

Informe Etapa 3 –

Observatorio Turístico del Corredor de los Pájaros Pintados

CENSO OFERTA TURÍSTICA Informe Final (Octubre 2018)

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

INDICE

Ítem	Página
Introducción	3
Metodología Aplicada.	4
<i>El Diseño Técnico.</i>	4
<i>El Método.</i>	5
Principales resultados.	6
Sector gastronómico.	6
Sector alojamiento.	22
Sector transporte	33
Sector Inmobiliarios	48
Conclusiones.	52
Bibliografía	60
Anexo 1	61
Anexo 2	71
Anexo 3	76
Anexo 4	80

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.

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 bivariado 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 centros 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.

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 donde 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
Río 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.

Acerca 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.

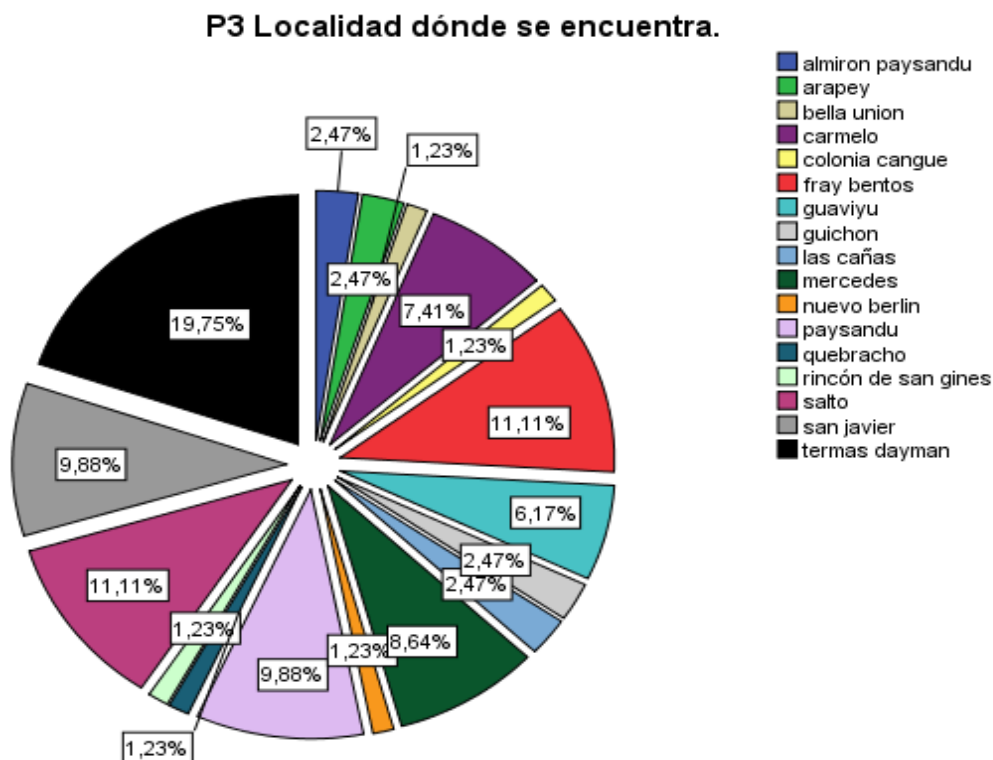
En definitiva, las empresas en momentos “picos” de demanda turística tienden a no contratar más trabajadores, las que lo hacen contratan mayoritariamente 1 empleado y finalmente, estaría indicando que con la plantilla estable de trabajadores de la empresa

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

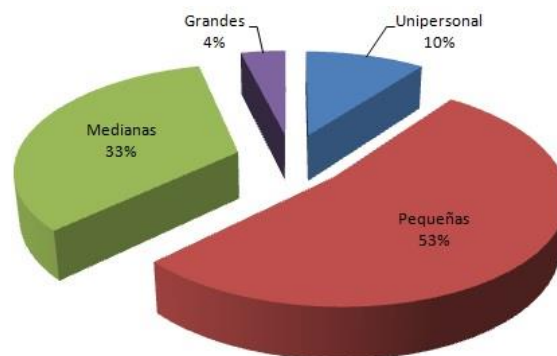


Fuente: Elaboración propia

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.

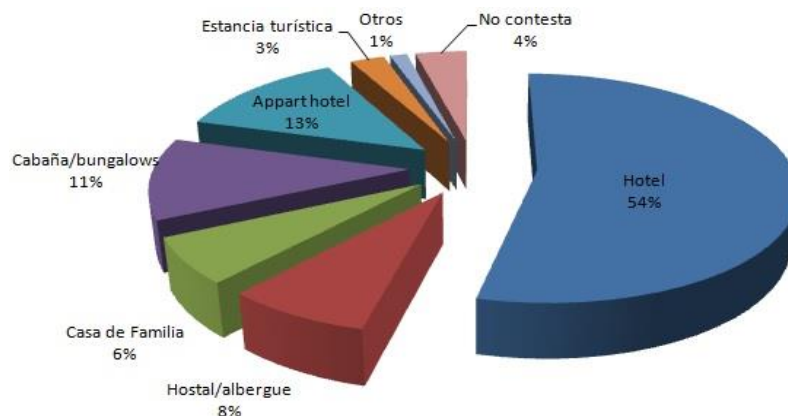
Grafico N°2: Distribución según tamaño de las Empresas



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.

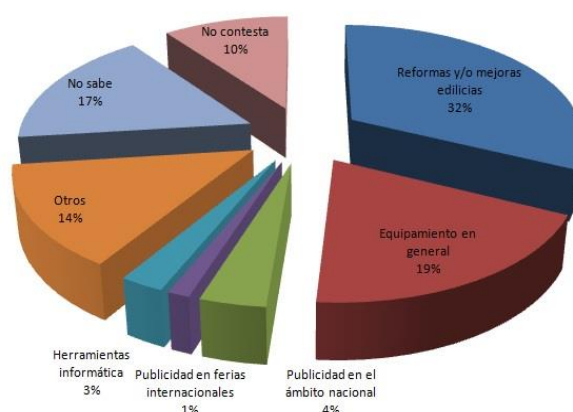
Tabla 32 - Pertenecer a una cadena de comercialización

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.

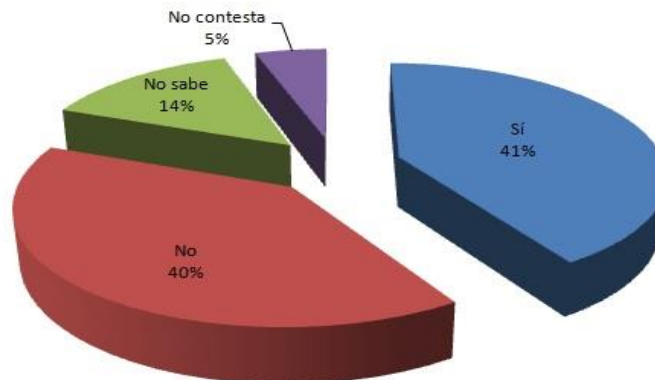
Gráfico N°4: Inversiones en el año anterior



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.

Gráfico 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 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.

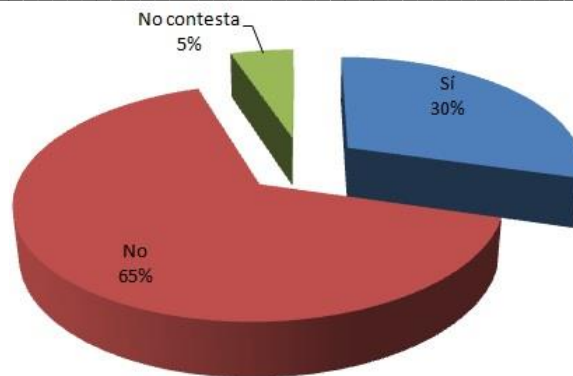
Gráfico N° 6 ¿Los puestos de trabajo que ofrece la empresa mayoritariamente son?



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.

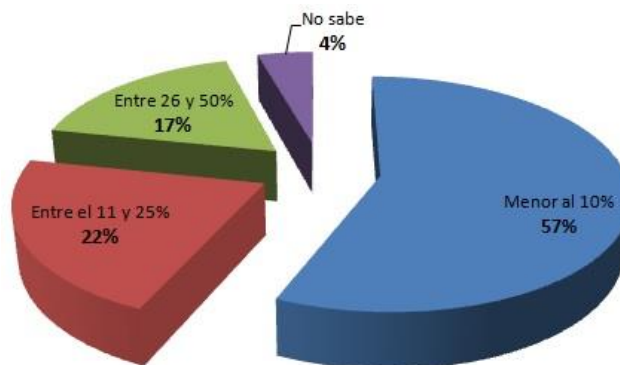
Gráfico N°7: ¿Contrata personal adicional para enfrentar la demanda de temporada?



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%.

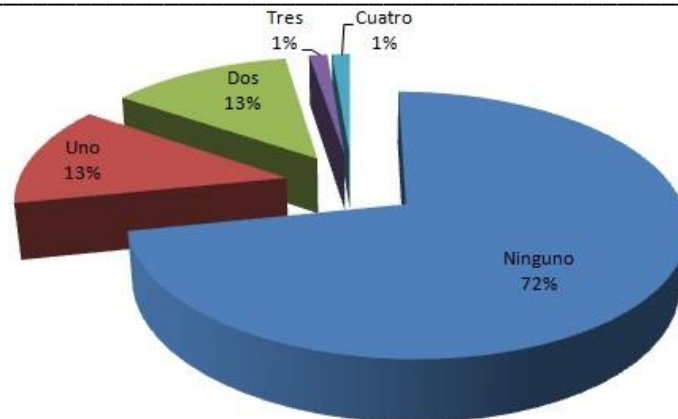
Gráfico N°8: ¿Qué porcentaje contrata la empresa durante los “picos” de temporada?



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.

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

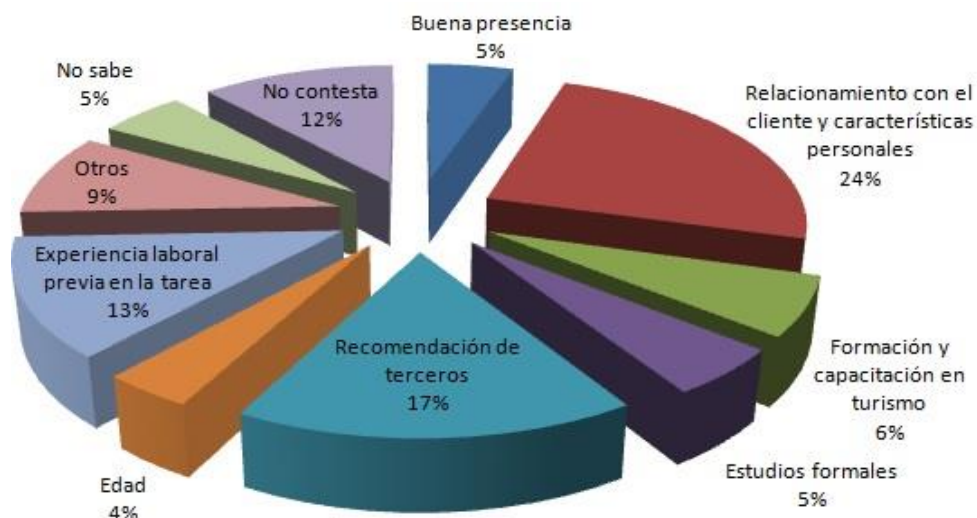


Fuente: Elaboración propia

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?

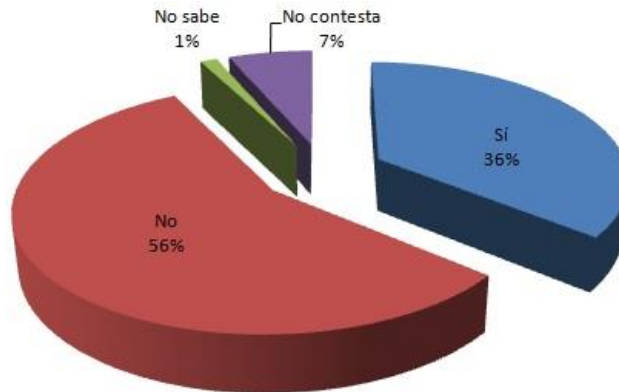


Fuente: Elaboración propia

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.

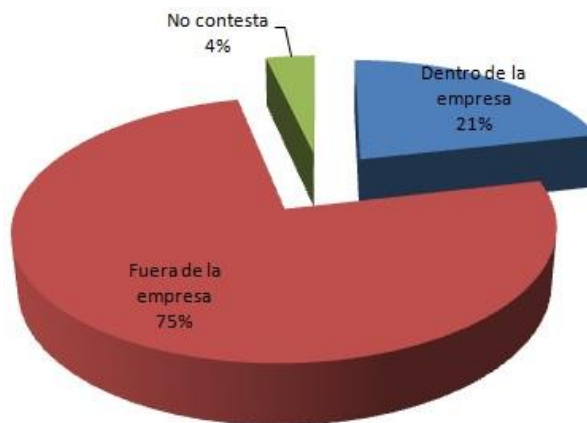
Gráfico N° 11: ¿La empresa ha ofrecido a sus empleados algún curso de capacitación?



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.

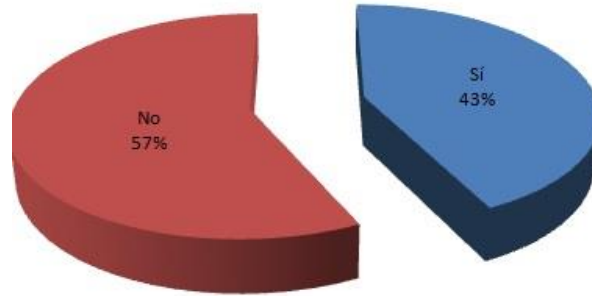
Gráfica N°12: Las capacitaciones se realizaron:



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.

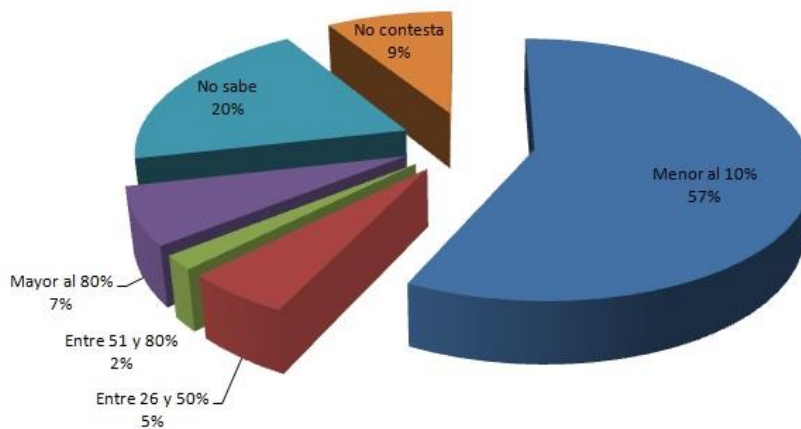
Gráfica N°14: ¿Qué porcentaje de los trabajadores poseen cobertura social?



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%.

Gráfica 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
Río 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, interdepartamentales 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 continúa 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 participó 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 2018.1

La información que sigue da cuenta de los aspectos laborales.

¹ 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.

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 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, 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 participó 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.

- 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.