entre 45 y 50 dólares), hasta una suite (de 100 a 145).

Tabla 37 - Precio promedio por habitaciones en dólares

Habitación	Precio promedio (Dólares)
Single	45-48
Doble	50-60
Triple	55-75
Cuádruple	65-70
Suite	100-145

Fuente: Elaboración propia

Cuando indagamos la opinión de los responsables acerca del perfil socioeconómico de los turistas que llegan a las empresas, nos respondieron -como muestra la Tabla N°8- que sería básicamente de un nivel medio.

Tabla 38 - El perfil socioeconómico de los turistas que llegan a su empresa es:

Alto	6,4
Medio alto	17,9
Medio	53,8
Medio bajo	12,8
Bajo	3,8
No contesta	5,1

Fuente: Elaboración propia

Muy similar respuesta obtuvimos al preguntar el perfil de los turistas que llegan al destino (tabla N°9)

Tabla 39 - El perfil socioeconómico de los turistas que llegan al destino es:

Alto	1,3
Medio alto	15,4
Medio	61,5
Medio bajo	10,3
Bajo	2,6
No sabe	2,6
No contesta	6,4

Fuente: Elaboración propia

Uno de los grandes aspectos a tener en cuenta, era saber si el turismo en el corredor está generando puestos de trabajo estables, que le permitan al trabajador proyectar su vida a partir del mismo. Como se puede apreciar en el gráfico N°6, los responsables de las empresas afirman -en un 84%- que se trata de puestos de trabajo permanentes.

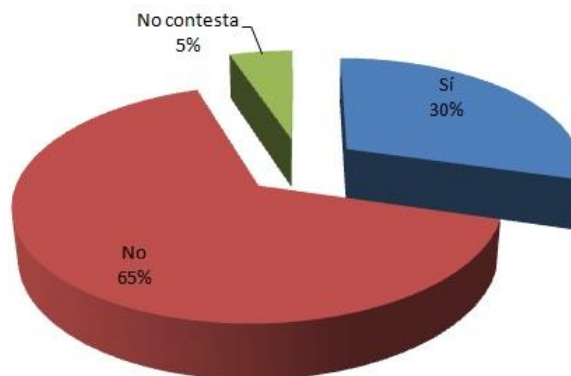
Gráfico N° 6 ¿Los puestos de trabajo que ofrece la empresa mayoritariamente son?



Fuente: Elaboración propia

Indagando acerca de la informalidad que muchas veces suele estar presente en este sector, se preguntó si con motivo de enfrentar la demanda de temporada, se contrataba personal adicional al declarado con anterioridad. Solamente el 30% declaró que si lo hacía y el 5% prefirió no contestar.

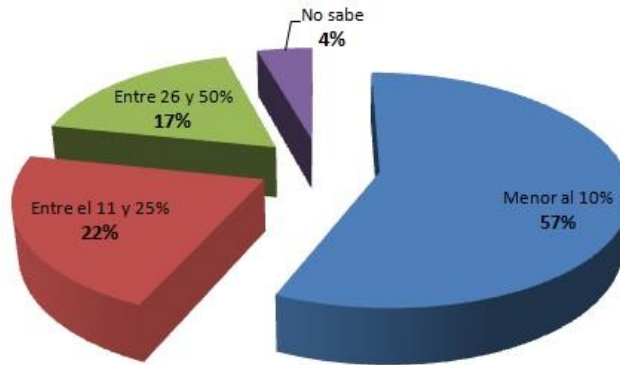
Gráfico N°7: ¿Contrata personal adicional para enfrentar la demanda de temporada?



Fuente: Elaboración propia

De las empresas que declararon que contrataba personal adicional, aproximadamente el 60% afirmó que solo lo hacían en un porcentaje menor al 10%, el 22% entre un 11 y un 25%, y el 17% de las empresas lo hace entre un 26 y un 50%.

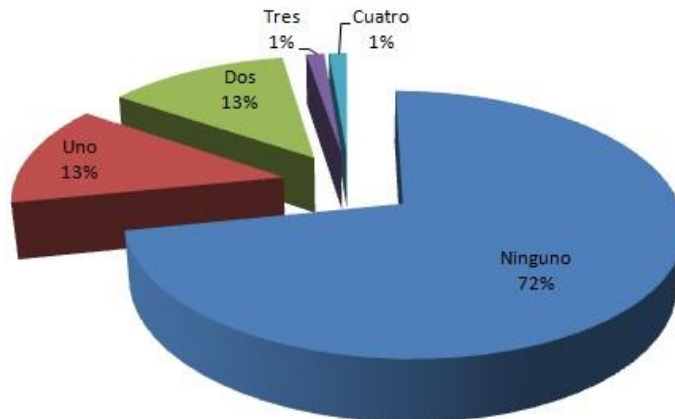
Grafico N°8: ¿Qué porcentaje contrata la empresa durante los “picos” de temporada?



Fuente: Elaboración propia

Para confirmar se les preguntó en términos absolutos y no relativos (porcentajes), el 72% declaró no contratar personal adicional durante los picos, mientras que el 13% afirmó que contrata solamente uno, y en igual porcentaje (13%) se encuentran los que contratan dos trabajadores.

Grafico N°9: ¿Cuántos empleos zafrales necesitan en la empresa en momentos de pico de turistas?

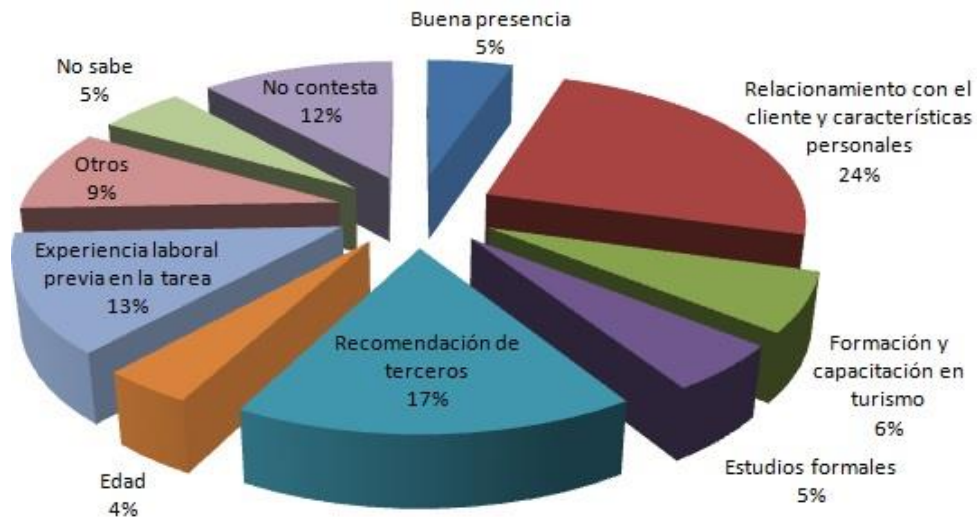


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los principales aspectos en los que se basan los responsables de estas empresas al momento de contratar mano de obra, se pueden concluir muchas cosas. Primero que las características personales y el relacionamiento con el cliente –al igual que otras mediciones- vuelve a destacarse (24%), además la recomendación para el ingreso al puesto de trabajo sigue siendo significativa (17%), al igual que la experiencia previa en el puesto de trabajo (13%).

Pero sin dudas lo que continúa siendo un problema para el sector en general, es el escaso peso que se le atribuye a la formación en turismo (6%) y a los estudios formales (5%) al momento de reclutar los trabajadores del rubro.

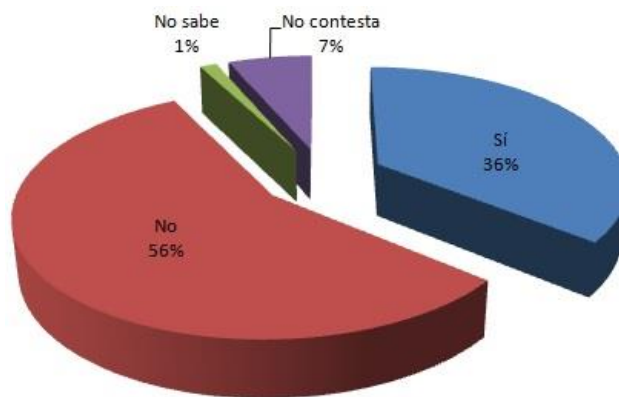
Grafico N°10: ¿Principal aspecto que considera la empresa al momento de contratar un trabajador?



Fuente: Elaboración propia

Por ello resulta fundamental indagar más a fondo sobre la temática de la capacitación de los recursos humanos en el sector. Par ello como se puede apreciar en la gráfica N°11, se indagó si la empresa les había ofrecido o no algún tipo de capacitación para llevar adelante la tarea. El 56% contestó que no había ofrecido ningún tipo de capacitación a sus trabajadores.

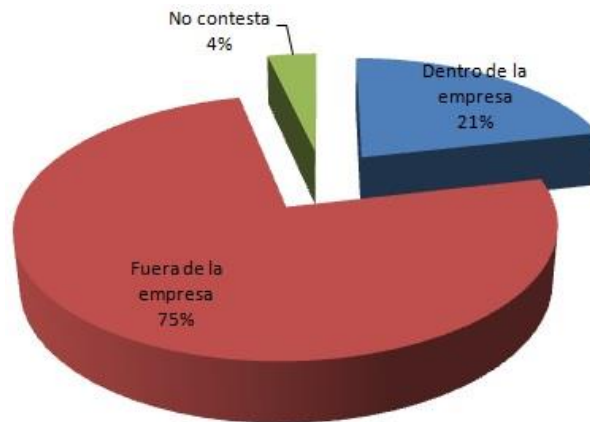
Gráfico N° 11: ¿La empresa ha ofrecido a sus empleados algún curso de capacitación?



Fuente: Elaboración propia

De las empresas que contestaron que si (36%) lo habían hecho, como muestra la gráfica N°12, el 75% declaró haberlas efectuado fuera de la empresa y el 21 % dentro de la misma.

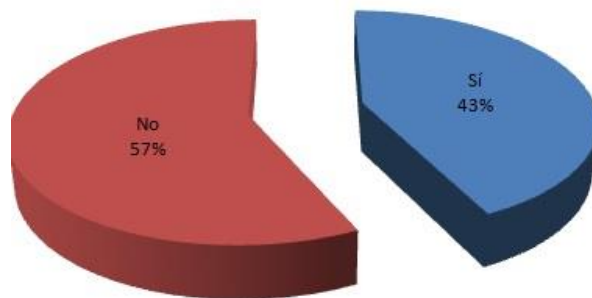
Gráfica N°12: Las capacitaciones se realizaron:



Fuente: Elaboración propia

Se indagó además si las capacitaciones tanto fuera como dentro de la empresa habían sido llevadas a cabo por el Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP). Como muestra el gráfico N°13, el 43% de los responsables contestó que se habían dictado por dicho instituto.

Gráfica N°13. ¿Han tenido alguna instancia de capacitación con INEFOP?



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla N°10, las capacitaciones que se llevaron adelante a través del Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) se efectuaron en el 92% de los casos fuera de la empresa.

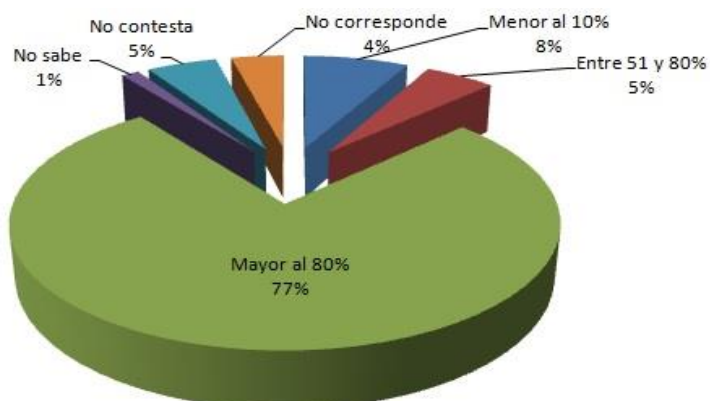
Tabla 40- Lugar donde se efectuaron capacitaciones por INEFOP

	Con INEFOP	Sin INEFOP	TOTAL
Dentro de la empresa	0,0%	37,5%	21,4%
Fuera de la empresa	91,7%	62,5%	75,0%
Ns/Nc	8,3%	0,0%	3,6%
	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Otro tema relevante era saber si los trabajadores del sector presentaban cobertura de los servicios sociales, como se puede apreciar en el gráfico aproximadamente el 80% de las empresas afirma que más del 80% de sus trabajadores están cubiertos.

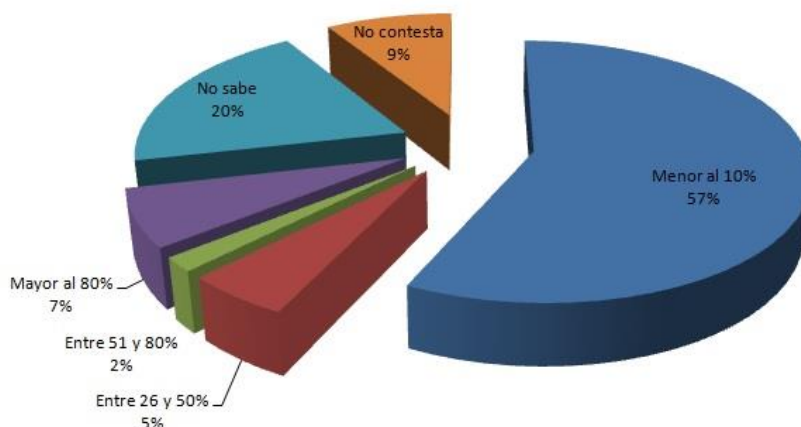
Gráfica N°14: ¿Qué porcentaje de los trabajadores poseen cobertura social?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la sindicalización, como se puede apreciar en la gráfica N°15, el 60% de las empresas tiene porcentajes de sindicalización de sus trabajadores muy bajos, incluso menores al 10%.

Grafica N°15: ¿Qué porcentaje de los trabajadores se encuentra sindicalizados?



Fuente: Elaboración propia

1- Perfil de las empresas y empresarios – Sector Transporte.

La información en este caso refiere a los diferentes medios de transporte de los turistas en las localidades de referencia, especialmente ómnibus, taxis y remises, en tal sentido se relevaron 44 empresas de transporte en total, de las cuales el 46% son taxis, el 2% remises y el restante 52% empresas de ómnibus. Cabe señalar que no formó parte del marco censal, el transporte turístico, (camionetas que utilizan la chapa turística para paseos y excursiones) dado que no se pudo acceder a información que posibilitará incluir a dicho tipo de transporte. A continuación las principales características de las empresas de transporte relevadas, las cuales agrupan la mayoría del rubro.

Tabla 41 - Departamento de la empresa transporte

Departamento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Paysandú	11,6	11,6
Salto	41,9	53,5
Rio Negro	14,0	67,4
Soriano	27,9	95,3
Artigas	4,7	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Se observa que la mayoría de las empresas se originan en el Departamento de Salto y le siguen del Departamento de Soriano, entre ambos agrupan aproximadamente el 70% de las empresas de transporte del Corredor.

El departamento de Salto sería el que contiene la mayoría de las empresas del rubro transporte.

Tabla 42 - Tipo de Empresa de Transporte

Lugar de actividad	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Local	48,8	48,8
Interdepartamental	18,6	67,4
Internacional	9,3	76,7
Realiza viajes locales, interdptales e internacionales	9,3	86,0
Otros	2,3	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 42 se aprecia que la mayoría de las empresas realizan sus actividades a nivel local y luego interdepartamental, lo que sugiere que tal hecho se encuentra influenciado por las características del transporte.

En definitiva, el radio de acción principal de las empresas censadas sería a nivel local.

Tabla 43 - Años que trabaja la firma.

Antigüedad de la empresa	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Antes 1990	27,9	27,9
1990 a 2000	27,9	55,8
2001 a 2005	7,0	62,8
2006 a 2010	16,3	79,1
2011 a 2015	18,6	97,7
2016 a la fecha	2,3	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En este caso se observa que el aproximadamente el 56% de las empresas se encuentran operando desde antes del año 2000, lo que indica la trayectoria de las mismas en el rubro.

Es decir, la mayoría de las empresas tienen una trayectoria consolidada en el tema transportes.

Tabla 44 - Tamaño de las empresas según cantidad de trabajadores.

Tamaño de las empresas	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No corresponde	14,0	14,0
1 a 3 trab.	23,3	37,2
4 a 10 trab.	32,6	69,8
Más de 11 trab.	30,2	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Prácticamente un tercio de las empresas consultadas serían de porte pequeño dada la cantidad de empleados, por otra parte, un 30% tienen más de 11 trabajadores en su plantilla de empleados.

En definitiva, la mayoría de las empresas de transporte del Corredor serían pequeñas de acuerdo a la cantidad de trabajadores contratados.

Tabla 45 - ¿Número de frecuencias interdepartamentales?

Cantidad de frecuencias en valores absolutos.	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	72,1	72,1
2	4,7	76,7
3	4,7	81,4
4	2,3	83,7
5	4,7	88,4
10	4,7	93,0
12	2,3	95,3
14	2,3	97,7
15	2,3	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 45 se consulta sobre la cantidad de frecuencias interdepartamentales, lo que no es contestado por todas las empresas, ahora, entre quienes sí contestan se aprecia una realidad diversa dado que no existe una mayoría clara.

Un grupo tendría entre 2 y 3 frecuencias interdepartamentales y otro grupo de empresas entre 5 y 10 frecuencias.

En definitiva, se aprecian dos grupos de empresas con frecuencias interdepartamentales aquellas entre 2 y 3, y, 5 y 10.

Tabla 46 - ¿Número de líneas interdepartamentales?

Número de líneas	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	72,1	72,1
1	4,7	76,7
2	11,6	88,4
3	9,3	97,7
8	2,3	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En el caso de las líneas departamentales, se aprecia una mayoría más clara en relación a los valores de la tabla 46. La mayoría de las empresas que tienen frecuencias interdepartamentales, presentarían un número de 2 líneas de tales características.

Tabla 47 - ¿Se encuentra asociado al Corredor de los Pájaros Pintados?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	11,6	11,6
No	69,8	81,4
No sabe	7,0	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En este caso prácticamente 7 de cada 10 empresas del rubro no se encuentran asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados.

Tabla 48 - ¿Es parte de alguna asociación turística?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	9,3	9,3
No	74,4	83,7
No sabe	4,7	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La tabla 48 reafirma el dato de la tabla anterior, dado que aproximadamente tres cuartas partes de las empresas no se encuentra asociada a algún tipo de asociación turística.

En definitiva, se aprecia bajo interés asociativo para el trabajo en el tema turístico por parte de la mayoría de las empresas del transporte.

A continuación la información que se presenta da cuenta del perfil social de los empresarios consultados.

Tabla 49 - Sexo.

Sexo	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	65,1	65,1
Femenino	34,9	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de los empresarios consultados son del sexo masculino, y un poco más de un tercio del sexo femenino.

Tabla 50 - Grupo de edades

Grupo de edades	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
jóvenes	16,3	16,3
adultos	74,4	90,7
adultos mayores	9,3	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al analizar los grupos de edades, se aprecia que la mayoría de los empresarios consultados son del grupo adulto (entre 30 y 60 años) situación esperable dado que es la edad de mayor actividad laboral.

Tabla 51 - Nivel educativo

Educación	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria completa	2,3	2,3
Secundaria incompleta	32,6	34,9
Secundaria completa	30,2	65,1
UTU completa	7,0	72,1
Universidad incompleta	14,0	86,0
Universidad completa	2,3	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La tabla 51 presenta el nivel educativo formal alcanzado por dichos empresarios, se aprecia que secundaria incompleta es el mayor nivel realizado seguido de secundaria completa.

En definitiva, prácticamente dos terceras partes de los empresarios ha realizado estudios secundarios.

Tabla 52 - Anteriormente, ¿ocupó algún otro cargo en esta empresa?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	11,6	14,0
No	74,4	88,4
No contesta	13,9	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de los consultados no ha tenido otro cargo en la empresa, es decir, que han ingresado y comenzado en la situación que indican de propietarios, socios o gerentes.

En definitiva, tres cuartas partes de los empresarios consultados se han iniciado en el cargo actual.

Tabla 53 - En la toma de decisiones estratégicas ¿en su opinión- Ud. considera que posee una participación:

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escasa o nula	2,3	2,3
Activa	60,5	62,8
Es Ud. quien toma las decisiones	25,6	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Lo analizado en la tabla 53 se reafirma con los actuales datos, al ser la respuesta mayoritaria la de tener un papel activo en la toma de decisiones lo que sumado con quién las toma indicaría que 8 de cada 10 consultados se encuentran en tal situación.

En resumen, la mayoría de los consultados tienen un papel activo en la toma de decisiones de la empresa.

Tabla 54 - Años de trabajo en la empresa.

Antigüedad en la empresa	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	18,6	18,6
1 a 3 años	16,3	34,9
4 a 10 años	37,2	72,1
Más de 10 años	27,9	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La antigüedad laboral de los consultados se ubica entre los 4 y 10 para la mayoría de los mismos, seguido de aquellos con más de 10 años en el rubro del transporte.

En definitiva, la antigüedad laboral de la mayoría de los empresarios consultados sería entre los 4 y 10 años.

Tabla 55 - Antigüedad en el cargo que desempeña.

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	20,9	20,9
1 a 3 años	20,9	41,9
4 a 10 años	37,2	79,1
Más de 10 años	20,9	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Con relación a la antigüedad en el cargo que desempeña en la empresa, nuevamente la mayoría se sitúa entre los 4 y 10 años de trabajo.

La información que sigue a continuación dará cuenta del tema inversiones de la empresa.

Tabla 56 - ¿Cuál es el origen de la inversión?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Local	55,8	55,8
Nacional	25,6	81,4
Extranjero	4,7	86,0
No sabe	2,3	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La tabla 56 informa acerca del origen de la inversión en la empresa, prácticamente el 56% de los consultados indican que la misma es local reafirmando las características señaladas con anterioridad, sobre el importante peso de lo local.

Tabla 57 - ¿Pertenece esta empresa a alguna cadena nacional o internacional?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, nacional	14,0	14,0
Sí, internacional	7,0	20,9
No	67,4	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Lo analizado en la tabla 57 se consolida con esta información, dado que más de dos tercios manifiesta que su empresa de transporte no pertenece a alguna cadena nacional o internacional, reafirmando el importante peso de lo local.

Tabla 57 - En el 2017, la empresa invirtió en:

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Reformas y/o mejoras edilicias	4,7	4,7
Equipamiento en general	20,9	25,6
Publicidad en el ámbito nacional	9,3	34,9
Herramientas informática	2,3	37,2
Otras	30,2	67,4
No sabe	14,0	81,4
No contesta	18,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Sobre las principales inversiones realizadas durante 2017, se aprecia que la principal fue en otras inversiones (en este sentido cabe señalar, que la pregunta no especifica en que otras inversiones sino que las agrupa como tal), seguido de equipamiento en general. Por otra parte, el otro dato es que prácticamente un 20% responde ante lo cual serían aquellos que no han realizado inversiones.

En definitiva, un 80% de los empresarios realizaron inversiones durante 2017 y la mayoría fue en otros tipos de las señaladas.

Tabla 58 - En su opinión, el perfil socioeconómico de los turistas que llegan a su empresa es:

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	2,3	2,3
Medio alto	14,0	16,3
Medio	60,5	76,7
Medio bajo	4,7	81,4
No sabe	4,7	86,0
No contesta	14,0	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al consultar sobre el perfil socioeconómico de los consumidores de su empresa, la respuesta mayoritaria es que son del nivel socioeconómico medio, 6 de cada 10 opina de esta manera.

En resumen, 6 de cada 10 empresarios opina que sus consumidores son mayoritariamente de nivel socioeconómico medio.

Tabla 59 - ¿Y de los turistas que llegan al destino?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	4,7	4,7
Medio alto	23,3	27,9
Medio	55,8	83,7
No sabe	2,3	86,0
No contesta	14,0	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al preguntarse sobre dicho perfil pero de los que llegan a destino, la mayoría continua siendo de nivel socioeconómico medio pero en un porcentaje un poco menor, el 55% opina en tal sentido.

En definitiva, la mayoría de los empresarios del transporte opina que el perfil mayoritario de los turistas en la localidad es de nivel medio.

Tabla 60 - ¿Cuál es el origen más frecuente de los turistas que llegan a su empresa?

Nacionalidad	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Uruguayos	16,3	16,3
Argentinos	53,5	69,8
Brasileños	7,0	76,7
Paraguayos	2,3	79,1
Extraregión	2,3	81,4
No sabe	7,0	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al consultarse sobre la nacionalidad de origen de los turistas, la mayoría de los empresarios indicó que serían argentinos seguidos de uruguayos.

En definitiva, la mayoría de los turistas que llegan a la localidad serían de nacionalidad argentina.

La información que sigue a continuación da cuenta de la situación y principales características del empleo en el sector.

Tabla 61 - ¿Principal aspecto que considera la empresa al momento de contratar un trabajador?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena presencia	18,6	18,6
Relacionamiento con el cliente y características personales	18,6	37,2
Estudios formales	14,0	51,2
Recomendación de terceros	2,3	53,5
Edad	2,3	55,8
Experiencia laboral previa en la tarea	14,0	69,8
Otros	14,0	83,7
No sabe	4,7	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 61 queda claro que para el 38% de los consultados la buena presencia y el relacionamiento con el cliente y las características personales, son los determinantes para la contratación de los trabajadores de la empresa.

En definitiva, buena presencia y relacionamiento con los clientes serían aspectos principales para contratar empleados por parte de la mayoría de los empresarios del sector.

Tabla 62 - ¿La empresa contrata personal adicional para afrontar la demanda?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	32,6	32,6
No	51,2	83,7
No sabe	4,7	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Se aprecia que la mayoría no contrata personal extra para afrontar la demanda turística en la localidad.

Tabla 63 - Del total de trabajadores de la empresa, ¿qué porcentaje residen en la localidad?

Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0 % residencia local	18,6	18,6
1 % residencia local	7,0	25,6
2 % residencia local	9,3	34,9
3 % residencia local	4,7	39,5
40 % residencia local	2,3	41,9
45 % residencia local	2,3	44,2
65 % residencia local	2,3	46,5
70 % residencia local	7,0	53,5
80 % residencia local	7,0	60,5
85 % residencia local	2,3	62,8
99 % residencia local	37,2	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Aquellos que no quisieron responder figuran con el valor 0, ahora, entre quienes respondieron la mayoría declara que el 99% de los trabajadores residen en la localidad de la empresa.

En definitiva, la mayoría de los trabajadores de las empresas de transporte residen en la localidad de origen.

Tabla 64 - En el 2017, ¿la empresa ha ofrecido a sus empleados algún curso de capacitación?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	23,3	23,3
No	62,8	86,0
No sabe	2,3	88,4
No contesta	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En este caso se aprecia que 6 de cada 10 empresas no han ofrecido cursos de capacitación a sus empleados, una mayoría clara por parte de la falta de capacitación reciente en la plantilla de funcionarios.

Tabla 65 - Las capacitaciones se realizaron:

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Dentro de la empresa	4,7	4,7
Fuera de la empresa	14,0	18,6
Ambos lugares	4,7	23,3
No sabe	2,3	25,6
No contesta	20,9	46,5
No corresponde	53,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Para las empresas que realizaron capacitación a sus empleados durante el 2017 (aproximadamente la cuarta parte), la mayoría lo realizó fuera de la empresa.

Tabla 66 - ¿Han tenido alguna instancia de capacitación con INEFOP?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	74,4	74,4
No sabe	2,3	76,7
No contesta	23,3	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al consultar sobre la participación en instancias de capacitación por parte de INEFOP, prácticamente el 75% manifestó no haber participado.

En definitiva, una contundente mayoría no participo de capacitaciones de INEFOP lo que confirma la falta de capacitación de las empresas del sector transporte durante 2017.

Tabla 67 - ¿Qué porcentaje de los trabajadores poseen cobertura de los servicios sociales?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor al 10%	2,3	2,3
Entre 51 y 80%	4,7	7,0
Mayor al 80%	76,7	83,7
No sabe	4,7	88,4
No corresponde	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

El 77% de los consultados responden que los trabajadores se encuentran registrados en BPS y en el ejercicio de sus derechos sociales, ahora, parecería que el restante porcentaje estaría en una situación de informalidad laboral.

En resumen, 7 de cada 10 empresas tienen a sus trabajadores en BPS mientras que aproximadamente la cuarta parte estaría en situación de informalidad.

Tabla 68 - ¿Qué porcentaje de los trabajadores se encuentra sindicalizados?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor al 10%	9,3	9,3
Entre 26 y 50%	16,3	25,6
Entre 51 y 80%	4,7	30,2
Mayor al 80%	11,6	41,9
No sabe	18,6	60,5
No contesta	2,3	62,8
No corresponde	37,2	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al ser planteado el tema de la sindicalización de los trabajadores de las empresas del sector, existe un 20% aproximadamente que no sabe o no quiere contestar, un 38% que considera que no les corresponde responder y entre quienes sí responden, la mayoría indica que entre el 26 y 50% de los trabajadores estarían sindicalizados, un porcentaje importante comparado con los otros sectores analizados.

En resumen, se observa un porcentaje entre el 26 y 50% de los trabajadores del sector que estarían sindicalizados, lo que comparado con otros sectores indica una capacidad

importante de organización de los trabajadores del transporte por un lado, por otro, el ejercicio de tales derechos señalando madurez para establecer relaciones laborales entre trabajadores y empresarios organizados.

Tabla 69 - ¿Los puestos de trabajo que ofrece la empresa mayoritariamente son?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eventuales	2,3	2,3
Permanentes	72,1	74,4
Ambos	14,0	88,4
No corresponde	11,6	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al analizar las características del puesto de trabajo que ofrecen las empresas del transporte en el Corredor, la mayoría (7 de cada 10) es de carácter permanente.

Es decir, las empresas del transporte en su mayoría generan puestos de trabajo permanente.

Tabla 70 - ¿Cuántos empleos zafrales necesitan en la empresa en momentos pico de turistas?

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	67,4	67,4
1	16,3	83,7
2	14,0	97,7
3	2,3	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En la tabla 70, la consulta es sobre la cantidad de empresas que necesitan empleos zafrales y cuántos. En tal sentido, se aprecia primero que la mayoría no precisa de tales empleos confirmando lo analizado anteriormente sobre la necesidad de más empleos en momentos de mayor demanda turística, y entre las empresas que sí necesitan más empleos, la mayoría contrata 1 trabajador de forma zafral.

En definitiva, la mayoría de las empresas del transporte no demandan empleo zafral y cuando lo hacen contratan a un trabajador de forma mayoritaria.

4- Perfil de las empresas y empresarios – Sector Inmobiliarias.

En el presente punto la información dará cuenta del sector de inmobiliarias del Corredor, se pudo construir un marco censal el que indicó un total de 47 empresas del

sector. De las cuales se detectaron 8 (17%) vinculadas al turismo, por lo cual las restantes 39 no aplicaron el formulario correspondiente.

Los principales resultados siguen a continuación.

Tabla 71 – Localidad.

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Salto	25,0	25,0
Termas del Daymán	25,0	50,0
Las Cañas	12,5	62,5
Colonia	25,0	87,5
Balneario Santa Ana	12,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de las inmobiliarias vinculadas al turismo del Corredor se encuentran localizadas en el Departamento de Salto, le sigue aquellas en el Departamento de Colonia.

Tabla 72 – Antigüedad de las empresas.

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1990 - 2001	50,0	50,0
2005 - 2010	25,0	75,0
2011 - 2015	25,0	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Como se aprecia, la mayoría de las empresas trabajan en el rubro anterior al año 2001 con un interesante crecimiento posterior a 2005.

Tabla 73 – Asociados al Corredor de los Pájaros Pintados.

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí	12,5	12,5
No	75,0	87,5
No sabe	12,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

La mayoría de las empresas no se encuentran asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados, tendencia que se consolida más allá del rubro empresarial.

Tabla 74 – ¿Es parte de alguna asociación turística?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí	37,5	37,5
No	62,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En el caso de la capacidad asociativa, se reitera lo observado en otros sectores empresariales la mayoría tiende a no trabajar en forma asociada.

Tabla 75 – En su opinión, el perfil socioeconómico de los turistas que llegan a su empresa es:

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio alto	37,5	37,5
Medio	37,5	75,0
Medio bajo	25,0	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

En la Tabla 75 se consulta sobre el perfil socioeconómico de los turistas con los cuales trabaja la empresa, la percepción es que trabajan con un nivel socioeconómico mayoritaria de medio y medio alto.

Tabla 76 – ¿Y de los turistas que llegan al destino?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio alto	25,0	25,0
Medio	37,5	62,5
Medio bajo	37,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Ahora, sobre el perfil socioeconómico de los que llegan a destino la percepción es similar pero con un leve aumento del nivel medio bajo.

Por otra parte, consultados sobre el precio promedio de una casa para una familia tipo con dos dormitorios en alta temporada, dicho valor fue de USD 56,5, tomando la cotización del dólar estadounidense billete según el Banco Central del Uruguay para el día 4 de octubre de 2018.2

La información que sigue da cuenta de los aspectos laborales.

² Ver: <https://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-Indicadores/Paginas/Cotizaciones.aspx>

Tabla 77 – ¿Cuántas personas trabajan actualmente en la empresa?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	12,5	12,5
2	37,5	50,0
3	37,5	87,5
4	12,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Aproximadamente tres cuartas partes de las empresas consultadas se componen por una plantilla laboral entre 3 y 4 empleados.

Tabla 78 – ¿Principal aspecto que considera la empresa al momento de contratar un trabajador?

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Buena presencia	12,5	12,5
Relacionamiento con el cliente y características personales	12,5	25,0
Estudios formales	25,0	50,0
Recomendación de terceros	12,5	62,5
Experiencia laboral previa en la tarea	12,5	75,0
Otros	12,5	87,5
No contesta	12,5	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Al momento de contratar un trabajador, las empresas consultadas del sector inmobiliario lo que valoran mayoritariamente son los estudios formales del mismo, por lo cual se estimaría en mayor grado el avance en la escolaridad formal del candidato al puesto.

Por otro lado, se constata que el 87,0% de las empresas consultadas no contratan personal adicional para afrontar la demanda en la temporada pico, y quienes lo hacen contratan hasta 2 trabajadores y por último, se aprecia que el 62,0% de las empresas no han realizado cursos de capacitación de sus trabajadores.

Finalmente, se presenta el perfil de los empresarios consultados.

Tabla 79 – Sexo del consultado.

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	25,0	25,0
Femenino	75,0	100,0
Total	100,0	

Fuente elaboración propia.

Se aprecia que la mayoría de los consultados son del sexo femenino, situación diferente al resto de los sectores empresariales del Corredor. El promedio de edad es de 34, la mayoría de los consultados tienen nivel educativo de secundaria completa y por último, la mayoría hace 8 años que trabaja en la empresa.

En definitiva, empresarias jóvenes, con experiencia en el rubro y con formación educativa de secundaria completa serían quienes llevan adelante las empresas inmobiliarias consultadas del Corredor.

4. Conclusiones.

A continuación se presentan los principales resultados del censo por los diferentes sectores analizados. En este sentido la información relevada posibilita plantear las siguientes reflexiones finales acerca de la oferta, inversión y empleo analizada en el Corredor.

Con relación a la oferta se observa lo siguiente:

- restaurantes y pizzerías serían las principales empresas del rubro gastronómico.
- la mayoría de las empresas han iniciado sus actividades después de 2011.
- La mayoría de los empresarios son adultos, comprendidos entre los 30 y 60 años de edad.
- 6 de cada 10 empresas gastronómicas del Corredor es una pequeña empresa.
- El total del Corredor generaría aproximadamente entre 2899 y 3154 empleos de acuerdo a los datos aportados por las empresas censadas, con un margen de error del 5%.

En materia de inversiones:

- la mayoría de las inversiones gastronómicas en el Corredor son de origen local.
- al momento de invertir los pequeños empresarios tienden a realizarlo en mejoras edilicias del local y equipamiento del emprendimiento gastronómico.

- las tres cuartas partes del total respondieron que no están asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados.
- 8 de cada 10 empresas no están asociadas a ninguna asociación turística.

Perfil de los empresarios consultados:

- mayoría masculina en la composición del empresariado gastronómico del Corredor.
- nivel educativo formal predominante en el empresariado gastronómico del Corredor es secundario, especialmente completo.
- quienes responden no han formado parte de un proceso de ascenso previo.
- los consultados trabajan de forma reciente en la empresa gastronómica.
- la experiencia en el cargo para la mayoría de los consultados sería por debajo de los 10 años.
- 9 de cada 10 de los consultados son quienes deciden o activamente toman responsabilidades ejecutivas en la empresa.
- el Departamento de Salto en el Corredor es el Departamento que concentra la mayor cantidad de propuestas gastronómicas del mismo.

En materia de oferta gastronómica:

- la propuesta de restaurante es claramente mayoritaria.
- el horario de atención sería discontinuado con cierta concentración hacia el fin de la tarde y durante el horario nocturno.
- los clientes de sectores medios serían los principales consumidores gastronómicos del Corredor.
- se aprecia que quienes visitan destino son mayoritariamente de sectores medios seguidos de sectores medios altos.
- una fuerte presencia de turistas argentinos en el Corredor y en el consumo gastronómico.

Acerca del empleo se observó lo que sigue:

- no sería la capacitación o formación del trabajador en la tarea a desempeñar lo importante a la hora de ser contratado, sino, la capacidad de relacionarse con el cliente, sus características personas y experiencia laboral previa.
- la mayoría de las empresas no contratan personal adicional para afrontar la demanda turística.
- la mayoría de los trabajadores residen en las localidades de las empresas gastronómicas de origen.

- 7 de cada 10 empresas no ofrecieron cursos de capacitación a sus empleados.
- las empresas que realizaron capacitación (27%), la mayoría de ellas la hicieron fuera de la empresa.
- una clara mayoría manifiesta no recurrir a INEFOP para la capacitación de sus empleados.
- la mayoría de los empleados del rubro gastronómico se encontrarían en condiciones formales de empleo.
- los trabajadores del sector estarían sindicalizados en una tasa menor al 10%.
- los puestos laborales que se generarían en el sector gastronómico presentan un alto porcentaje de permanentes y serían aproximadamente 1041 empleos permanentes.
- las empresas en momentos “picos” de demanda turística tienden a no contratar más trabajadores, las que lo hacen contratan mayoritariamente 2 empleados y se contratarían aproximadamente 104 puestos laborales.
- En total el sector gastronomía implicaría 1145 empleos aproximadamente.

A continuación los principales resultados del sector alojamiento.

Con relación a la oferta se observa lo siguiente:

- el mayor porcentaje de concentración de la oferta se encuentra en el Departamento de Salto, 42%.
- las PYMES representan el 86% de las empresas del rubro alojamiento del Corredor.
- la mayoría de las censadas fueron hoteles (54%), siguiéndoles los apart hotel (13%).
- en promedio las empresas del Corredor declaran haber comenzado sus actividades en el año 2002, y el origen de la inversión suele ser predominantemente local (46,2%).
- aproximadamente 9 de cada 10 empresas no pertenecen a una cadena nacional o internacional de comercialización.

En materia de inversiones:

- las más significativas fueron en reformas y/o mejoras edilicias (32%) y en equipamiento en general (19%).
- existe un 40% de empresas del rubro alojamiento que aún no se han asociado al Corredor, mientras que una cifra similar si lo ha hecho.

Acerca de la oferta en alojamiento:

- los responsables de las empresas declaran haber tenido un porcentaje promedio de ocupación del 40% a lo largo del año.
- con respecto al número total de camas, podemos afirmar que según lo declarado existen alrededor de 5700 camas a lo largo del Corredor, y entre 48 y 70 de ellas por establecimiento en promedio.
- cerca del 85% de los establecimientos que poseen hasta 30 camas son empresas Unipersonales y Pequeñas.
- los precios promedios en dólares según habitación, los mismos van desde una single (entre 45 y 50 dólares), hasta una suite (de 100 a 145).
- 5 de cada 10 empresas considera que recibe turistas de perfil socioeconómico medio, sin embargo este valor cambia al consultar sobre los que llegan a destino, 6 de cada 10 considera que llegan turistas de nivel socioeconómico medio.

Con relación al empleo se observó lo siguiente:

- un 84% de los puestos laborales son de trabajo permanente, se detectaron en tal sentido aproximadamente 872 empleos.
- 30% contrata personal adicional para enfrentar la demanda de la temporada, lo que significa aproximadamente 41 puestos laborales.
- En total el sector alojamiento implicaría 913 empleos aproximadamente.
- de las empresas que declararon que contrataba personal adicional, aproximadamente el 60% afirmó que solo lo hacían en un porcentaje menor al 10%.
- el 72% declaró no contratar personal adicional durante los picos, mientras que el 13% afirmó que contrata solamente uno.
- el 41% de los empresarios consultados priorizan al momento de contratar un trabajador, el relacionamiento con el cliente y características personales, y recomendación de terceros.
- 56% contestó que no había ofrecido ningún tipo de capacitación a sus trabajadores.
- la mayoría de las empresas que sí realizaron capacitación, lo hicieron fuera de la empresa.
- 43% de las capacitaciones fueron realizadas por INEFOP y mayoritariamente fuera de las empresas.
- aproximadamente 80% de los trabajadores estarían en condiciones de formalidad, al estar registrados en BPS.
- 6 de cada 10 empresas tienen menos del 10% del personal sindicalizado.

A continuación los principales resultados del sector transporte:

La oferta del transporte.

- entre los Departamento de Salto y Soriano agrupan el 70% de las empresas de transporte del Corredor.
- el radio de acción principal de las empresas censadas sería a nivel local.
- la mayoría de las empresas tienen una trayectoria consolidada en el tema transportes y serían pequeñas de acuerdo a la cantidad de trabajadores contratados.
- se aprecian dos grupos de empresas con frecuencias interdepartamentales aquellas entre 2 y 3, y, 5 y 10.
- la mayoría de las empresas que tienen frecuencias interdepartamentales, presentarían un número de 2 líneas de tales características.
- 7 de cada 10 empresas del rubro no se encuentran asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados.
- se aprecia bajo interés asociativo para el trabajo en el tema turístico por parte de la mayoría de las empresas del transporte.

Perfil social de los empresarios:

- la mayoría son de sexo masculino, dos tercios y del grupo adulto (entre 30 y 60 años)
- prácticamente dos terceras partes de los empresarios ha realizado estudios secundarios.
- tres cuartas partes de los empresarios consultados se han iniciado en el cargo actual.
- la mayoría de los consultados tienen un papel activo en la toma de decisiones de la empresa.
- la antigüedad laboral como en el cargo que desempeña de la mayoría de los empresarios consultados sería entre los 4 y 10 años.

Acerca de las inversiones:

- sobre el origen de la inversión en la empresa, prácticamente el 56% de los consultados indican que la misma es local.
- dos tercios manifiesta que su empresa de transporte no pertenece a alguna cadena nacional o internacional.
- 80% de los empresarios realizaron inversiones durante 2017 y la mayoría fue en otros tipos de las señaladas.

- 6 de cada 10 empresarios opina que sus consumidores son mayoritariamente de nivel socioeconómico medio.
- la mayoría de los empresarios del transporte opina que el perfil mayoritario de los turistas en la localidad es de nivel medio.
- la mayoría de los turistas que llegan a la localidad serían de nacionalidad argentina.

Principales características del empleo:

- buena presencia y relacionamiento con los clientes serían aspectos principales para contratar empleados por parte de la mayoría de los empresarios del sector.
- se aprecia que la mayoría no contrata personal extra para afrontar la demanda turística en la localidad.
- la mayoría de los trabajadores de las empresas de transporte residen en la localidad de origen.
- 6 de cada 10 empresas no han ofrecido cursos de capacitación a sus empleados.
- las empresas que realizaron capacitación a sus empleados durante el 2017 (aproximadamente la cuarta parte), la mayoría lo realizó fuera de la empresa.
- una contundente mayoría no participo de capacitaciones de INEFOP.
- 7 de cada 10 empresas tienen a sus trabajadores en BPS mientras que aproximadamente la cuarta parte estaría en situación de informalidad.
- se observa un porcentaje entre el 26 y 50% de los trabajadores del sector que estarían sindicalizados.
- las empresas del transporte en su mayoría generan puestos de trabajo permanente y serían aproximadamente 902 empleos en tal condición.
- la mayoría de las empresas del transporte no demandan empleo zafra y cuando lo hacen contratan a un trabajador de forma mayoritaria y serían aproximadamente 22 empleos los demandados.
- En total el sector transporte implicaría 924 empleos aproximadamente.

Sobre el sector inmobiliario:

- la mayoría de las empresas se encuentran localizadas en el Departamento de Salto y Colonia.
- la mayoría trabaja en el rubro anterior a 2001.
- se consolida la tendencia observada en los otros sectores a no asociarse tanto al Corredor de los Pájaros Pintados como a otras asociaciones turísticas.

- sobre el perfil socioeconómico de los turistas con los cuales trabaja la empresa, la percepción es que trabajan con un nivel socioeconómico mayoritaria de medio y medio alto.
- sobre los que llegan a destino la percepción es similar pero con un leve aumento del nivel medio bajo.
- acerca del precio promedio de una casa para una familia tipo con dos dormitorios en alta temporada, dicho valor fue de USD 56,5.
- tres cuartas partes de las empresas consultadas se componen por una plantilla laboral entre 3 y 4 empleados y el total de trabajadores permanentes sería de 20 en el total de empresas relevadas.
- al momento de contratar un trabajador, las empresas consultadas del sector inmobiliario valoran mayoritariamente los estudios formales del mismo.
- se constata que el 87,0% de las empresas consultadas no contratan personal adicional para afrontar la demanda en la temporada pico, y quienes lo hacen contratan hasta 2 trabajadores y por último, se aprecia que el 62,0% de las empresas no han realizado cursos de capacitación de sus trabajadores.
- acerca del perfil de los consultados, se aprecia un perfil de empresarias jóvenes, con experiencia en el rubro y con formación educativa de secundaria completa serían quienes llevan adelante las empresas inmobiliarias consultadas del Corredor.
- En total el sector inmobiliario implicaría 22 empleos aproximadamente del total de empresas consultadas.

Bibliografía.

- BRYMAN, A. (1988) **Quantity and Quality in Social Research**. Londres: Ed. Routledge, Introducción y Cap. 2 (La naturaleza de la investigación cuantitativa), pp. 1-44. (Traducción de la Cátedra: María José Llanos Pozzi).
- CEA D'ANCONA, M.A. **Metodología cuantitativa estrategias y técnicas de investigación social**. Editorial Síntesis. Madrid, España, 1996.
- CORTÉS, F. (1987) **Métodos estadísticos aplicados a la investigación en Ciencias Sociales**, Colegio de México. México.
- KERLINGER, F. y LEE, H.B. (2000) **Investigación Del Comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales**. M c Graw Hill, México.
- PÉREZ, C. (2005) **Técnicas de análisis de datos con SPSS 15**. Prentice Hall.

Resumen Ejecutivo.

El presente documento forma parte del convenio de trabajo entre la Asociación Pro Fundación para las Ciencias Sociales (APFCS en adelante) y el Ministerio de Turismo (MINITUR en adelante), acerca del relevamiento de información, capacitación para la conformación de un Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados.

El trabajo se dividió en tres fases, en la primera se estableció la definición del calendario de talleres como la realización de cinco talleres de capacitación a técnicos en habilidades para interiorizar las tareas operativas a las que deban hacer frente, así como a los aspectos técnicos conceptuales de todas las operaciones estadísticas que se produzcan en el marco del Observatorio.

Por otra parte, se agregó la realización de una encuesta piloto para poner a prueba el formulario elaborado en dicha fase, los recursos humanos capacitados y materiales destinados para dicha encuesta. Con ello se propuso como principal motivo, evaluar los procedimientos y herramienta acordada, captar información del flujo turístico en la temporada en los diferentes Departamentos y tener una instancia de aprendizaje real.

En la segunda fase se estableció la producción de información primaria referente a la demanda turística, relevada en la Encuesta de Demanda Turística del Corredor de los Pájaros Pintados.

Finalmente en la tercera fase, se estableció la producción de información primaria: primer relevamiento del Observatorio que incluirá la medición de la oferta, demanda, inversión y empleo.

En la primera fase, se llevó adelante la ejecución de la metodología cuantitativa, técnica empleada fue la encuesta personal (cara a cara) de tipo polietápica aplicada a los/as turistas ingresados por el Corredor de los Pájaros Pintados en los Departamentos de Salto, Paysandú, Río Negro y Soriano Colonia? Dicha encuesta se llevó a cabo con un cuestionario formado en su mayoría por preguntas de tipo cerradas, incluyendo algunas preguntas abiertas, un total de 14 preguntas.

Se define como tamaño muestral (**n**) un total de 1746 casos, sobre un universo de 57270 visitantes entre los años 2016 y 2017, dato relevado en los centros de información turística en los que se contaba con datos. Los casos fueron distribuidos proporcionalmente por Departamento y Centro de Informaciones de acuerdo al registro de visitantes del 2016 y 2017. El período de aplicación de dicha encuesta es entre los meses de enero y marzo de 2018.

Los principales resultados obtenidos fueron:

- a) Por el Corredor de los Pájaros Pintados 7 de cada 10 turistas con residencia extranjera provienen de la República Argentina.
- b) Aproximadamente un 30,0% de los turistas nacionales provienen de la región sureste del país.

- c) El ocio y vacaciones son el principal motivo del viaje lo que plantea el tipo de servicios y productos que se ofrecen por parte del destino para que tal motivo no solo se pueda cumplir sino también de satisfacer y motivar el retorno.
- d) Quienes realizan turismo en el Corredor de los Pájaros Pintados mayoritariamente son empleados administrativos, funcionarios públicos, vendedores y cajeros seguidos de jubilados/pensionistas y profesionales universitarios, ocupaciones que indicarían un perfil de sectores de nivel socioeconómico medio.
- e) La mayoría tiende a no visitar otro lugar aparte del destino elegido y aquellos que sí visitan otros lugares optan mayoritariamente por los Departamentos de Río Negro, Paysandú y Colonia.
- f) El tipo de alojamiento mayoritariamente consumido por los turistas del Corredor sería el camping, seguido de la hotelería de 3 estrellas y casas de familia indicando conjuntamente con el tipo de ocupación una aproximación al perfil socioeconómico de consumo.
- g) El grupo de edades mayoritario de turistas del Corredor se encuentra comprendida entre los 31 y 65 años, tanto para hombres como para mujeres.

En la segunda fase, se desarrolló también la metodología cuantitativa, empleando la técnica de encuesta personal (cara a cara) de tipo polietápica aplicada a los/as turistas ingresados por el Corredor de los Pájaros Pintados en los Departamentos de Salto, Paysandú, Río Negro, Soriano y Colonia, en los centros termales del mismo, paseos públicos y centros de compra (shoppings). Dicha encuesta se llevó a cabo con un cuestionario formado en su mayoría por preguntas de tipo cerradas, incluyendo algunas preguntas abiertas (2), un total de (15) preguntas.

Se define como tamaño muestral (n) un total de 420 casos, sobre un universo de 1.026.593 visitantes durante el año 2017, según datos provistos por el Ministerio de Turismo (en adelante MINTUR), los casos fueron distribuidos proporcionalmente por Departamento según el peso de cada uno de ellos en el total de turistas de 2017. El período de aplicación de dicha encuesta fue entre los días 11 y 23 de julio de 2018.

Para la elaboración del marco muestral se consideró la información brindada por el Área de Investigación y Estadística del Ministerio de Turismo, registros que contaban los ingresos de turistas por el Corredor durante 2017.

Una vez con dicha información, se aplicó la siguiente fórmula para tamaño de muestra: $n = 0,96 * N / (0,0025 * (N - 1)) + 0,96$, cuyo resultado es de 401 casos.

La cantidad de casos se distribuyó por el peso porcentual de cada Departamento según la distribución de turistas observados durante 2017, según datos del Ministerio de Turismo.

Los principales resultados que se obtuvieron fueron:

- a. La mayor parte de los turistas que llegan al Corredor (73%) provienen de Uruguay, especialmente desde Montevideo y Canelones, y la mayoría de los turistas extranjeros (21%) provienen de Argentina, de las Provincias de Buenos Aires, Entre Ríos y Santa Fé.
- b. Las principales razones que motivaron el viaje de los individuos o grupos, la categoría ocio y vacaciones (72%) supera ampliamente al resto.
- c. Con respecto a la ocupación del entrevistado podemos afirmar que la mayoría de los turistas se encuentra en la categoría “Empleado administrativo, Cajero, Vendedor, Funcionario público” (28%).
- d. El principal destino del viaje podemos apreciar, que alrededor del 45% de los turistas se inclina por el turismo termal.
- e. El 67% de los turistas encuestados es un público fidelizado, dado que ya conocía el lugar del Corredor y ha vuelto.
- f. El 62% contestó que no tenía intenciones de visitar otro destino, solo contestaron afirmativamente una pequeña porción donde destacan los que visitarán Salto (12,6%) y Paysandú (5%).
- g. La amplia mayoría de los turistas (62%) llegaron a los distintos puntos del Corredor en automóvil propio.
- h. Acerca del tipo de alojamiento que utilizaron en los distintos puntos del Corredor podemos afirmar que destacan las “Cabañas/Bungalows/appart hotel” (39,4%), le siguen las “Viviendas de Familiares/amigos” (20%).
- i. Con respecto al lugar de residencia de los excursionistas o visitantes por el día, los resultados fueron bien variados. Existen algunas pistas –como diferencias en el cambio, etc.- que podrían estar indicando algún tipo de inclinación de las visitas por el día orientadas principalmente al turismo de compras, como es el caso de los concordenses en Salto.
- j. Poco más del 90% de los individuos (de las profesiones más importantes que llegan al corredor) gasta menos de 100 dólares por día.
- k. Los turistas se quedan en el Corredor entre 3 y 3,5 días.
- l. 9 de cada 10 grupos familiares que visitan el corredor, se componen hasta 4 integrantes.
- m. La mayoría (dos tercios) se integra por adultos (entre 30 y 60 años) y le siguen los jóvenes (14 a 29 años), es claro que muchas familias se componen por adultos y jóvenes pero también la evidencia indica el predominio de los adultos.
- n. La mediana de integrantes del grupo familiar es 2 y la media muy similar, el desvío confirma la homogeneidad en la cantidad del grupo familiar de turistas, en cuanto a la edad, la media es de 40 años, la mediana 37 y el desvío de 14 años, por lo cual, el 95,0% de la población analizada estaría entre los 26 y 54 años.

En la tercera fase, se continúa el desarrollo de la metodología cuantitativa pero en este caso aplicando la técnica del censo (cara a cara y telefónica en el caso de las inmobiliarias) de tipo polietápica aplicada a los empresarios del rubro alojamiento, gastronómico, transporte e inmobiliarias del Corredor de los Pájaros Pintados en los Departamentos de Salto, Paysandú, Río Negro, Soriano y Colonia, en los centros termales del mismo, paseos públicos, planta urbanas de las diferentes localidades del Corredor especialmente capitales departamentales y centros poblados seleccionados para tal fin y centros de compra (shoppings). Dicho censo se llevó a cabo con un cuestionario formado en su mayoría por preguntas de tipo cerradas, incluyendo algunas preguntas abiertas (2), en un total de (40) preguntas.

Se define como marco censal (N) un total de 416 casos aproximadamente según datos provistos por el MINTUR luego de la coordinación mencionada, se realizaron 260 casos, es decir, un 62% del universo construido y de las 260 empresas visitadas se obtuvo una tasa de no respuesta del 15% por lo cual, el porcentaje del total de empresas que respondieron fue del 85%. El período de aplicación del censo fue entre los días 3 de setiembre y 5 de octubre de 2018.

Los principales resultados observados son los que siguen a continuación:

Con relación a la oferta gastronómica se observa lo siguiente:

- restaurantes y pizzerías serían las principales empresas del rubro gastronómico.
- la mayoría de las empresas han iniciado sus actividades después de 2011.
- La mayoría de los empresarios son adultos, comprendidos entre los 30 y 60 años de edad.
- 6 de cada 10 empresas gastronómicas del Corredor es una pequeña empresa.

En materia de inversiones:

- la mayoría de las inversiones gastronómicas en el Corredor son de origen local.
- al momento de invertir los pequeños empresarios tienden a realizarlo en mejoras edilicias del local y equipamiento del emprendimiento gastronómico.
- las tres cuartas partes del total respondieron que no están asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados.
- 8 de cada 10 empresas no están asociadas a ninguna asociación turística.

Perfil de los empresarios consultados:

- mayoría masculina en la composición del empresariado gastronómico del Corredor.
- nivel educativo formal predominante en el empresariado gastronómico del Corredor es secundario, especialmente completo.

- quienes responden no han formado parte de un proceso de ascenso previo.
- los consultados trabajan de forma reciente en la empresa gastronómica.
- la experiencia en el cargo para la mayoría de los consultados sería por debajo de los 10 años.
- 9 de cada 10 de los consultados son quienes deciden o activamente toman responsabilidades ejecutivas en la empresa.
- el Departamento de Salto en el Corredor es el Departamento que concentra la mayor cantidad de propuestas gastronómicas del mismo.

En materia de oferta gastronómica:

- la propuesta de restaurante es claramente mayoritaria.
- el horario de atención sería discontinuado con cierta concentración hacia el fin de la tarde y durante el horario nocturno.
- los clientes de sectores medios serían los principales consumidores gastronómicos del Corredor.
- se aprecia que quienes visitan destino son mayoritariamente de sectores medios seguidos de sectores medios altos.
- una fuerte presencia de turistas argentinos en el Corredor y en el consumo gastronómico.

Acerca del empleo se observó lo que sigue:

- no sería la capacitación o formación del trabajador en la tarea a desempeñar lo importante a la hora de ser contratado, sino, la capacidad de relacionarse con el cliente, sus características personas y experiencia laboral previa.
- la mayoría de las empresas no contratan personal adicional para afrontar la demanda turística.
- la mayoría de los trabajadores residen en las localidades de las empresas gastronómicas de origen.
- 7 de cada 10 empresas no ofrecieron cursos de capacitación a sus empleados.
- las empresas que realizaron capacitación (27%), la mayoría de ellas la hicieron fuera de la empresa.
- una clara mayoría manifiesta no recurrir a INEFOP para la capacitación de sus empleados.
- la mayoría de los empleados del rubro gastronómico se encontrarían en condiciones formales de empleo.

- los trabajadores del sector estarían sindicalizados en una tasa menor al 10%.
- los puestos laborales que se generarían en el sector gastronómico presentan un alto porcentaje de permanentes.
- las empresas en momentos “picos” de demanda turística tienden a no contratar más trabajadores, las que lo hacen contratan mayoritariamente 2 empleados.

A continuación los principales resultados del sector alojamiento.

Con relación a la oferta se observa lo siguiente:

- el mayor porcentaje de concentración de la oferta se encuentra en el Departamento de Salto, 42%.
- las PYMES representan el 86% de las empresas del rubro alojamiento del Corredor.
- la mayoría de las censadas fueron hoteles (54%), siguiéndoles los appart hotel (13%).
- en promedio las empresas del Corredor declaran haber comenzado sus actividades en el año 2002, y el origen de la inversión suele ser predominantemente local (46,2%).
- aproximadamente 9 de cada 10 empresas no pertenecen a una cadena nacional o internacional de comercialización.

En materia de inversiones:

- las más significativas fueron en reformas y/o mejoras edilicias (32%) y en equipamiento en general (19%).
- existe un 40% de empresas del rubro alojamiento que aún no se han asociado al Corredor, mientras que una cifra similar si lo ha hecho.

Acerca de la oferta en alojamiento:

- los responsables de las empresas declaran haber tenido un porcentaje promedio de ocupación del 40% a lo largo del año.
- con respecto al número total de camas, podemos afirmar que según lo declarado existen alrededor de 5700 camas a lo largo del Corredor, y entre 48 y 70 de ellas por establecimiento en promedio.
- cerca del 85% de los establecimientos que poseen hasta 30 camas son empresas Unipersonales y Pequeñas.
- los precios promedios en dólares según habitación, los mismos van desde una single (entre 45 y 50 dólares), hasta una suite (de 100 a 145).

- 5 de cada 10 empresas considera que recibe turistas de perfil socioeconómico medio, sin embargo este valor cambia al consultar sobre los que llegan a destino, 6 de cada 10 considera que llegan turistas de nivel socioeconómico medio.

Con relación al empleo se observó lo siguiente:

- un 84% de los puestos laborales son de trabajo permanente.
- 30% contrata personal adicional para enfrentar la demanda de la temporada.
- de las empresas que declararon que contrataba personal adicional, aproximadamente el 60% afirmó que solo lo hacían en un porcentaje menor al 10%.
- el 72% declaró no contratar personal adicional durante los picos, mientras que el 13% afirmó que contrata solamente uno.
- el 41% de los empresarios consultados priorizan al momento de contratar un trabajador, el relacionamiento con el cliente y características personales, y recomendación de terceros.
- 56% contestó que no había ofrecido ningún tipo de capacitación a sus trabajadores.
- la mayoría de las empresas que sí realizaron capacitación, lo hicieron fuera de la empresa.
- 43% de las capacitaciones fueron realizadas por INEFOP y mayoritariamente fuera de las empresas.
- aproximadamente 80% de los trabajadores estarían en condiciones de formalidad, al estar registrados en BPS.
- 6 de cada 10 empresas tienen menos del 10% del personal sindicalizado.

A continuación los principales resultados del sector transporte:

La oferta del transporte.

- entre los Departamento de Salto y Soriano agrupan el 70% de las empresas de transporte del Corredor.
- el radio de acción principal de las empresas censadas sería a nivel local.
- la mayoría de las empresas tienen una trayectoria consolidada en el tema transportes y serían pequeñas de acuerdo a la cantidad de trabajadores contratados.
- se aprecian dos grupos de empresas con frecuencias interdepartamentales aquellas entre 2 y 3, y, 5 y 10.

- la mayoría de las empresas que tienen frecuencias interdepartamentales, presentarían un número de 2 líneas de tales características.
- 7 de cada 10 empresas del rubro no se encuentran asociadas al Corredor de los Pájaros Pintados.
- se aprecia bajo interés asociativo para el trabajo en el tema turístico por parte de la mayoría de las empresas del transporte.

Perfil social de los empresarios:

- la mayoría son de sexo masculino, dos tercios y del grupo adulto (entre 30 y 60 años)
- prácticamente dos terceras partes de los empresarios ha realizado estudios secundarios.
- tres cuartas partes de los empresarios consultados se han iniciado en el cargo actual.
- la mayoría de los consultados tienen un papel activo en la toma de decisiones de la empresa.
- la antigüedad laboral como en el cargo que desempeña de la mayoría de los empresarios consultados sería entre los 4 y 10 años.

Acerca de las inversiones:

- sobre el origen de la inversión en la empresa, prácticamente el 56% de los consultados indican que la misma es local.
- dos tercios manifiesta que su empresa de transporte no pertenece a alguna cadena nacional o internacional.
- 80% de los empresarios realizaron inversiones durante 2017 y la mayoría fue en otros tipos de las señaladas.
- 6 de cada 10 empresarios opina que sus consumidores son mayoritariamente de nivel socioeconómico medio.
- la mayoría de los empresarios del transporte opina que el perfil mayoritario de los turistas en la localidad es de nivel medio.
- la mayoría de los turistas que llegan a la localidad serían de nacionalidad argentina.

Principales características del empleo:

- buena presencia y relacionamiento con los clientes serían aspectos principales para contratar empleados por parte de la mayoría de los empresarios del sector.

- se aprecia que la mayoría no contrata personal extra para afrontar la demanda turística en la localidad.
- la mayoría de los trabajadores de las empresas de transporte residen en la localidad de origen.
- 6 de cada 10 empresas no han ofrecido cursos de capacitación a sus empleados.
- las empresas que realizaron capacitación a sus empleados durante el 2017 (aproximadamente la cuarta parte), la mayoría lo realizó fuera de la empresa.
- una contundente mayoría no participo de capacitaciones de INEFOP.
- 7 de cada 10 empresas tienen a sus trabajadores en BPS mientras que aproximadamente la cuarta parte estaría en situación de informalidad.
- se observa un porcentaje entre el 26 y 50% de los trabajadores del sector que estarían sindicalizados.
- las empresas del transporte en su mayoría generan puestos de trabajo permanente.
- la mayoría de las empresas del transporte no demandan empleo zafra y cuando lo hacen contratan a un trabajador de forma mayoritaria.

Sobre el sector inmobiliario:

- la mayoría de las empresas se encuentran localizadas en el Departamento de Salto y Colonia.
- la mayoría trabaja en el rubro anterior a 2001.
- se consolida la tendencia observada en los otros sectores a no asociarse tanto al Corredor de los Pájaros Pintados como a otras asociaciones turísticas.
- sobre el perfil socioeconómico de los turistas con los cuales trabaja la empresa, la percepción es que trabajan con un nivel socioeconómico mayoritaria de medio y medio alto.
- sobre los que llegan a destino la percepción es similar pero con un leve aumento del nivel medio bajo.
- acerca del precio promedio de una casa para una familia tipo con dos dormitorios en alta temporada, dicho valor fue de USD 56,5.
- tres cuartas partes de las empresas consultadas se componen por una plantilla laboral entre 3 y 4 empleados.
- al momento de contratar un trabajador, las empresas consultadas del sector inmobiliario valoran mayoritariamente los estudios formales del mismo.

- se constata que el 87,0% de las empresas consultadas no contratan personal adicional para afrontar la demanda en la temporada pico, y quienes lo hacen contratan hasta 2 trabajadores y por último, se aprecia que el 62,0% de las empresas no han realizado cursos de capacitación de sus trabajadores.
- acerca del perfil de los consultados, se aprecia un perfil de empresarias jóvenes, con experiencia en el rubro y con formación educativa de secundaria completa serían quienes llevan adelante las empresas inmobiliarias consultadas del Corredor.

Anexos .

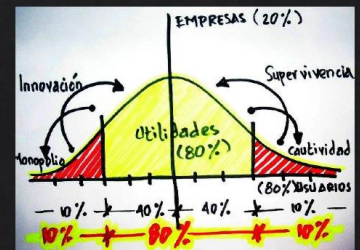
Indicadores del Mercado de Trabajo

Capacitación del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados

Estamos hastiados de información pero hambrientos

de conocimientos

John Nasibett



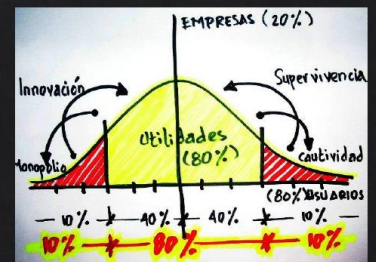
MUESTREO

Metodología y Tamaño Muestral

Capacitación del Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados

Estamos hastiados de información pero hambrientos de conocimientos

John Nasibett



OBSERVATORIO TURÍSTICO CPP

13 de marzo 2018
Ec. María José Alonsopérez

Tabla Diseño Muestra Encuesta Piloto

DEPARTAMENTO	CENTRO DE INFORMACIÓN SELECCIONADO	2018 (Enero-Marzo) Piloto	Encuestas por día	
PAYSANDÚ	Centro de Informes Centro	19	0,3	cada 3 días 1 encuesta
	Centro de Informes Playa	19	0,3	cada 3 días 1 encuesta
	Centro de Informes Termas de Almirón	341	5	
	Muestra (n)=	379		
SALTO	Centro de informes Mini Terminal Daymán	126	2	
	Centro de informes Oficina central	127	2	
	Administración Termas Arapey	126	2	
	Muestra (n)=	379		
RÍO NEGRO	Museo Revolución Industrial	246	4	
	CIT Plaza Hargain	20	0,3	cada 3 días 1 encuesta
	Teatro Young	30	0,4	cada 2 días 1 encuesta
	Muestra (n)=	296		
SORIANO	CIT Villa Soriano	33	0,5	cada 2 días 1 encuesta
	Museo Berro	35	0,5	cada 2 días 1 encuesta
	CIT Rosedal Mercedes	54	0,8	día por medio 1 encuesta
	Catamarán	199	12	Toda la semana de Jazz y fin de semana.
	Muestra (n)=	321		
COLONIA	CIT Carmelo	371	5	
	Muestra (n)=	371		

ANEXO 1

Empleos en Turismo según datos de la ECH 2016

La fuente de datos empleada en este trabajo es la Encuesta Continua de Hogares (ECH) divulgada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2016. La desagregación por sectores y subsectores de actividad se realiza de acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme - Revisión 4 (CIIU Rev. 4) empleada en la ECH, en el caso de la información que se presente de Uruguay XXI sobre la temática se advierte que dicho criterio de clasificación fue trabajado con la misma revisión del CIIU Rev. 4 pero hasta 5 dígitos lo que nos impidió tener mayor precisión en la clasificación y comparación. Dado que la Encuesta se realiza a partir de una muestra de la población, las cifras presentadas son una referencia válida pero no son exactas y la confianza se reduce a medida que aumenta el nivel de desagregación y las respuestas abarcan un conjunto de personas cada vez menor.

Tabla 1 - Distribución por Departamentos empleos en Turismo.

Departamento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Montevideo	40,9	40,9
Artigas	1,8	42,7
Canelones	14,9	57,7
Cerro Largo	1,4	59,1
Colonia	4,3	63,4
Durazno	1,2	64,6
Flores	,7	65,3
Florida	1,6	66,9
Lavalleja	1,3	68,2
Maldonado	10,9	79,1
Paysandú	2,4	81,5
Río Negro	1,6	83,1
Rivera	2,4	85,6
Rocha	3,2	88,8
Salto	4,2	93,0
San José	2,9	95,9
Soriano	1,6	97,5
Tacuarembó	1,6	99,2
Treinta y Tres	,8	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

La presente tabla da cuenta de la distribución por Departamentos de la distribución de empleos relacionados al turismo, la mayoría de los mismos se concentran en el Departamento de Montevideo, seguido de Canelones, Maldonado, Colonia y Salto entre estos Departamentos se concentra aproximadamente el 75% de tales empleos.

En resumen, en cinco Departamentos se concentran 7 de cada 10 empleos en turismo.

Tabla 2 - Trabajadores por Sectores Turísticos

Sectores Turísticos	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alojamiento	15,6	15,6
Restaurantes, bares y cantinas	48,6	64,3
Transporte	22,3	86,6
Alquiler de bienes de transporte y recreación	1,4	88,0
Agencia de viajes y actividades relacionadas	4,6	92,6
Cultura	1,7	94,3
Esparcimiento y deportivas	5,7	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

La información que ha sido de referencia es una publicación de Uruguay XXI, “Informe sector turismo – marzo 2017”, tomando datos de la ECH 2015 se indica que el sector alojamiento representa el 21% del empleo turístico, restaurantes, bares y cantinas el 42%, transporte el 22%, alquiler de bienes de transporte y recreación el 1%, agencias de viajes y actividades relacionadas el 3%, cultura el 1%, esparcimiento y deportivas el 8% y finalmente, comercio al por menor (free shop) el 3%.

Con las limitaciones metodológicas ya señaladas se procuró trabajar para el 2016, las tendencias se mantuvieron pero sin la precisión de trabajar con 5 dígitos de la revisión CIU 08.

En definitiva, tres sectores de la actividad turística agrupan la mayoría de los empleos del sector ellos son alojamiento, restaurantes, bares y cantinas y transporte, entre los tres aproximadamente 9 de cada 10 empleos.

Tabla 3 - Grupo de edades

Grupo de edades	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
jóvenes	30,2	30,2
adultos	61,7	91,9
adultos mayores	8,1	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Al analizar la composición por grupos de edades, la mayoría de quienes trabajan en el sector turismo son adultos, es decir, entre los 30 y 60 años.

Tabla 4 - Nivel Educativo Alcanzado Discriminado

Nivel Educativo Alcanzado Discriminado	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
primaria incompleta	2,6	2,6
primaria completa	38,6	41,2
secundaria incompleta	27,3	68,5
secundaria completa	13,4	81,9
terciaria/univ. incompleta	9,4	91,3
terciaria/univ.completa	8,7	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

En términos de formación formal, la mayoría de los empleados han alcanzado primaria completa seguidos de aquellos con secundaria incompleta, entre ambos grupos se concentra la mayoría de los empleados al ser prácticamente el 66% del total de los trabajadores del sector.

Es decir, que 6 de cada 10 empleados del sector turismo ha alcanzado secundaria incompleta como máximo nivel educativo formal.

Tabla 5 - NBI Índice y NBS

NBI Índice y NBS	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NBS	70,5	70,5
al menos 1 NBI	20,0	90,5
2 NBI	6,4	96,8
>3 NBI	3,2	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Al observar la situación socioeconómica utilizando la metodología de las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), 7 de cada 10 trabajadores del sector se encuentra con sus necesidades básicas satisfechas, mientras que 2 poseen al menos una NBI y 1 más de 2 NBI.

En definitiva, la mayoría de los trabajadores del sector turismo tendrían sus necesidades básicas satisfechas.

Tabla 6 - Índice Multidimensional de la Pobreza (Katzman)

Índice Multidimensional de la Pobreza (Katzman)	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Integrados	69,3	69,3
Pobreza reciente	1,2	70,5
Pobreza inercial	26,1	96,6
Pobreza estructural	3,4	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

En este caso al utilizar la metodología de Katzman para analizar la situación de pobreza de los trabajadores del sector, tal índice multidimensional (a partir del cruce de NBI y LP) indica que prácticamente 7 de cada 10 se encuentran integrados socialmente (sin NBI y por encima de la LP), 1% en situación de pobreza reciente (sin NBI pero por debajo de la LP), aproximadamente una cuarta parte en condición de pobreza inercial

(con NBI pero por encima de la LP) y finalmente, un 3% en pobreza estructural (con NBI y por debajo de la LP).

En definitiva, ante una metodología más “exigente” acerca de la situación de pobreza de los trabajadores del sector turismo, la mayoría se encuentran integrados socialmente.

Tabla 7 - Empleo formal

Empleo formal	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Formal	61,5	61,5
No formal	38,5	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Al analizar la situación de formalidad del empleo en el sector, se observa que aproximadamente un 39% se encuentra con diferentes problemas al respecto. Un 25% en situación informal plena, mientras que un 14% de manera intermedia es decir, accede algunos derechos sociales y a otros no.

En definitiva, 6 de cada 10 trabajadores del sector se encuentran en situación de formalidad.

Tabla 8 - Índice Resumen Calidad de Empleo

Índice Resumen Calidad de Empleo	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	8,2	8,2
Medio Alto	8,4	16,5
Medio	18,9	35,4
Medio Bajo	12,9	48,2
Bajo	51,8	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

La tabla 8 da cuenta de la calidad del empleo, el índice se construye a partir de las siguientes variables: 1- formalidad, 2- pago de aguinaldo, 3- cantidad de horas semanales, 4- antigüedad y 5- monto de salario percibido en función del salario mínimo nacional (como parámetro).

De la aplicación del mismo se observa que aproximadamente el 52% de los trabajadores la calidad de sus empleos es bajo, es decir la mayoría. Al reagrupar dicha información,

se aprecia que el 16% presentan empleos de calidad, el 19% empleos de calidad intermedia y el 65% de calidad baja.

En definitiva, la calidad del empleo generada en el sector turismo sería para la mayoría de los trabajadores de baja calidad.

Situación del Corredor

La información a continuación describe la situación del empleo del sector turismo pero en el Corredor de los Pájaros Pintados, teniendo como referencia los datos nacionales. La metodología de análisis aplicada es igual a la señalada anteriormente.

La información que sigue a continuación son los Departamentos integrantes del Corredor y el peso porcentual de los trabajadores del sector turismo.

Tabla 9 – Departamentos del Corredor

Departamento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Artigas	11,4	11,4
Colonia	27,1	38,5
Paysandú	14,9	53,4
Río Negro	10,3	63,7
Salto	26,3	89,9
Soriano	10,1	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

La tabla indica que los Departamentos de Colonia y Salto agrupan el 53% de los empleos del sector, seguidos de Paysandú, entre los tres se concentra el 68% de los mismos.

En definitiva, en el Corredor serían tres Departamentos (Colonia, Salto y Paysandú) los que concentran un porcentaje cercano al que se observa a nivel nacional pero con cinco Departamentos.

Tabla 10 - Trabajadores por Sectores Turísticos

Trabajadores por Sectores Turísticos	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alojamiento	21,7	21,7
Restaurantes, bares y cantinas	54,3	75,9
Transporte	16,2	92,1
Alquiler de bienes de transporte y recreación	,7	92,8
Agencia de viajes y actividades relacionadas	1,8	94,5
Cultura	1,5	96,1
Esparcimiento y deportivas	3,9	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

La tendencia a nivel nacional se observa de igual manera en el Corredor, siendo el sector de actividad Restaurantes, bares y cantinas el principal empleador, seguido de alojamiento y transporte, entre los tres sectores de actividad agrupan el 92% del empleo generado en el turismo del Corredor.

En definitiva, en el Corredor se reafirma lo observado a nivel nacional, un peso fundamental en el empleo de la gastronomía, el alojamiento y transporte de los turistas dado que 9 de cada 10 trabajadores se emplean en dichos sectores de actividad.

Tabla 11 - Grupo de edades recodificada

Grupo de edades recodificada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
jóvenes	25,8	25,8
adultos	65,4	91,2
adultos mayores	8,8	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Se aprecia que como sucede a nivel nacional, la mayoría de los trabajadores del sector en el Corredor son adultos, edades comprendidas entre los 30 y 60 años.

Tabla 12 - Nivel Educativo Alcanzado Discriminado

Nivel Educativo Alcanzado Discriminado	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
primaria incompleta	1,8	1,8
primaria completa	51,9	53,6
secundaria incompleta	25,5	79,1
secundaria completa	10,3	89,5
terciaria/univ. incompleta	5,5	94,9
terciaria/univ.completa	5,1	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Acerca del nivel educativo formal alcanzado por parte de los trabajadores en el Corredor, nuevamente se aprecia la tendencia a nivel nacional, pero con mayor especificación es decir, el peso de los que alcanzaron primaria completa como nivel educativo es mayor en el Corredor seguido de quienes no completaron el nivel secundario.

En resumen, aproximadamente 8 de cada 10 trabajadores del turismo en el Corredor no ha completado secundaria como nivel educativo formal alcanzado.

Tabla 13 - NBI Índice y NBS

NBI Índice y NBS	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NBS	63,9	63,9
al menos 1 NBI	23,0	86,9
2 NBI	8,1	95,0
>3 NBI	5,0	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Al analizar la situación de pobreza por la metodología de las NBI, se observa que 6 de cada 10 trabajadores tiene sus necesidades básicas satisfechas uno menos con relación a nivel nacional, y por lo tanto más trabajadores en el Corredor con NBI.

En definitiva, los trabajadores del Corredor estarían con mayores NBI al compararlos con los datos a nivel nacional de los trabajadores del mismo sector de actividad.

Tabla 14 - Índice Multidimensional de la Pobreza (Katzman)

Índice Multidimensional de la Pobreza (Katzman)	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Integrados	63,2	63,2
Pobreza reciente	,7	63,9
Pobreza inercial	33,7	97,6
Pobreza estructural	2,4	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Al ser aplicada la metodología multidimensional de la pobreza de Katzman para los trabajadores del Corredor, se confirma la tendencia de mayor pobreza en comparación con los datos nacionales. El 63% se encuentra integrado socialmente mientras a nivel nacional sería el 69%, la diferencia principal sería en la categoría de pobreza inercial en la cual los trabajadores del Corredor presentan mayores porcentajes con relación al dato país.

En definitiva, los trabajadores del Corredor se encuentran con porcentajes menores de integración social al comparar con el dato nacional, y la pobreza inercial (con NBI pero por encima de la LP) sería mayor en el Corredor lo que indicaría la vulnerabilidad social de los mismos ante cambios en los ingresos salariales hacia la pérdida real de los mismos.

Tabla 15 - Empleo formal

Empleo formal	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Formal	49,5	61,5
No formal	50,5	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

Acerca de la formalidad del empleo que desarrollan en el Corredor, prácticamente se distribuyen de forma simétrica los que se encuentran formales e informales, al comparar con los datos nacionales se aprecia una mayor informalidad en el Corredor de los Pájaros Pintados.

En resumen, la situación mayoritaria de los empleados del turismo en el Corredor sería de informalidad.

Tabla 16 - Índice Resumen Calidad de Empleo

Índice Resumen Calidad de Empleo	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	6,8	6,8
Medio Alto	6,8	13,6
Medio	15,3	28,9
Medio Bajo	7,7	36,5
Bajo	63,5	100,0
Total	100,0	

Fuente: elaboración propia según ECH 2016 – INE.

En la tabla 8 se detalló la construcción del índice mencionado, aplicado en este caso para la calidad del empleo turístico en el Corredor. Se aprecia que el 63% de los trabajadores la calidad de sus empleos son bajos, al comparar con el dato nacional es 11% superior, al reagrupar la información, se observa que el 14% presenta empleos de calidad (16% a nivel nacional), 15% empleos de calidad intermedia (19% a nivel nacional) y 71% empleos de baja calidad (65% a nivel nacional).

En resumen, en el Corredor de los Pájaros Pintados la mayoría de los empleos generados en los sectores de actividad analizados (alojamiento, gastronomía y transporte que concentran el 75% de los empleos) serían de baja calidad.

ANEXO 2

A continuación se detalla la hoja de ruta realizada por el equipo de encuestadores, en la cual se describen los pasos seguidas en las diferentes empresas de los sectores definidos a ser censados: alojamiento, gastronomía y transporte en el Corredor de los Pájaros Pintados.

SALTO.

ALOJAMIENTO.

-Hotel Los Cedros, fue relevado.

-Hotel El Dorado, rechazado, en cuatro oportunidades se concurrió y se realizó una llamada y no hubo respuestas, ya que el encargado no va regularmente al Hotel.

-Hotel Salto Casino, fue relevado, fue muy escuetas las respuestas del encargado.

--Hotel Horacio Quiroga se relevó a turistas y luego como empresa.

La información que se presenta a continuación es el resultado de estudios anteriores realizados por el Departamento de Ciencias Sociales del CENUR LN, en la temática del turismo, lo que posibilita referenciar los datos obtenidos en el actual Censo de alojamiento en lo que refiere a la ciudad de Salto y Termas del Daymán, que como se ha analizado es el territorio que agrupa el mayor porcentaje de oferta y demanda turística del Corredor.

Sub-sector	Nombre	Localidad
Hotel	Arapey Thermal Resort	Arapey
Restaurante	Restaurante Paradise Arapey	Arapey

Sub-sector	Nombre	Localidad
Restaurante	La Pasiva Daymán	Daymán
Restaurante	El Fogón de Mandinga	Daymán

Sub-sector	Nombre	Localidad
Hotel	Blue Apart Hotel	Daymán
Hotel	Apart Hotel Remanso	Daymán
Hotel	Bungalows Archi	Daymán
Hotel	Bungalows El Puente	Daymán
Hotel	Del Pasaje Apart Hotel	Daymán
Hotel	Hostal Aguasol	Daymán
Hotel	Jardines del Daymán	Daymán
Hotel	Hotel Aguas Calientes	Daymán
Hotel	Hotel Amazonas	Daymán
Hotel	Hotel Solar del Acuario	Daymán
Hotel	Hotel Tío Pepe	Daymán
Hotel	Hotel Village	Daymán
Hotel	La Posta del Daymán	Daymán
Hotel	Hotel Manantiales Termal	Daymán
Hotel	Hotel Vacacional Daymán	Daymán
Hotel	Oasis del Daymán	Daymán
Hotel	Hotel Cautel Antel	Daymán
Hotel	Hotel Los Naranjos	Daymán
Hotel	Cabañas Abril	Daymán
Hotel	Bungalows Santa Lucía	Daymán
Hotel	Moteles Las Marías	Daymán
Hotel	Cabañas Doña Marcelina	Daymán
Hotel	Motel Los Azahares	Daymán
Hotel	Hotel Dunas	Daymán
Hotel	Posada del Siglo XIX	Daymán
Hotel	Hostal Canela	Daymán
Hotel	Armonía Aparts Hotel	Daymán
Hotel	Pinares del Daymán	Daymán
Hotel	Hotel Geminis	Daymán

Hotel	Hotel Termas Day	Daymán
Hotel	Moteles Sol y Luna	Daymán

Sub-sector	Nombre	Localidad
Hotel	Hotel Los Cedros	Salto
Hotel	Hotel El Dorado	Salto

Gastronomía.

Isidoro: no existe.

Chivitos Pro: rechazo.

EL barril: Rechazo.

Pancheria el Chifle: cerro

Bocatti, es de empanadas, no corresponde

EL Pochito, Avda batlle : es un carrito de comidas, no corresponde.

Termas Dayman.

Alojamientos.

Hoteles en Daymán se realizó varias visitas y se realizaron todos los hoteles, los que no se hicieron fue por rechazados y en el caso del Hotel Blue que las veces que fuimos no había nadie en recepción.

Apart Lunarejo: no tiene recepción, se fue varias veces y nunca hay nadie. Tampoco tiene teléfono de contacto.

Cabaña La Higuera: no hay nadie.

Casa es Aquí de Mazzula: no hay nadie.

Apart Hotel Dunas Rechazado: no hay nadie, no está operativo el hotel.

Bungalows Las Marias: vendido.

Terraza Termales: no hay nadie.

Gastronomía.

La Pasiva Termal: rechazo.

Restaurante Dunas: Rechazó: esta arrendado, abre solo los fines de semana y no se encuentran los dueños.

Paysandú.

Alojamiento.

-Hotel Bulevar en Paysandú, fue relevado.

Hotel Paris: rechazo

Hotel los Naranjos; piden mail para autorizar. Relevado posteriormente.

Gastronomía.

Tu lugar: cerró.

La 16: cerró.

Romy: cerró.

La ochava: cerró.

Parrilla del mercado: cerró.

Mac Lucas: no corresponde.

Bocatti: no corresponde.

Apolonio: no corresponde.

Artemio: cerró

Termas de Guaviyu Alojamiento.

Rabellino: es una casita que la alquilan unos argentinos, la empleada no quiso dar datos y no estaba autorizada a dar teléfono de contacto de dueños.

Mauricio Karrosi: antigua arrendador de cabañas la Victoria, no las tiene más.

Amico: no alquila más.

Casas de Colonia: las alquila ahora la inmobiliaria Guaviyu.

Laura Iribarren: es una pieza en su propia casa, se tuvo contacto telefónico, se le explico lo que se hacía, me pidió que la llamara en otro momento pero luego no me atendió más el cel.

Termas del Almirón Alojamiento.

Artemia Colman: no tiene más alquileres.

Salinas del Almirón: se llamó el fin de semana, fueron atendidos por Matías recepcionista, informó que se llamara al otro día a las 10, se llamó e informó que se llamara un martes, se llamó e informó que el gerente pedía mail desde el centro de la facultad para autorizar la entrevista, de lo contrario no daba dato alguno.

Anyuka, 1 casa de alquiler. en otra administración lo usufructuaba el hotel Bulevar de Paysandú, pero ya no lo tienen más, pasó a manos de particular y no se pudo localizar referente.

Chapicuy.

Gastronomía.

Resto Bar Chapicuy: se comunicaron 2 veces con Ariel, que se hablara con el dueño, Fágundez. Cuando localice al dueño me dijo que estaba muy ocupado y no podía responder.

Guichón.

Gastronomía.

Liga de trabajo: se llamó varias veces, no se encontraban los dueños

Río Negro.

Las Cañas.

Por un tema de temporada baja estaba todo cerrado.

San Javier.

Gastronomía.

Resto café de Carina Gonzalez cerró.

Parador de Puerto Viejo: está cerrado, están haciendo nuevas licitaciones.

Cooperativa social la casita: no corresponde, hacen ferias de pasteles o comidas artesanales eventualmente.

Hospedaje.

Donna Bavaria no se logró comunicación, nunca atendió llamadas ni mensajes.

Hospedaje Parsimonia: rechazo porque atiende un almacén y estaba muy ocupada.

Hospedaje de Mary Pellegrini: pidió que se la llame a las 12 hrs pero después no atendió más el celular.

EL hotel club River: no corresponde, se usa solo para delegaciones deportivas.

BELLA UNIÓN.

Alojamiento.

Solo fue relevado el Hotel Bella Unión porque en Hotel Oriente se encontraba solo la señora que limpia y en el Hotel Aguas Dulces no atendieron el teléfono.

Gastronomía.

El Restaurante los Patricios, está por el nombre Parador del Parque. El nombre completo es Parador del Parque Los Patricios.

En Il Ponte café y restaurante, no estaba el dueño. Solo fines de semana está.

En la Guía de Bella Unión hay lugares que ya no existen más.

La panchería. Cerrado

Bom Gosto Restaurante - se fue para la Barra de Quaraí

Restaurante Los Pinos - cerrado en temporada baja

Transporte.

El dueño del Norteño es el mismo que de Salto me dio la información junta, en Bella Unión solo trabaja una persona.

En la guía de Bella Unión hay números de taxis que no están en ninguna parada de la ciudad. Surge la duda si son remises.

ANEXO 3

A continuación en el presente Anexo se presentan las casas familiares registradas para alojamiento durante la temporada turística en el Corredor.

En este caso los datos fueron suministrados por la Dirección de Turismo de la Intendencia de Salto.

RELEVAMIENTO DE CASAS PARTICULARES 2017

Lugar	Propietario	Teléfono	
DAYMAN			
Alcris		47335680	
		9997136	
Alborada		47338836	
		99741197	
Aurora		47369417	
		98639491	
Blanca Arzagnet		47333896	
Graciela (CASAS)		47369417	
		91209528	
Kera Ñande		47335855	
		99747240	
Lucila Ripa "araucaria"		47327805	
		98305770	
MABEL		47369385	
Pacha mama		47334362	
		98557417	
Paula Burutaran		47369092	
		98418279	
Silvia Fraga		47342632	
Martin Aptos		47369096	
Rocio Arrigoñi		47369092	
		98521723	
Cecilia		96163646	calle 2 (a 2 cuadras
			de comisaria daym)
Cayetano		91895691	
Vallarino		47328335	J. Suarez 529
		92271508	

		91580968	
			(no contesto)
Pinares		99731814	CALLE 17
CIUDAD DE SALTO			
María Laura Gelos		99310497	Arregui 697
			Apto2
			(3 pers)
Elsa Rijo		47333857	Av.Barbieri 735
			Golpear por Diego
			Lamas 750
Alba Vandelli		47328604	Verocay 344
			9 Personas
Noelia Zampallo		47342056	Rincón 312
		98282985	
			(5 pers)
Diva González		47339762	Cerrito 348
			(Solo Dormitorios)
Mirta Morales de Sarli		47328532	Charrua 2716
		91077471	entre Rodó
			y Verocay
			(no Contesto)
Rubén Sena		47328953	19 de abril 2206
			(9 personas)
Alice Juanicotenea		47334239	Valentín 352
		99731777	Entre Andes y
			Catalina H.
			de Castaños
Elda Jaques		47325255	Rincón 527
Silva & Monte		47325960	Uruguay 465
		98946686	
Carmen Zorrilla		47337335	Artigas 1620
José Alexander Pérez		47339489	J.H.Paiva 1745
		99108168	J.H.Paiva 1955
			Cuareim y Morquio
Hebert Vivas		47337581	Z.Michelini 931
			entre Corrientes
			y Cuareim
Albiria Victoria Stoletny		99578946	Agraciada 1256
Edgar Bibbo		98439456	Joaquín Suárez 71

			apto 1
Matilde Rodríguez	99473260		Errandonea 672
Kleber Palumbo	47329976		Av.Harriague 1336
	94867892		
Pedro Ibañez	98737985		Varela 1350
			Apto 112
Marcelo Cardozo	98484906		Morquio 275
			- apto-
Mario Grilli	94828315		Av.Apolon 2049
			c/aire
Juan Pablo Russo	98292700		Larrañaga 547
Yarruz	47332651		Brasil 1505
Elsa Paiva	47330310		Juncal 40
Griselda Ramirez	47339391-		Uruguay 1968
	98588605		
Hector Reinoso	99178290		Apto. Barrio Norte
Sonia Carabia	99119017		Agraciada a media
			cuadra del Himalaya
Ruben Cejas	098780348-		Rivera 2449
	47331515		
Ludmila Proserpio	47379858-		Silvestre Blanco
	98752544		2715
	95160062		Vilardebó 1377
Hugo LEMOS	Brasil 2271		92234033
Rosalía Kucharsky	47333115		19 de abril 1639
Catalina Lisovik	98165476		Brasil 418
Julio Gomez	98959723		Camino del Exodo
			1257
Rodolfo Durán	98035322		Blandengues 970
Luisa Bernasconi	9973303		Corrientes 1780
Domingo Zanotta	98121227		Diego Lamas
			1366
Ximena Facio	47351534		Treinta y Tres 260
	98151059		
María da Cruz	98151059		Treinta y tres 260
			Varela 1348
Amalia de Freitas	98737985		Varela 111
			Apto
			5 pers o 6
Silvana Montenegro	99732709		Calle Guaraní
			entre Chiazarzo y rep
			Argentina

Adolfo Fernandez		47327561	A. Latorre 1715
Simoos Luis		92357704	Uruguay 1507
Mercedes Seballos		98426022	19 de Abril 2028
Blanca Rodriguez		98760670	25 de Agosto 365
		47327239	
Rodolfo Caceres		47326712	Bolivia 1240
		92234153	
Luis Paiva		98371738	Juncal 370
Ana Secco		47302841	
		98883960	
Liliana Fernandez		99773357	18 de julio
			253
Mª del Carmen Vigil		98267028	Amorim 825
		47329728	
María Fleita		99658109	Calle Sauce
			1827
Gabriela Rodriguez		98067673	Rivera 1418
Blanca Molina		94456822	km 5500
		91648400	Salto grande
Andrea Flores		99789906	Maciel 2073
María Damiano		99659637	Maciel 1495
Giovanna da Cunda		92170047	Bella union
			778
Isabel Montero		99787765	Rivera
			2555
María. J faescanella		99899371	Invernizi 41
Agustina	faescanella	llave	apto 602
Susana Oborsky		47337585	Artigas 1614
Karen Acosta		99934937	Reiles 207
Silvia llobet		99020796	Charrua 2887
			wifi y tv
Calvo		99735151	Rio Uruguay 325
Luis Caram		91667015	Silv. Blanco 1211
			Esq. Invernizzi
Sancristobal		47332461	Calle 13
		99684681	" La torcaza"
Parque José Luis		María José	098 598 804

En ciudad de Salto, un total de= 64 alojamientos familiares.

En Daymán, un total de= 17 alojamientos familiares.

Un **total de 81** alojamientos familiares en Salto.

En Termas del Guaviyú se detectaron alojamientos similares un total de 4, de los cuáles se relevaron 2 y forman parte del Censo de Alojamiento, el resto estaban cerrados y dichas cabañas familiares forman parte del ofrecimiento inmobiliario de la Inmobiliaria Guillen Zanoniani de la ciudad de Paysandú.

ANEXO 4

El presente Anexo hace referencia al marco censal utilizado para llevar adelante dicho censo, entre las empresas de los rubros alojamiento, gastronomía, transporte e inmobiliarias en el Corredor de los Pájaros Pintados. Dicho marco se construyó a partir de información recabada en anteriores estudios realizados por el Departamento de Ciencias Sociales – CENUR LN – UDELAR y la provista por el Ministerio de Turismo por intermedio de los coordinadores territoriales en el Corredor.

En la dimensión rechazo, la integran efectivamente aquellas empresas que no quisieron responder el formulario del censo, las que han dejado de operar como tales, las que no se pudo localizar un responsable que pudiera brindar información confiable y finalmente, aquellas a las que no se pudo tener acceso. La mayoría de los casos es no responder al formulario.

En definitiva, el marco censal se integró por 414 empresas, integrado por 140 empresas del rubro alojamiento, 177 del rubro gastronomía, 50 del rubro transporte y 47 del rubro inmobiliarias. Respondieron al formulario censal el 62% del total de empresas consultadas.

Alojamiento.

LOCALIDAD	RUBRO	Realizado	Rechazo
Artigas	Hotel Bella Unión	x	
Artigas	Hotel Oriente		x
Colonia	Carmelo hostel	x	
Colonia	Estancia cangue	x	
Colonia	Boutique Hotel Los Muelles		x
Colonia	Campotinto Posada Restorante Bodega		x
Colonia	Hotel Casino Carmelo	x	
Colonia	Hotel Playa Seré	x	
Colonia	Posada Al Natural		x
Colonia	Posada del navegante	x	
Colonia	Timabe	x	
Colonia	Urbano	x	
Paysandú	Anyuka		x
Paysandú	Cabañas El Remanso de Almirón		x
Paysandú	Cabaña la victoria	x	
Paysandú	Cabañas municipales de almiron	x	

Paysandú	Casagrande	x	
Paysandú	Cassino hotel guaviyu	x	
Paysandú	Centro termal de guaviyu-municipal		x
Paysandú	El remanso de almiron	x	
Paysandú	Estancia la paz	x	
Paysandú	Gran hotel pay	x	
Paysandú	Complejo Vama Termal Guaviyú. Ex Hotel Villaggio Guaviyú		x
Paysandú	Hotel Casa Grande		x
Paysandú	Hospedaje pompella	x	
Paysandú	Hotel El Jardín		x
Paysandú	Hotel La Castellana		x
Paysandú	Hotel Lobato	x	
Paysandú	Hotel Los Naranjos	x	
Paysandú	Hotel Plaza	x	
Paysandú	Hotel Rafaela	x	
Paysandú	Hotel Sarandí		x
Paysandú	Hotel Universitario		x
Paysandú	Nuevo Hotel Uruguay	x	
Paysandú	Lomas de almiron	x	
Paysandú	Hotel Papiros	x	
Paysandú	Hotel Paris	x	
Paysandú	Park center hotel	x	
Paysandú	Posada alquimia	x	
Paysandú	Palmares de Guaviyú Apart Hotel		x
Paysandú	Salinas de Almiron		x
Río Negro	Apart Las Tacuaras		x
Río Negro	Dilevay SA. Hoteles Posada del Fray Bentos	x	
Río Negro	Plaza Hotel	x	
Río Negro	Posada Don Sebastián	x	
Río Negro	25 de mayo	x	
Río Negro	Alojamiento araceli	x	
Río Negro	Alojamiento matrioska	x	
Río Negro	El colonial	x	
Río Negro	Gran hotel fray bentos	x	
Río Negro	Hospedaje del tamar	x	
Río Negro	Hospedaje R& R	x	
Río Negro	Hospedaje valerka dom	x	
Río Negro	Julyana	x	
Río Negro	La baquiana	x	
Río Negro	Los girasoles	x	
Río Negro	Maia	x	
Río Negro	Moteles de puertoviejo'	x	
Río Negro	Posada del Barranco	x	

Río Negro	Chalet el Puente	x	
Río Negro	Playa ubici	x	
Salto	Alborada Daymán		x
Salto	Altos de arapey	x	
Salto	Apart hotel natural del dayman	x	
Salto	Arapey Thermal		x
Salto	Armonía apart	x	
Salto	Art hotel deco	x	
Salto	Apart Hotel Aguasol		x
Salto	Armonía Aparts Hotel	x	
Salto	Brisas del Daymán		x
Salto	Brisas del río		x
Salto	Bungalows Santa Lucía		x
Salto	Bungslows archi	x	
Salto	Cabañas Abril		x
Salto	Cabañas Doña Marcelina		x
Salto	Cabañas sueños del dayman	x	
Salto	Casa de Piedra Daymán Paysandú		x
Salto	Casa Sarandí		x
Salto	Centro recreativo hogar dayman	x	
Salto	Del Pasaje Apart Hotel		x
Salto	Dayman house	x	
Salto	Del Altillo	x	
Salto	El Ceibo	x	
Salto	El Molle		x
Salto	Hotel Horacio Quiroga	x	
Salto	Gran Hotel Uruguay	x	
Salto	Hotel Español	x	
Salto	Hostal Aguasol		x
Salto	Hotel Los Cedros	x	
Salto	Hotel municipal Arapey	x	
Salto	Hotel Tía	x	
Salto	Hotel Uruguay	x	
Salto	Sol y Luna	x	
Salto	Hostal Canela		x
Salto	Hotel Aguas Calientes	x	
Salto	Hotel Amazonas		x
Salto	Hotel Caute Antel		x
Salto	Hotel del Pasaje		x
Salto	Hotel Dunas		x
Salto	Hotel Geminis	x	
Salto	Hotel Guaraní		x
Salto	Hotel la Gaviota		x
Salto	Hotel la Milpa		x

Salto	Hotel Lunarejo		x
Salto	Hotel Manantiales Termal		x
Salto	Hotel Solar del Acuario	x	
Salto	Hotel Termas Day	x	
Salto	Hotel Tío Pepe	x	
Salto	Hotel Vacacional Daymán		x
Salto	Hotel Village	x	
Salto	Indalo		x
Salto	Jardines del Daymán		x
Salto	La Posta del Daymán	x	
Salto	Las Lomas Arapey		x
Salto	Mirador las Cabañas		x
Salto	Motel Los Azahares		x
Salto	Moteles Las Marías		x
Salto	Moteles Sol y Luna	x	
Salto	Oasis del Daymán		x
Salto	Pájaros pintados		x
Salto	Pinares del Daymán		x
Salto	Posada del Siglo XIX	x	
Salto	Posada los Espinillos		x
Salto	Solar del Acuario	x	
Salto	Solanas	x	
Salto	Squania Suite		x
Salto	Termas day	x	
Soriano	Hostel Armonía		x
Soriano	Casa Quinta	x	
Soriano	Del litoral	x	
Soriano	Hotel Ito	x	
Soriano	La ninette	x	
Soriano	Posada del grupo San Cono	x	
Soriano	Posada Ocklahoma	x	
Soriano	San Isidro Golf yacht club	x	
Soriano	Santa Amelia	x	
Soriano	Mercedes Rambla Hotel		x
Soriano	Hotel Colón		x
Soriano	Gran Brisas del Hum Hotel		x
Total hoteles Salto=	66	27	39
Total hoteles Paysandú=	29	18	11
Total hoteles Río Negro=	21	20	1
Total hoteles Soriano=	12	8	4
Total hoteles Bella Unión=	2	1	1
Total hoteles Colonia=	10	7	3

Total	140	81	59
	100%	57%	43%

Gastronomía.

LOCALIDAD	RUBRO	Realizado	Rechazo
Salto	Abarno	x	
Salto	Bar El Pibe		x
Salto	Barlovento Bistró		x
Salto	Box park		x
Salto	Brisas del Daymán		x
Salto	Burguer King	x	
Salto	Cafeto	x	
Salto	Casablanca Xcaret		x
Salto	Cavern restó café		x
Salto	Che Pizzería	x	
Salto	Chivitos Pro	x	
Salto	Don Nicole		x
Salto	El Barril		x
Salto	El Chifle		x
Salto	El Galpón	x	
Salto	El Manantial	x	
Salto	El Messon	x	
Salto	El Mirador	x	
Salto	El Mojarra Avenida		
Salto	El Mojarra Zona este	x	
Salto	El Origen		x
Salto	El Palacio Café	x	
Salto	El Porton(club Pesca)	x	
Salto	El Rancho		x
Salto	El Reloj	x	
Salto	El Retorno	x	
Salto	El Viajero pizzería	x	
Salto	Guapa Resto Bar	x	
Salto	Il Poble	x	
Salto	Intituto IGA y Paseo del Puerto		x
Salto	Isidoro		x
Salto	La 2000 Pizzería		x
Salto	La Auténtica		x
Salto	La Blusera		x
Salto	La Botica		x
Salto	La Caldera		x
Salto	La Casa de Lamas		x
Salto	La Nueva Mil y Una		x
Salto	La Nueva Parque	x	
Salto	La Pasiva Daymán		x
Salto	La Piccola Pizzería	x	
Salto	La Pizzería		x

Salto	La Posta del Daymán	x	
Salto	La Tertulia	x	
Salto	La Trattoria	x	
Salto	La Trouville Centro		x
Salto	La Trouville Shopping	x	
Salto	La Tuerca	x	
Salto	Las Mil y Una	x	
Salto	Mamma mía	x	
Salto	Mastra		x
Salto	Minigrill Arreseigor		x
Salto	Minigrill J y B(Natalia Dangelo)	x	
Salto	Minutas El Sergio		x
Salto	Morrison	x	
Salto	Nueva Semilla (ex Fogón de Mandinga)	x	
Salto	Ñandú hamburguesas	x	
Salto	Parrilla Maracana		x
Salto	Pinchos Quebabs		x
Salto	Pizzeria Dominico	x	
Salto	Pizzeria la Vieja	x	
Salto	Punto Gourmet		x
Salto	Punto y Aparte	x	
Salto	Rojo Pasión		x
Salto	Salara restoran	x	
Salto	Sileno	x	
Salto	SPRINGEN BIER S.R.L.	x	
Salto	Subway	x	
Salto	Tequila Tacos	x	
Salto	Termas de San Nicanor		x
Salto	Viva la Pizza		x
Paysandú	Apolonio	x	
Paysandú	Artemio	x	
Paysandú	Bocatti	x	
Paysandú	Burguer King	x	
Paysandú	Cabrera	x	
Paysandú	Café del Teatro Florencio	x	
Paysandú	Centro de Visitantes Meseta de Artigas	x	
Paysandú	Chivitos Eme	x	
Paysandú	Delibar	x	
Paysandú	Don Alejandro	x	
Paysandú	Doña Maruja	x	
Paysandú	El Bar	x	
Paysandú	El Chaja confitería La Familia	x	
Paysandú	Felipe	x	
Paysandú	La 16	x	

Paysandú	La Ochava	x	
Paysandú	La Trouville	x	
Paysandú	Levaltibio cafetería	x	
Paysandú	Los Tres Pinos	x	
Paysandú	Mac Lucas		x
Paysandú	Mr Pancho	x	
Paysandú	Pan z	x	
Paysandú	Pan z 2	x	
Paysandú	Parador Guayabos	x	
Paysandú	Parrilla del Mercado	x	
Paysandú	Pay chivitos	x	
Paysandú	Pio Pio	x	
Paysandú	Pizzería mi familia	x	
Paysandú	Pizzería Ole	x	
Paysandú	Restaurant Molinelli	x	
Paysandú	Restaurant Termas de Almirón - Grupo de Turismo de Guichón	x	
Paysandú	Restaurant Whisky	x	
Paysandú	Romy	x	
Paysandú	Snack resto termal	x	
Paysandú	Sol y arena	x	
Paysandú	Subway	x	
Paysandú	Tu Lugar	x	
Paysandú	Ven resto café	x	
Río Negro	+ food	x	
Río Negro	+cafe	x	
Río Negro	Al timon	x	
Río Negro	Cantina	x	
Río Negro	Casa meira	x	
Río Negro	Cosa nostra	x	
Río Negro	Del Viejo - Alimentos para celíacos	x	
Río Negro	El paragua	x	
Río Negro	Friends	x	
Río Negro	Heladería artesanal y cafetería DELEITE	x	
Río Negro	Julyana	x	
Río Negro	La chimenea	x	
Río Negro	La juventud	x	
Río Negro	La rica	x	
Río Negro	Liebig bar y pizzeria	x	
Río Negro	Lo de quique	x	
Río Negro	Maia Mama Gastronomía	x	
Río Negro	Matrioshka	x	
Río Negro	Pascuariello Food truck Bus catering	x	
Río Negro	Pizzeria kinitos	x	

Río Negro	Pizzeria sabores	x	
Río Negro	Pizzeria y parrillada 33		x
Río Negro	Resto Café		x
Río Negro	Resto na zarovia		x
Río Negro	Rotisería La Comercial		x
Río Negro	Sauzal		x
Río Negro	Ta bacana	x	
Río Negro	The brothers barra móvil		x
Soriano	Burger king	x	
Soriano	Café del Río	x	
Soriano	Cafe del sol	x	
Soriano	Carrito el 28	x	
Soriano	Carrito El 28	x	
Soriano	Chiviteria malvon	x	
Soriano	De 10 restaurante	x	
Soriano	Don gregorio	x	
Soriano	El brasero	x	
Soriano	El costero	x	
Soriano	Emp gastronómico Café del Sol	x	
Soriano	La churrasquera	x	
Soriano	La Tomasa Resto - Balneario las Cañas	x	
Soriano	Martiniano		x
Soriano	Principes del sur		x
Soriano	restaurante el patio		x
Soriano	Subway		x
Soriano	Viva lo natural	x	
Colonia	Resto Correa -		x
Colonia	Almacén de la Capilla Bodega Cordano	x	
Colonia	Che carmelo	x	
Colonia	Don ramon	x	
Colonia	Las carmelitas	x	
Colonia	Lo de pepe parrillada	x	
Colonia	Parador Lo de Agustina Playa Sere / restó 12 de febrero	x	
Colonia	Piccolino	x	
Colonia	Pizza express		x
Colonia	Restaurante Fango-Restobarro		x
Colonia	Zalem		x
Artigas	Il Ponte		x
Artigas	El sol cafe y rotiseria	x	
Artigas	La exclusiva	x	
Artigas	Naim chiviteria	x	
Artigas	Parador el parque	x	
Artigas	Peatonal	x	
Artigas	Renzo.com	x	
Artigas	Rolo pizza	x	

Artigas	Toscsna	x	
Artigas	Tutti rico	x	
Total gastronomía Salto=	72	38	34
Total gastronomía Paysandú=	38	37	1
Total gastronomía Río Negro=	28	22	6
Total gastronomía Soriano=	18	14	4
Total gastronomía Colonia=	11	7	4
Total gastronomía Artigas=	10	9	1
Total=	177	127	50

100%

71%

29%

Transporte.

LOCALIDAD	RUBRO	Realizado	Rechazo
Salto	Thrifty Car Rental		x
Salto	Alonso srl	x	
Salto	Coit	x	
Salto	Cotabu	x	
Salto	Ega	x	
Salto	Flecha bus	x	
Salto	Grupo agencia central	x	
Salto	Jota ele viajes	x	
Salto	Nuñez	x	
Salto	Somma Viajes y Turismo.		x
Salto	Taxi 10	x	
Salto	Taxi circulo	x	
Salto	Taxi circulo 2	x	
Salto	Taxi lopes	x	
Salto	Taxi morat	x	
Salto	Taxi rio uruguay	x	
Salto	Taxi romero	x	
Salto	Taxi silva	x	
Salto	Taxi zabala	x	
Salto	Taxi126	x	
Paysandú	Agencia Central		x
Paysandú	Cooperativa copay	x	
Paysandú	Flecha bus	x	
Paysandú	Grupo vittori	x	
Paysandú	Taxis avenida	x	
Paysandú	Taxis cristal	x	
Río Negro	Duck Travel Viajes		x
Río Negro	COA Fray Bentos		x
Río Negro	Cootax (Cooperativa de Taxis)	x	
Río Negro	Nermar Empresa de Remisse	x	

Río Negro	Ave fenix	x	
Río Negro	Cut y eta	x	
Río Negro	Grupo vittori	x	
Río Negro	Jorge acosta	x	
Soriano	Kluver		x
Soriano	Agencia cut	x	
Soriano	Bonjour	x	
Soriano	Grupo agencia	x	
Soriano	Intertur limitado	x	
Soriano	Remis gauthier	x	
Soriano	Taxi parada plaza independencia	x	
Soriano	Taxi	x	
Soriano	Taxi	x	
Soriano	Taxi	x	
Soriano	Taxi	x	
Soriano	Taxi	x	
Soriano	Taxi	x	
Artigas	Hay tu taxi	x	
Artigas	Norteño	x	
Artigas	Somacal y silva srl	x	
Total transporte Salto=	20	18	2
Total transporte Paysandú=	6	5	1
Total transporte Río Negro=	8	6	2
Total transporte Soriano=	13	12	1
Total transporte Artigas=	3	3	0
Total=	50	44	6

100%

88%

12%

Inmobiliarias.

LOCALIDAD	RUBRO	Realizado	Rechazo
Salto	Daymán Propiedades	x	
Salto	Inmobiliaria Larrañaga		x
Salto	Inmobiliaria B e R		x
Salto	La Porta Negocios Inmobiliarios		x
Salto	Balda Inmobiliaria		x
Salto	Inmobiliaria Mercado Inmobiliario Salto		x
Salto	Bentisol S.A. Desarrollos Inmobiliarios		x
Salto	Mabel Urgatemendia		x
Salto	Inmobiliaria La Loma		x
Salto	Vesta Negocios Inmobiliarios		x
Salto	Merino e Asociados		x

Salto	Inmobiliaria Amorim	x	
Salto	Inmobiliaria Agraciada		x
Salto	Canepa e Canepa Negoc. Inmobil		x
Salto	Durán y Piastri Inmobiliaria	x	
Salto	Central Inmobiliaria		x
Paysandú	Inmobiliaria Paysandú		x
Paysandú	Inmobiliaria Mannise		x
Paysandú	Inmobiliaria Stagno		x
Paysandú	El Talisman		x
Paysandú	Inmobiliaria Guillermo Zanoniani		x
Paysandú	Inmobiliaria Rio		x
Paysandú	Inmobiliaria Marta Dessimoz		x
Paysandú	Muntzell Propiedades		x
Paysandú	Estudio Oyharzabal - Negocios Inmobiliarios		x
Río Negro	Inmobiliaria Las Cañas		x
Río Negro	Cristina Inmobiliaria	x	
Río Negro	Bertinat Propiedades	x	
Colonia	Inmobiliaria LIA		x
Colonia	Inmobiliaria Esmeralda Amaral	x	
Colonia	Sergio Mato Inmobiliaria		x
Colonia	Feliciano Casero Negocios Inmobiliarios		x
Colonia	Inmobiliaria Estudio Terrasol		x
Colonia	Toribio Achával Uruguay	x	
Colonia	Inmobiliaria Mignone&Ricca		x
Colonia	Buscio Mary Negocios Inmobiliarios		x
Colonia	Inmobiliaria Bonaudi & Asociados		x
Colonia	Inmobiliaria Namasté		x
Colonia	Álvarez Báez Inmobiliaria		x
Colonia	Coldwell Banker - Grupo Gardiol		x
Colonia	Inmobiliaria Leonardo Giardello		x
Colonia	Inmobiliaria La Maestra		x
Colonia	Sacra Propiedades		x
Colonia	Inmobiliaria Fomento		x
Colonia	Inmobiliaria Santa Ana	x	
Colonia	Inmobiliaria Pablo Arenas		x
Colonia	Inmobiliaria Gonzalez Veliz		x
Total inmobiliarias Salto=	16	3	13
Total inmobiliarias Paysandú=	9	0	9
Total inmobiliarias Río Negro=	3	2	1
Total inmobiliarias Colonia=	19	3	16
Total=	47	8	39

100%

17%

83%

Resumen del Marco Censal.

Rubro	Consultados	Aceptaron	No aceptaron
Alojamiento	140	81	59
Gastronomía	177	127	50
Transporte	50	44	6
Inmobiliarias	47	8	39
Totales=	414	260	154
Porcentaje=	100%	62%	38%