

Informe

Censo Departamental de Prestadores de Servicios Turísticos

Instituto Departamental de Estadísticas y
Estudios para el Desarrollo Territorial

Escuela de Gobernanza - Intendencia de San José

30 de mayo del 2023

ÍNDICE

1. Presentación del Censo	2
2. Aspectos metodológicos	3
3. Caracterización general del sector	5
3.1 Distribución territorial	5
3.2 Distribución por rubros de actividad	6
3.3 Distribución por tamaño	7
3.4 Formalización	9
3.5 Nacimientos de empresas	9
3.6 Género de los titulares de las empresas	10
3.7 Zafras	10
3.8 Discapacidad	12
4. Turismo y promoción del empleo	13
5. Los números del turismo	16
5.1 Plazas y capacidad de locación	16
5.2 Caracterización de visitantes	17
5.3 Ingresos y medios de pago	19
6. Gestión turística y articulación: diagnóstico y espacios de mejora	22
6.1 Gestión del emprendimiento: retos y necesidades	22
6.2 Articulación y digitalización del sector	24
7. Valoraciones del destino y la temporada: miradas a futuro	29
8. Cierre y recomendaciones: 10 claves para el desarrollo del sector	32
9. Referencias citadas:	36

1. Presentación del Censo

A solicitud del Ejecutivo Departamental, en coordinación con el Área Turismo, el Instituto Departamental de Estadísticas y Estudios para el Desarrollo Territorial de la Intendencia de San José, realizó un Censo de prestadores de servicios turísticos del departamento de San José.

El objetivo general definido fue conocer y georreferenciar la oferta turística del departamento de San José. Y como objetivos específicos se planteó: tener información de las características, fortalezas y debilidades de la oferta y de los emprendimientos; cuantificar y caracterizar el personal ocupado por los emprendimientos del rubro; conocer a través de los prestadores los rasgos principales de la demanda que tienen; percepción de San José como destino turístico, conocer cuáles son sus expectativas de articulación con el resto del sector privado y el sector público y las expectativas desafíos futuros para el sector.

En los siguientes capítulos se encontrarán los aspectos metodológicos de la herramienta utilizada para la recabación de los datos y un análisis pormenorizado de los principales resultados alcanzados, así como también algunas recomendaciones que surgen de los hallazgos más relevantes del censo realizado.

2. Aspectos metodológicos

El presente informe es producto del 1er. Censo Departamental de Prestadores de Servicios Turísticos, cuya realización fuera encargada al Instituto Departamental de Estadísticas y Estudios para el Desarrollo por el Ejecutivo Departamental.

Tomando como referencia la Ley N° 19.253 de Regulación de la Actividad Turística “se considera prestación turística y como tal (...), la actividad de las personas físicas o jurídicas que, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los turistas, intermedien entre éstos y otras entidades u ofrezcan a aquellos servicios o bienes propios”. A su vez se establece como principal foco de la ley “a las personas físicas o jurídicas que se desempeñen como:

- A) Agencias de viajes.
- B) Alojamientos turísticos.
- C) Arrendadoras de vehículos sin chofer¹.
- D) Intermediarias en negocios inmobiliarios.
- E) Transportes turísticos.
- F) Guías de turismo.
- G) Establecimientos enológicos que brinden servicios turísticos.
- H) Establecimientos turísticos en espacios rurales y naturales.
- I) Organizadores de eventos y otras actividades relacionadas con el turismo.”

En base a esta definición, sumando al sector gastronómico (haciendo el corte en bares y restaurantes que potencialmente atienden turistas), y teniendo en cuenta que operen en el departamento, es que se definió el universo objetivo.

En el marco de la tarea preparatoria y diseño del formulario, se mantuvo en el mes de setiembre del año 2022 una reunión con el área de Estadísticas del Ministerio de Turismo, donde se intercambiaron sobre las dimensiones y variables a medir. También se mantuvo una reunión con integrantes de la Mesa de Turismo a quienes se les informó sobre el Censo y sobre el cuestionario a aplicar. Una vez cumplido estos pasos se definió el formulario definitivo, que se implementó a través de la plataforma “ArcGis”, sistema de encuestas “Survey 123”, utilizando el recurso de georreferenciación para identificar la localización de cada uno de los emprendimientos.

El marco que se tomó como referencia fue la base de datos de la Coordinación de Turismo, a la que se añadieron los participantes registrados de una serie de desayunos de trabajo con operadores zonales, realizados entre octubre y noviembre de 2022 en Kiyú, Boca del Cufré, Ciudad del Plata y San José de Mayo. El resultado, después de depurada la base, fue de 100 prestadores, de los que terminaron siendo entrevistados 80. Los restantes prestadores, o no pudieron ser contactados por falta de vías de comunicación actualizadas, o no respondieron, a pesar de que se realizaron hasta

¹ Las arrendadoras de vehículos no fueron tenidas en cuenta en el estudio porque al momento del diseño del estudio no se tenía información al respecto. Se agregará en el marco censal de prestadores turísticos del departamento para tenerlo en cuenta en próximos relevamientos o eventual servicio de visualización que se implemente.

cinco intentos. Fueron realizadas otras 25 entrevistas, las que fueron descartadas por no responder la fuente a la definición de “prestadores de servicios turísticos”, o ser integrantes individuales de un colectivo mayor ya considerado como tal.

El trabajo de campo se extendió entre el 13 de octubre del 2022 y el 8 de abril del 2023. En cuanto a la forma de recolección de datos, en una primera fase se recurrió a respuestas autoadministradas y en una segunda etapa, entrevistas telefónicas realizadas por dos encuestadoras pertenecientes al Instituto y a la Coordinación de Turismo, previamente entrenadas.

La depuración y codificación de la base de datos se realizó en excel y los datos fueron procesados con el software “R”, versión 4.1.2.

Otro de los productos del presente censo será la georreferenciación de todos los prestadores turísticos del departamento, presentando las grandes variables de interés, con potencial de ser una herramienta de actualización en tiempo real de diferentes información de los prestadores de servicios turísticos.

En los capítulos siguientes se presentan los resultados acompañados de gráficos y las lecturas correspondientes.

3. Caracterización general del sector

En el presente capítulo se analizarán las principales características del sector turístico de San José, según la distribución territorial, los rubros de actividad, el tamaño de los emprendimientos, los niveles de formalización, el año de nacimiento de los prestadores de servicios turísticos, entre otros aspectos de interés.

3.1 Distribución territorial

En primer lugar, se observa cómo se distribuye la cantidad de prestadores por localidad del departamento en términos porcentuales, de los 80 prestadores relevados, el 28% se ubicada en el balneario Kiyú-Ordeig, seguido por San José de Mayo y Ciudad del Plata con el 23%, Boca del Cufré con el 10%, Libertad 8%, Mal Abrigo 5%, cerrando Costa de Tala, Juan Soler, La Boyada y Rincón del Pino con el 1%.

Tabla 3.1.1: Distribución de prestadores por localidad

Localidad	Cantidad de operadores	Porcentaje
KIYÚ-ORDEIG	22	28
SAN JOSÉ DE MAYO	18	23
CIUDAD DEL PLATA	18	23
BOCA DEL CUFRÉ	8	10
LIBERTAD	6	8
MAL ABRIGO	4	5
COSTA DE TALA	1	1
JUAN SOLER	1	1
LA BOYADA	1	1
RINCÓN DEL PINO	1	1
TOTAL	80	100

A su vez en el siguiente mapa se puede apreciar la georeferenciación de los prestadores de servicios turísticos relevados.

Mapa 3.1: Georreferenciación de Operadores Turísticos



3.2 Distribución por rubros de actividad

Al analizar la distribución por tipo de emprendimientos, del total de prestadores relevados, el 38% son servicios gastronómicos y el 26% alojamientos turísticos. La categoría “otro”, que reúne una variedad de propuestas como se puede leer al pie de cuadro, ocupa el tercer lugar con un 9%. En la tabla que sigue se puede observar cómo se distribuyen el resto de los emprendimientos.

Tabla 3.2.1: Distribución de operadores según tipología de emprendimientos

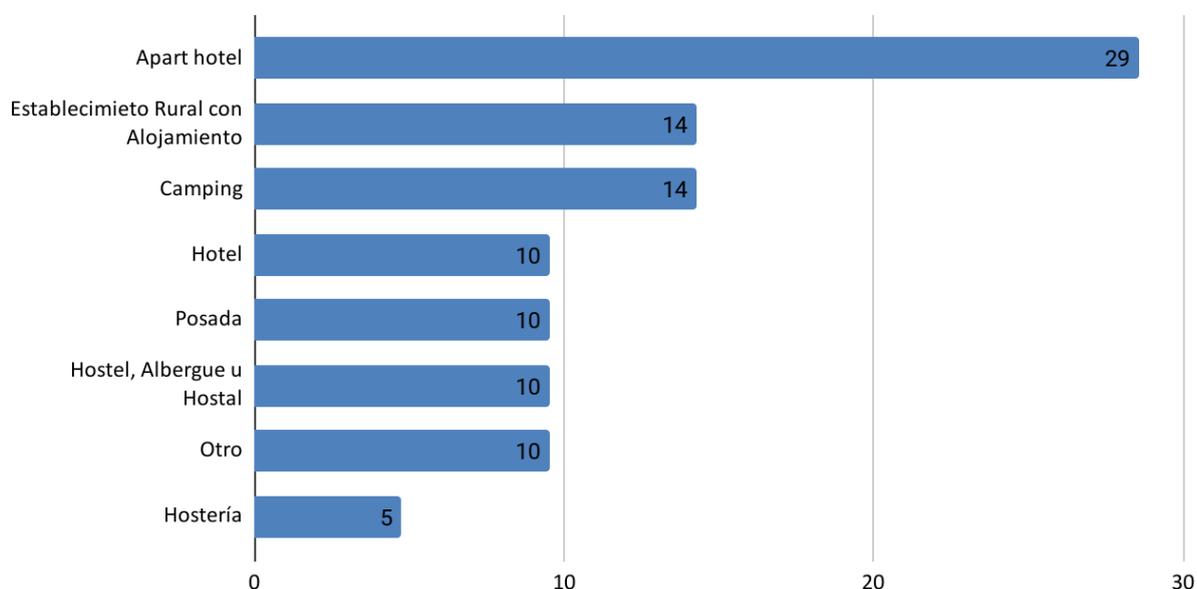
Tipo de emprendimiento	Cantidad de operadores	Porcentaje
Servicios gastronómicos (bares y restaurantes)	30	38
Alojamiento turístico	21	26
Otro	7	9
Agencia de viajes y servicios turísticos	6	8
Turismo rural sin alojamiento*	4	5
Turismo aventura	3	4
Sala de convenciones	3	4
Transporte turístico	2	3
Bodega sin alojamiento	2	3
Servicios turísticos inmobiliarios	1	1
No sabe / No contesta	1	1
TOTAL	80	100

Otro: Promoción de educación ambiental, App y medios de difusión de turismo, eventos culturales, feria de artesanos

*Incluye cabalgatas

Si afinamos la lectura de los alojamientos turísticos que en total constituyen 21 de los prestadores relevados, observamos que el tipo “Apart Hotel” es el servicio mayoritario con un 29% de la oferta; en segundo lugar los “establecimientos rurales” y “campings” con 14% cada uno. El resto de los tipos de alojamiento se distribuyen como se ve en el gráfico.

Gráfico 3.2.1: Tipologías de alojamientos turísticos (porcentaje)



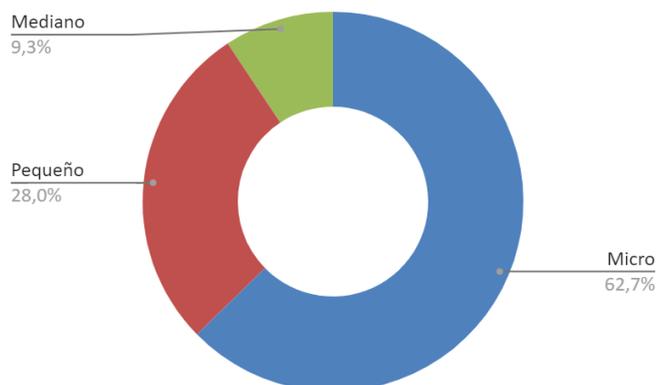
*Otros: casas, cabañas, apartamentos individuales.

3.3 Distribución por tamaño

Para definir el criterio de tamaño de los prestadores, se tomó como referencia la medida utilizada por la DINAPYME del Ministerio de Industria según la variable cantidad de empleados, que establece como microempresas aquellas con hasta 4 empleados, pequeñas empresas las que tienen entre 5 y 19 empleados, medianas empresas de 20 a 99 empleados y grandes empresas para aquellas que tienen más de 100 empleados.

Si observamos el porcentaje de los operadores turísticos según su tamaño, vemos que el 90% de los emprendimientos son micro o pequeños y solo un 9,3% se ubica dentro de la categoría de mediano.

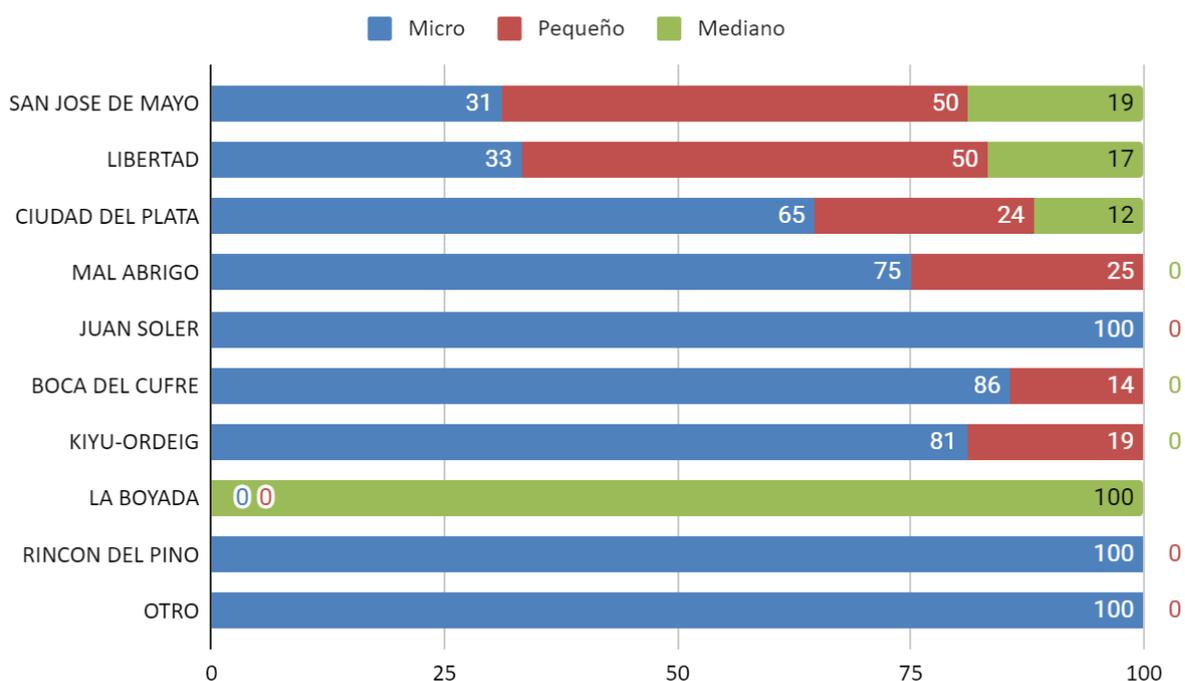
Gráfico 3.3.1: Porcentaje de operadores turísticos según tamaño



Comparando estos datos con la composición de las empresas a nivel departamental, se observa en el sector turismo un mayor peso de las pequeñas y medianas empresas².

Si vemos la distribución de los prestadores según su tamaño por localidad (gráfico 3.1.2), tenemos que sólo en San José de Mayo, Libertad y Ciudad del Plata, hay algunos emprendimientos de mediana dimensión. Resalta La Boyada donde un solo prestador reviste este tamaño. En el resto de la localidades predominan los micro y pequeños.

Gráfico 3.3.2: Porcentaje de operadores turísticos según tamaño por localidad

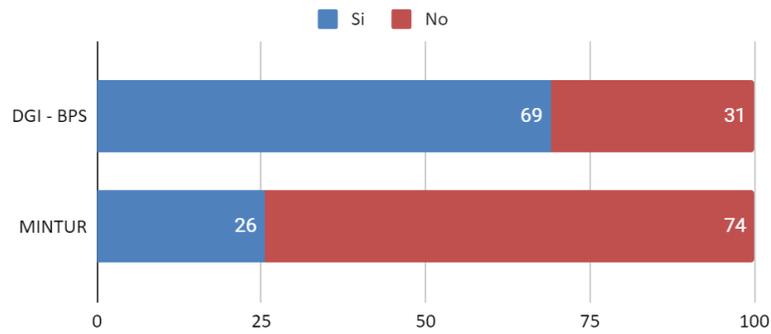


3.4 Formalización

Con respecto a la formalización de los emprendimientos, se relevó esta condición en base al registro formal en DGI y el BPS, y por otra parte ante el Ministerio de Turismo (Mintur). Como se ve hay una diferencia significativa. Mientras que ante los dos primeras, el 69 % de los prestadores dicen estar formalizados, no ocurre lo mismo con Mintur, donde el porcentaje registrado baja a un 26%.

² En el departamento (año 2021) las microempresas tienen un peso del 88%, las pequeñas 9,5%, medianas 1,8% y grandes 0,25%. Fuente Monitor Mipymes ANDE <https://www.ande.org.uy/monitor-mipymes.html?department=San%20Jos%C3%A9>

Gráfico 3.4.1: Distribución porcentual de operadores formalizados DGI - BPS y con registro del MINTUR*

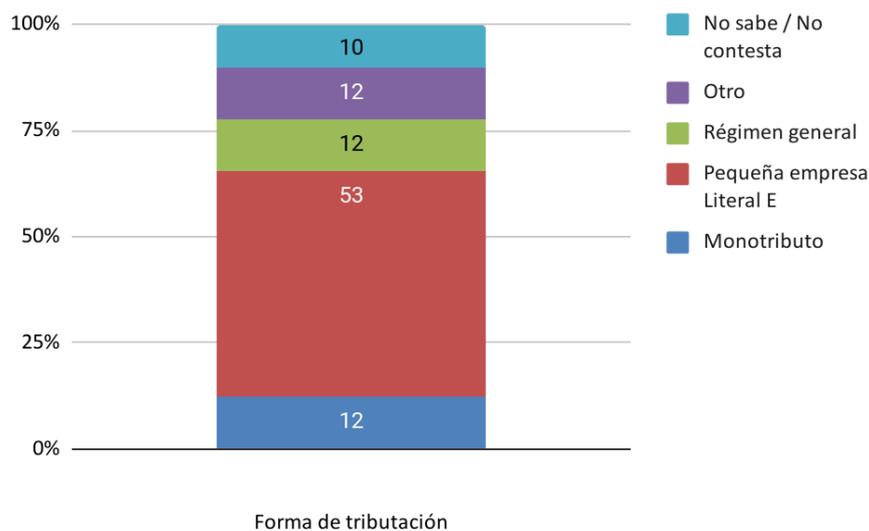


*En relación a los que sí respondieron.

También se indagó sobre si los prestadores de alojamiento tenían el registro de población flotante solicitado por Interpol, obteniendo que sólo seis prestadores cumplen con dicho requisito.

Al consultar a los que están formalizados en DGI - BPS qué régimen de tributación utilizan, más de la mitad contestan que tienen una pequeña empresa Literal E.

Gráfico 3.4.2: Distribución porcentual de las formas de tributación de los operadores formalizados en DGI - BPS

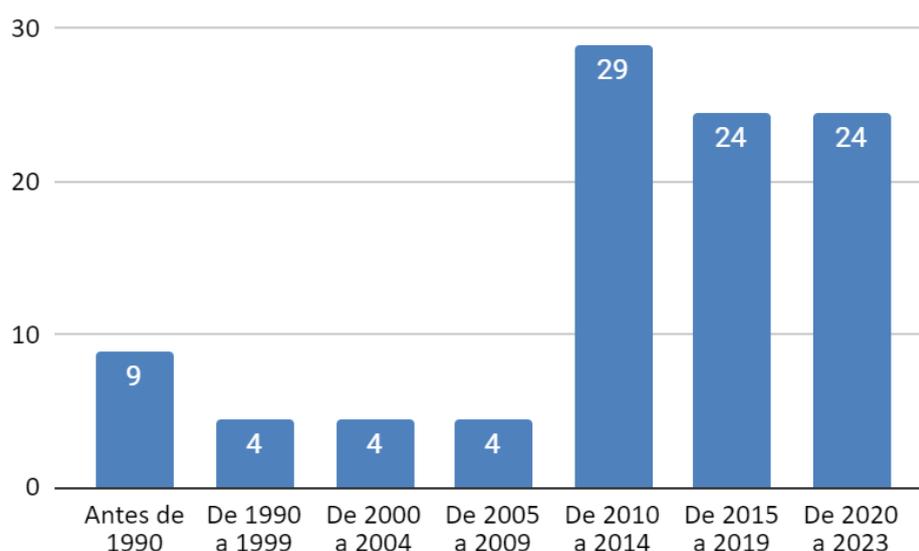


*Otros: SA, Sociedad Rural, SRL, Sociedad de Hecho, Literal L

3.5 Nacimientos de empresas

En el gráfico siguiente, vemos cómo se distribuyen los prestadores de servicios turísticos de acuerdo al periodo de nacimiento de las empresas. Se presentan los porcentajes en base a los que dieron información al respecto que fueron 55 operadores. En el gráfico se observa que el gran porcentaje de las empresas nacieron en el periodo del 2010 al 2014 en adelante (77%), lo cual muestra que predominan empresas jóvenes en el sector.

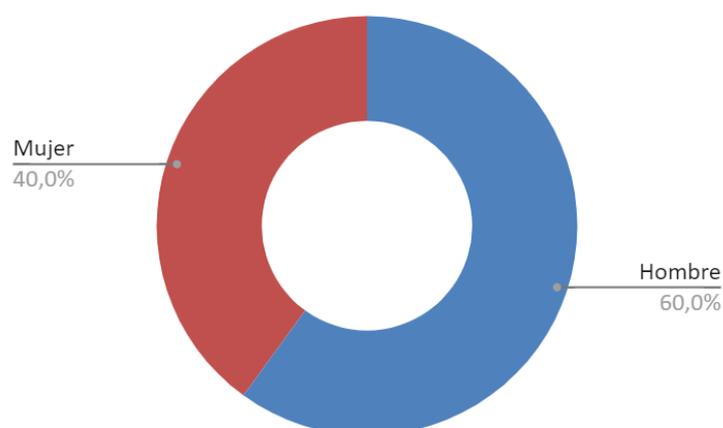
Gráfico 3.5.1: Periodo de nacimiento de los operadores (porcentaje)



3.6 Género de los titulares de las empresas

Un hecho destacado se representa en el gráfico que sigue. Aquí observamos que si bien los titulares del género masculino son mayoría, en el 40% de los emprendimientos que prestan servicios turísticos, la titularidad corresponde al género femenino, niveles altos en comparación a otros sectores (solo superado por enseñanza y servicios sociales y de salud)³.

Gráfico 3.6.1: Porcentaje de los titulares de las empresas turísticas por género

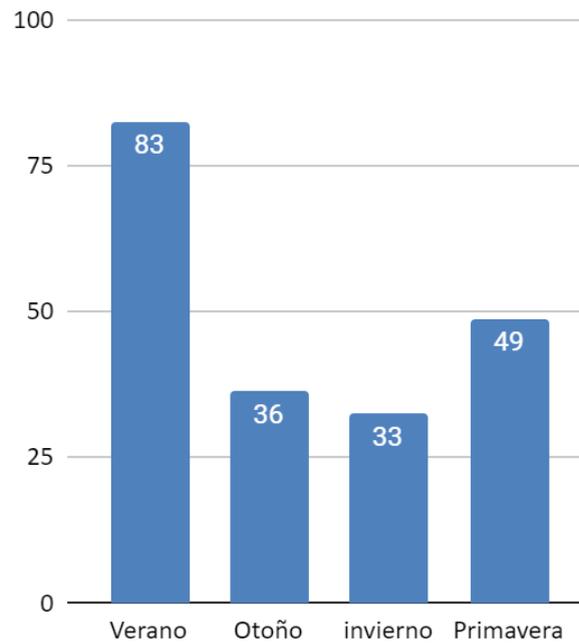


3.7 Zafras

También se le consultó a los prestadores sobre la estación en la que trabajan en modo de zafra. Previsiblemente el 83% de los prestadores declaró estar en zafra en verano, siguiendo la primavera con un 49% de los prestadores que declaran estar en zafra.

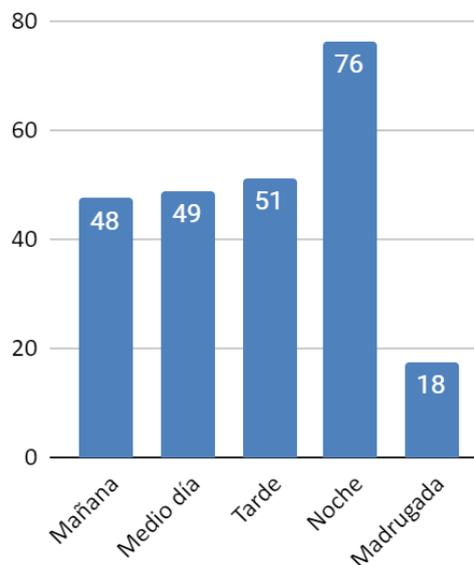
³ El lugar de las mujeres uruguayas en la toma de decisiones (ONU - MIDES, 2016). Disponible en: <https://archivo.mides.gub.uy/innovaportal/file/15091/1/el-lugar-de-las-mujeres-uruguayas-en-la-toma-de-decisi...-1.pdf>

Gráfico 3.7.1: Porcentaje de menciones en las que el emprendimiento está en zafra según estaciones



Respecto a los horarios de funcionamiento de los prestadores, el pico se da en la noche con un 76% de los prestadores trabajando en ese horario, de forma decreciente le siguen la tarde, mediodía, mañana y madrugada.

Gráfico 3.7.2: Porcentaje de menciones en las que el emprendimiento está funcionamiento



Por último, en este apartado se consultó sobre las fechas relevantes que identifican los prestadores para una mayor concurrencia de visitantes. A continuación se presenta un nube de palabras, donde aparecen en mayor tamaño aquellos eventos mayormente nombrados.

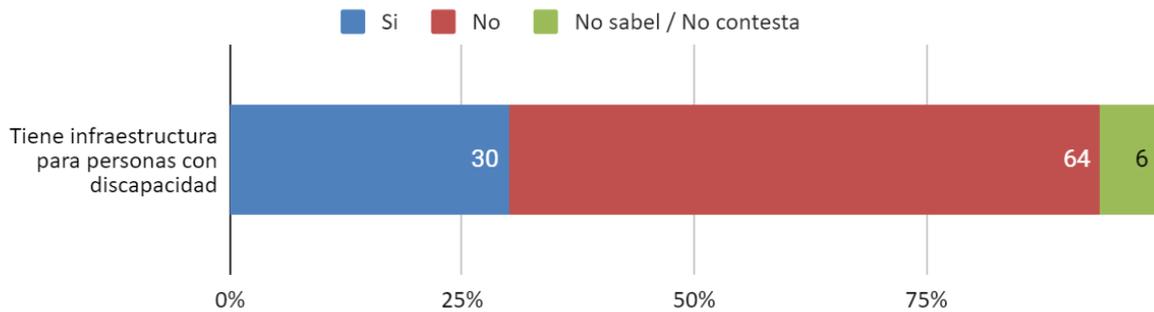
Figura 3.7.1: Nube de palabras sobre fechas relevantes para mayor concurrencia de visitantes al emprendimiento



3.8 Discapacidad

Para cerrar el capítulo, se indago con los prestadores sí contaban con infraestructura necesaria para atender a personas con discapacidad, en este caso sólo el 30% de los prestadores declararon contar con este tipo de infraestructura.

Gráfico 3.8.1: Porcentaje de operadores que cuentan con infraestructura para personas con discapacidad



4. Turismo y promoción del empleo

En el presente capítulo se analizará el empleo generado por el sector en el departamento, pudiendo comparar algunos datos con los arrojados por el monitor del mercado laboral uruguayo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)⁴.

En primer lugar observamos que en total los prestadores relevados generan 559 empleos en zafra, si lo proyectamos proporcionalmente al total de prestadores definidos en el universo, esta cifra alcanza a los 700 empleos, dato cercano al publicado por el INE para los sectores alojamiento y gastronomía que registra 740 empleos en diciembre 2022. Esta cifra implica el 2% del total de puestos de trabajo del departamento en diciembre de 2022.

En la siguiente tabla se podrán observar los empleos generados en zafra por localidad, siendo San José de Mayo y Ciudad del Plata las localidades con mayor cantidad de empleos generados (entre las dos alcanzan el 64% del total). Se podrá observar que si bien Kiyú es el balneario con mayor cantidad de prestadores, los mismos son en su mayoría microempresas, lo que explica que tenga un peso menor en la generación de empleo.

Tabla 4.1: Distribución de empleos generados en zafra por los prestadores según localidad

Localidad	Cantidad de empleos	Porcentaje
SAN JOSÉ DE MAYO	206	37
CIUDAD DEL PLATA	151	27
KIYÚ-ORDEIG	70	13
LIBERTAD	54	10
LA BOYADA	40	7
MAL ABRIGO	15	3
BOCA DEL CUFRÉ	15	3
JUAN SOLER	4	1
RINCÓN DEL PINO	3	1
COSTA DE TALA	1	0,2
Total	559	100

Al observar la generación de empleos por tipo de prestador, se observa que los “servicios gastronómicos” son el rubro que más empleo genera en el departamento (alcanzando casi la mitad del total), seguido por “otros” y “alojamiento turístico” en tercer lugar.

⁴ https://superset.ine.gub.uy/superset/dashboard/mercado_laboral_formal/?standalone=true. Hay que tener en cuenta que los datos publicados por el INE son para empleos formales, mientras que en el relevamiento realizado las respuestas son para empleos tanto formales como informales.

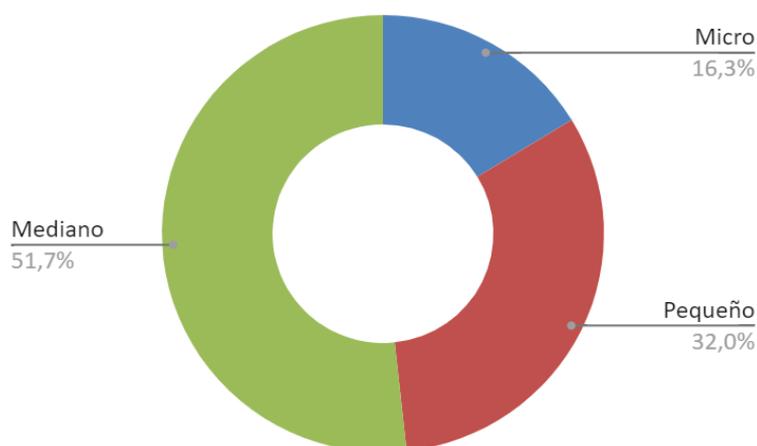
Tabla 4.2: Distribución de empleos generados en zafra por los prestadores según tipología

Tipo de operador	Cantidad de empleo	Porcentaje
Servicio gastronómico (bares y restaurantes)	260	47
Otro	129	23
Alojamiento turístico	122	22
Sala de convenciones	15	3
Transporte turístico	11	2
Agencias de viaje y servicios turísticos	6	1
Turismo aventura	4	1
Establecimiento Enológico sin alojamiento	4	1
Turismo rural sin alojamiento	4	1
Servicios Turísticos Inmobiliarios	3	1
No sabe / No contesta	1	0,2
Total	559	100

Otro: Promoción de educación ambiental, App y medios de difusión de turismo, eventos culturales, feria de artesanos

Los datos de empleo por tamaño del prestador, muestran la relevancia que tiene las empresas de mayor porte para la generación de empleo en el sector, dado que las medianas alcanzan un 52% del total, las pequeñas un 32% y las micro un 16%.

Gráfico 4.1: Porcentaje de empleos generados en zafra según tamaño del emprendimiento

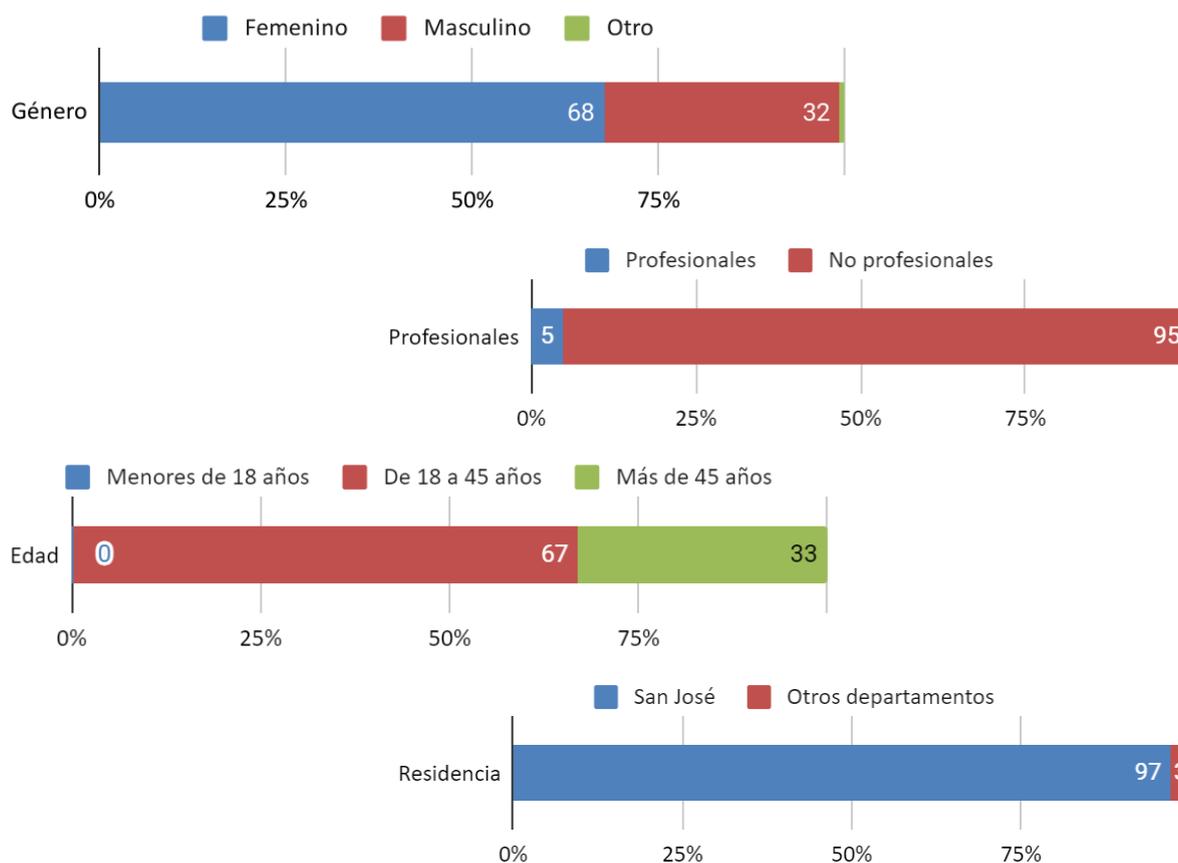


A continuación se desagregan los datos de empleo según género, nivel profesional, edad y residencia, observando que la mano de obra ocupada en el sector es predominantemente femenina (68%)⁵, cuando a nivel departamental de todos los sectores productivos, el guarismo alcanza el 48%. También se observa una baja participación de profesionales en el sector que apenas alcanza al 5% del total. Si observamos por tramos de edad no se registra la participación de menores, estando el

⁵ En el mercado formal para el sector alojamiento y gastronomía según los datos del INE las mujeres representan el 60%.

mayor peso de empleados en el tramo de 18 a 45 años (67%). Finalmente, los datos muestran que el 97% de los empleados residen en el departamento, y sólo se registran 3 trabajadores extranjeros.

Gráfico 4.2: Caracterización de los empleados en el sector según género, nivel profesional, edad y residencia (en porcentaje).



Para cerrar, se consultó sobre la cantidad de empleos contratados fuera de zafra, teniendo como respuesta que el volumen de empleados es de 394, lo cual implica una reducción del 30% del empleo respecto a la zafra.

5. Los números del turismo

En este apartado se presenta la información relativa a la capacidad que tiene la oferta turística de San José, de donde viene la principal demanda, tanto a nivel nacional como extranjera, e información sobre los ingresos del sector.

5.1 Plazas y capacidad de locación

En el cuadro 5.1.1 vemos que de acuerdo a los prestadores relevados, se pudo cuantificar un total de 1324 plazas de alojamiento, observando que Boca del Cufre, Kiyú y San José de Mayo son las localidades con mayor capacidad locativa. En Boca de Cufre y Kiyú esta capacidad se explica en gran medida por los campings allí existentes.

También se presenta un análisis de la distribución de plazas por tipo y localidad, para tener una mejor aproximación a la composición del tipo de plazas en cada localidad.

Tabla 5.1.1: Distribución de plazas por tipo y localidad

Tipo alojamiento	Kiyú-Ordeig	San José de Mayo	Boca del Cufre	La Boyada	Mal Abrigo	Rincón del Pino	Cantidad de plazas
Establecimiento Rural con Alojamiento	0	0	0	80	40	9	129
Camping	260	0	500	0	0	0	760
Apart hotel	0	0	88	0	0	0	88
Hotel	0	80	0	0	0	0	80
Hostería	0	70	0	0	0	0	70
Posada	5	0	0	0	35	0	40
Hostel, Albergue u Hostal	6	0	0	0	0	0	6
Otro	147	0	4	0	0	0	151
TOTAL	418	150	592	80	75	9	1324

*Otros: casas, cabañas, apartamentos individuales.

Si proyectamos las plazas, a modo de ejercicio y de forma proporcional, a todo el universo considerado en el estudio, podríamos determinar en todo el departamento la cantidad de 1640 plazas.

En cuanto a la oferta gastronómica, se identificó una capacidad total de atención a 2433 comensales (una proyección proporcional a todo el universo la cifra alcanza los 3080 comensales), de los cuales el 33% se concentra en San José de Mayo, Ciudad del Plata y Boca del Cufre tienen el 16% (cada uno) de la capacidad orientada al turismo, Libertad el 15% y Kiyú - Ordeig el 14%.

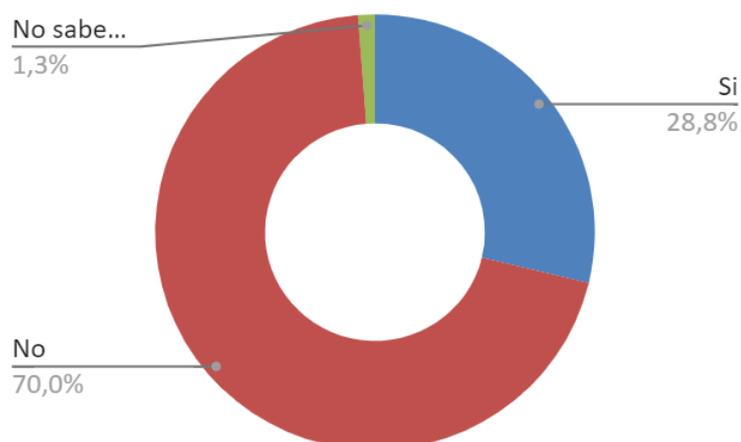
Tabla 5.1.2: Distribución de capacidad para comensales según localidad

Localidad	Capacidad para comensales	Porcentaje
SAN JOSÉ DE MAYO	805	33
CIUDAD DEL PLATA	400	16
BOCA DEL CUFRÉ	400	16
LIBERTAD	365	15
KIYÚ-ORDEIG	335	14
LA BOYADA	80	3
MAL ABRIGO	48	2
TOTAL	2433	100

5.2 Caracterización de visitantes

En primer lugar se preguntó a los prestadores sobre el registro de visitantes. En el siguiente gráfico se podrá apreciar que la gran mayoría de los prestadores (al menos un 70%) no lleva registro de la cantidad de visitantes que reciben, significando una gran carencia de información para el sector.

Gráfico 5.2.1 Porcentaje de prestadores que llevan registro de los visitantes



El total de visitantes recibidos en el último año, en base a quienes tienen registro, fue de 12.602. A continuación se puede apreciar su distribución geográfica.

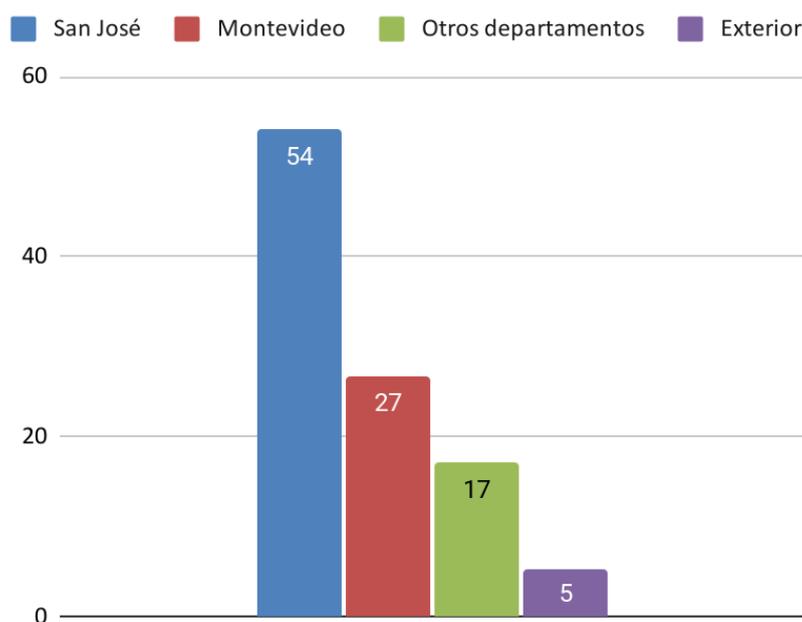
Tabla 5.2.1: Distribución de visitantes según localidad (en base a prestadores con registros).

Localidad	Visitantes	Porcentaje
SAN JOSÉ DE MAYO	6.500	52
KIYÚ-ORDEIG	3.055	24
BOCA DEL CUFRÉ	1.730	14
CIUDAD DEL PLATA	1.317	10
TOTAL	12.602	100

De mantenerse la misma tendencia de visitantes en aquellos emprendimientos que no llevan registro, el número total se podría estimar, de forma proporcional, en unos 44.000 visitantes anuales, y proyectándose de la misma manera a todo el universo del departamento, la cifra alcanzaría los 55.000 visitantes anuales.

El próximo gráfico da cuenta del origen de los visitantes que llegaron a San José según los registros de los prestadores, se podrá observar que estos declaran recibir un promedio de 54% de visitantes del departamento, un 27% de Montevideo, 17% de otros departamentos y 5% de extranjeros⁶.

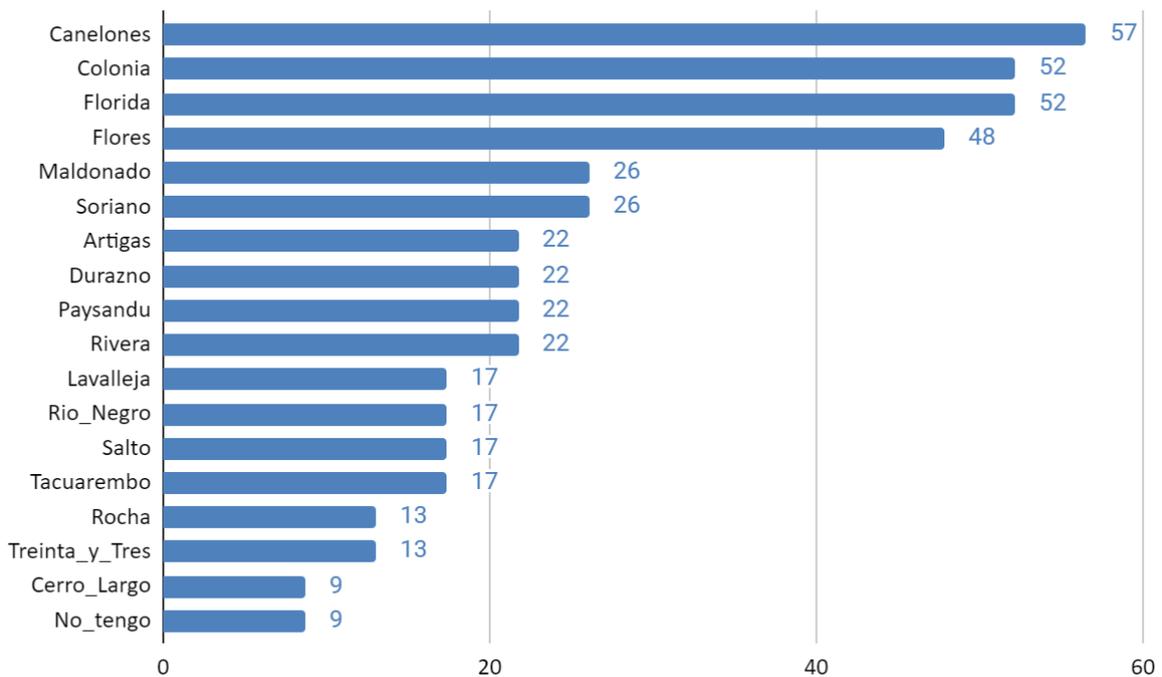
Gráfico 5.2.2 Promedio del porcentaje de visitantes recibidos por origen, según declaración del operador



También se indagó, a quiénes respondieron que recibían visitantes de otros departamentos, de cuáles se trataban. Los datos se presentan en el gráfico 5.2.3, donde se puede observar un primer escalón, en que la mayor parte de los prestadores responden que sus visitantes provienen de los departamentos más cercanos a San José (Canelones, Colonia, Florida y Flores).

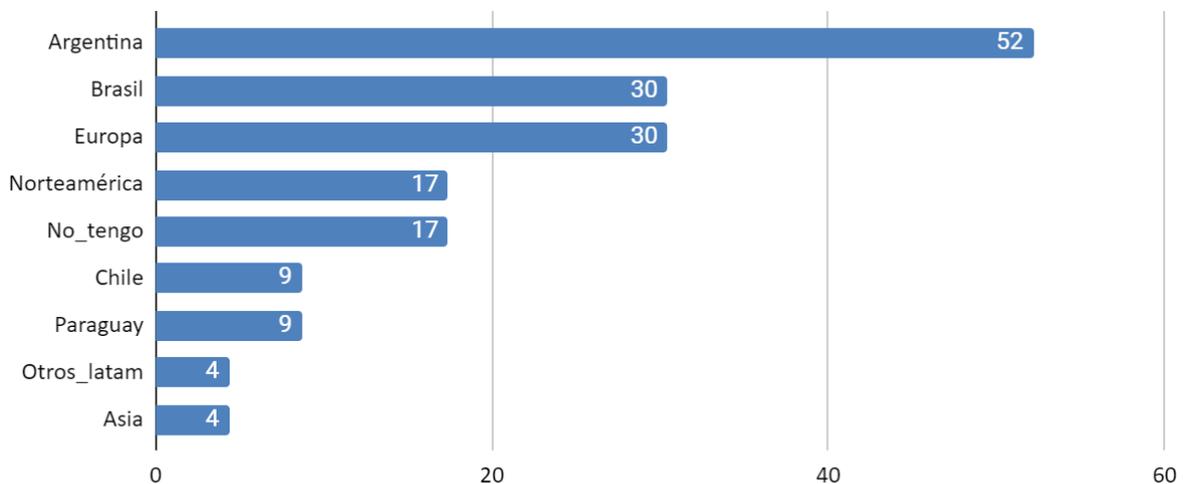
⁶ Datos del anuario estadístico 2019 (pre pandemia) del Ministerio de Turismo dan cuenta de unos 10.000 visitantes extranjeros en el departamento para ese año con un gasto total de US \$1.500.000.

Gráfico 5.2.3 Porcentaje de operadores que declaran recibir visitantes según departamento de origen



Al consultar sobre el origen de los extranjeros, se observa que más de la mitad de los prestadores responden que sus visitantes extranjeros provienen de Argentina, seguidos por Brasil y Europa.

Gráfico 5.2.4 Porcentaje de prestadores que declaran recibir visitantes según país/región de origen

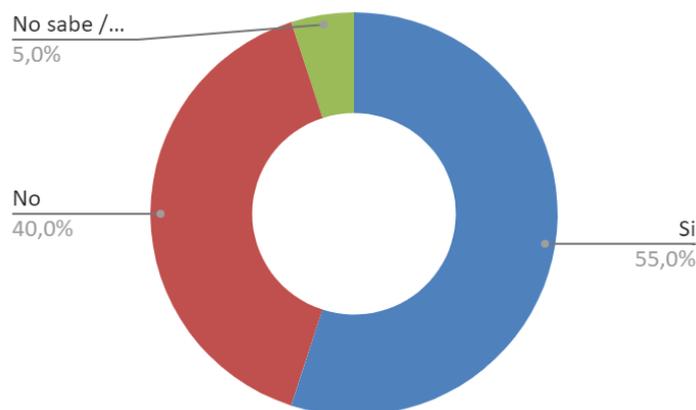


5.3 Ingresos y medios de pago

En este apartado, se consultó en primer lugar, sobre el gasto promedio por visitante que recibía cada prestador. Realizando el promedio de las respuestas, obtenemos que el gasto promedio por visitante es de \$860.

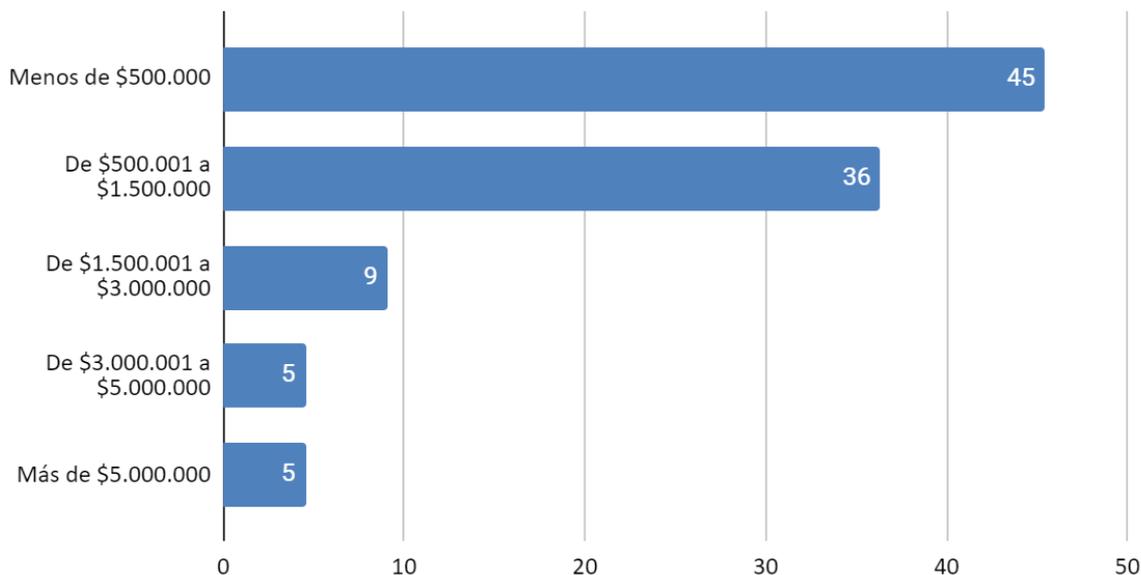
También se consultó a los prestadores sobre si llevan registros sobre los ingresos económicos del emprendimiento, teniendo un guarismo mayor al del registro de visitantes, alcanzando un 55% de respuestas positivas.

Gráfico 5.3.1 Porcentaje de prestadores que llevan registro de ingresos



A quienes efectivamente llevan registros de sus ingresos, se les preguntó por los mismos en base a 5 franjas predeterminadas, obteniendo que más del 80% de los prestadores que sí contestaron a la pregunta (22 de los 80), declaran tener un ingreso anual menor a \$1.500.000.

Gráfico 5.3.2 Porcentaje de prestadores que declaran ingresos según franjas

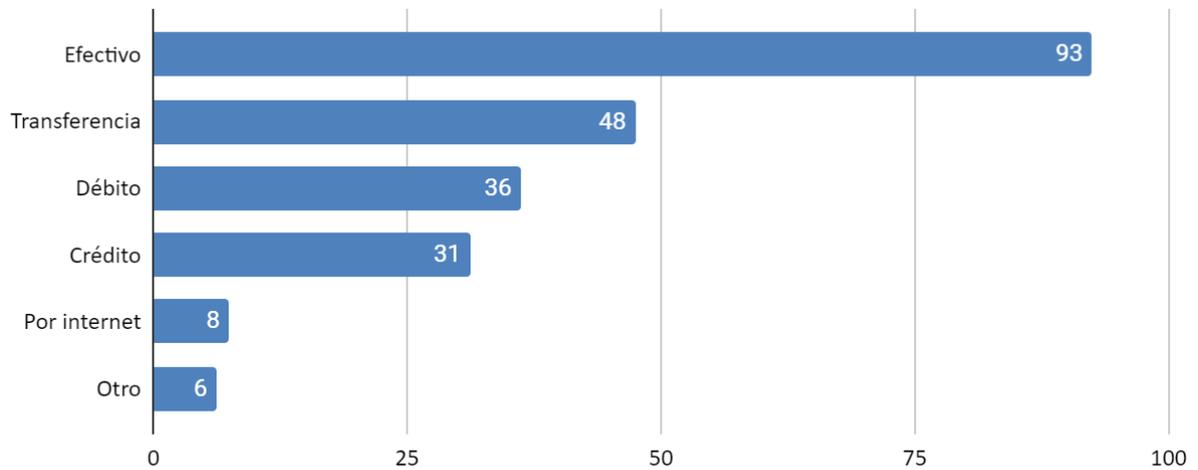


De los datos obtenidos, y de forma de ejercicio exploratorio, realizamos una proyección de ingresos de forma proporcional a todo el universo de prestadores, alcanzando un ingreso total anual de US \$3.011.364. Teniendo en cuenta que en promedio el PIB departamental de San José ha oscilado en el entorno del 3% del producto nacional⁷, esta cifra representaría el 0,15% del PIB departamental.

⁷ Los datos disponibles son del periodo 2008 - 2014, fuente OTU - OPP:
https://otu.opp.gub.uy/?q=listados/listados_datos_formato&id=2644&cant=1&deptos=16&fecha=2014-01-01

También se preguntó sobre las formas de pago utilizadas, donde predomina el efectivo con más de 90% de los prestadores utilizando esta forma, seguida por la transferencia bancaria, tarjeta de débito y de crédito.

Gráfico 5.3.3 Porcentaje de prestadores según formas de pago que utilizan



*Otro: cheques, mercado pago.

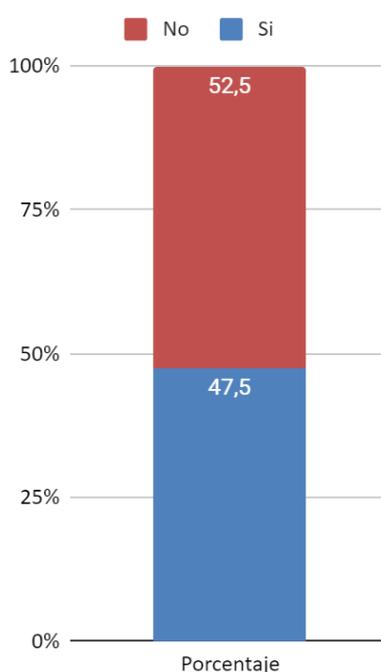
6. Gestión turística y articulación: diagnóstico y espacios de mejora

En este apartado se presenta información sobre la forma de gestión de los emprendimientos turísticos del departamento, junto a los niveles de articulación existentes con los diferentes actores que componen la cadena de valor.

6.1 Gestión del emprendimiento: retos y necesidades

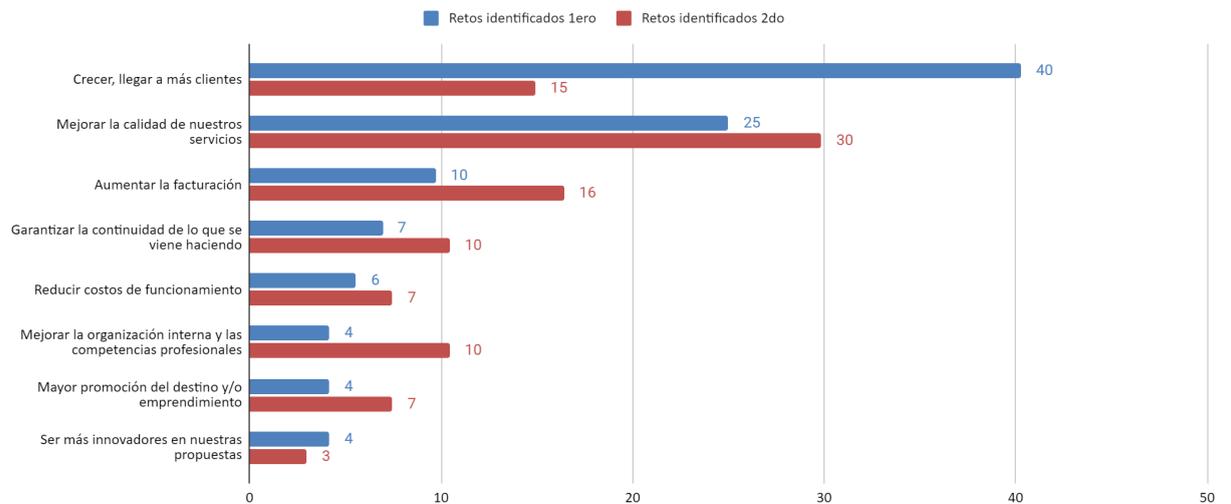
En primer lugar se les pidió que informaran sobre si tenían o no una planificación de sus acciones. Como se ve, poco más de la mitad no planifican la gestión, lo cual representa un porcentaje significativo.

Gráfico 6.1.1 Operadores que cuentan con planificación de su acciones (porcentaje)



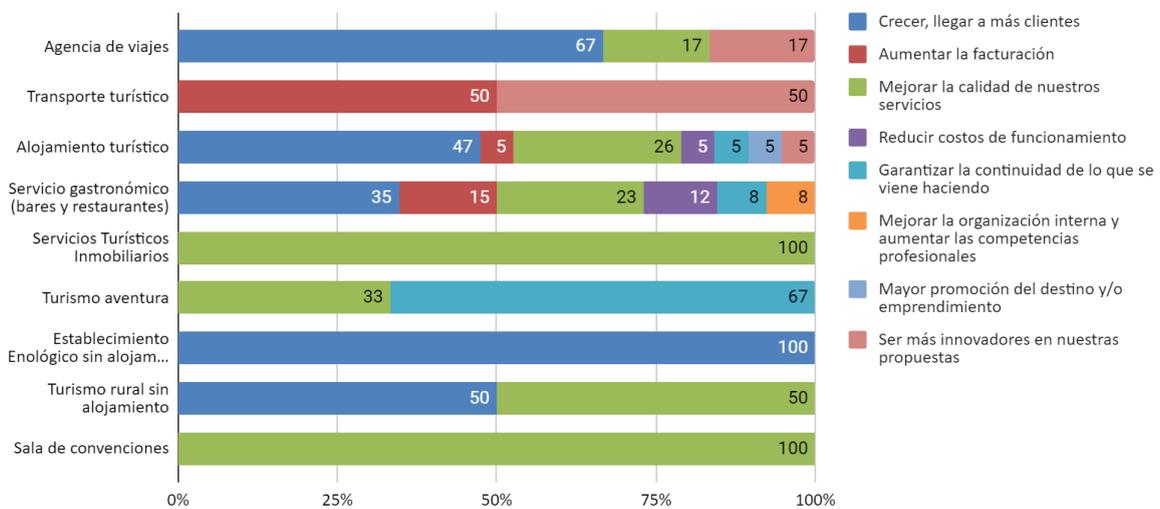
A continuación, se les solicitó a los prestadores información sobre la gestión del emprendimiento y sobre los retos y necesidades que ellos identificaban según primera y segunda mención. En cuanto a los retos identificados por los entrevistados, el más mencionado en primer lugar fue “crecer y llegar a más clientes” con un 40% de menciones. Como primera mención en segundo lugar aparece “mejorar la calidad” de los servicios. Este reto fue también la segunda mención con más frecuencia. Si se suman los porcentajes de primera y segunda mención se verá que los dos retos mencionados reúnen un 55%, constituyéndose en los dos principales.

Gráfico 6.1.2 Principales retos identificados por los operadores en primer y segundo lugar (porcentaje)



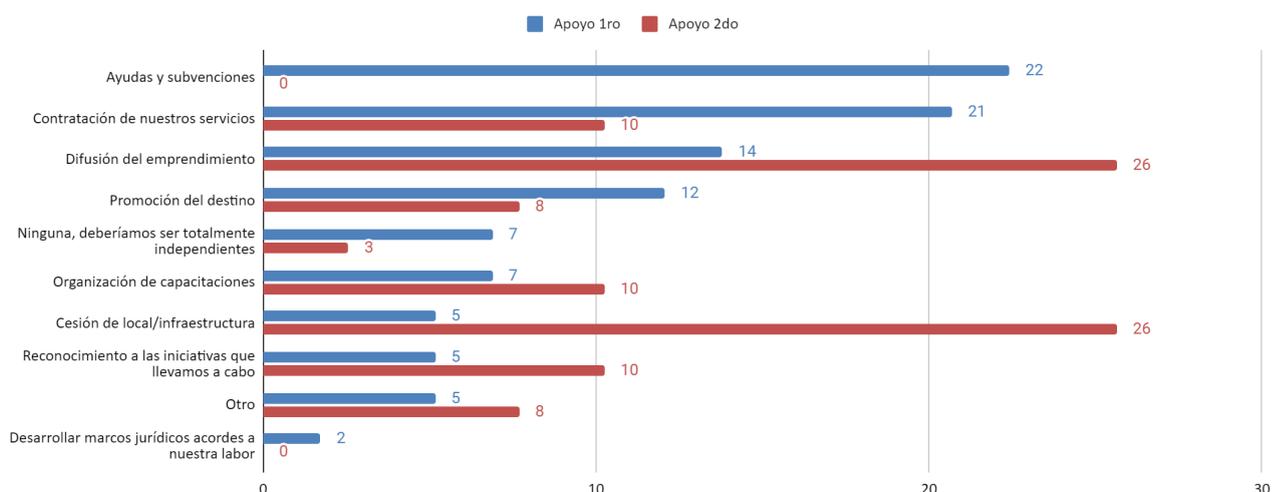
Si se desagregan los retos identificados según el tipo de prestador, se podrá tener una lectura más pormenorizada de los desafíos que atraviesan los diferentes subsectores del turismo en el departamento.

Gráfico 6.1.3 Principales retos identificados por los operadores en primer lugar según tipo de prestador (porcentaje)



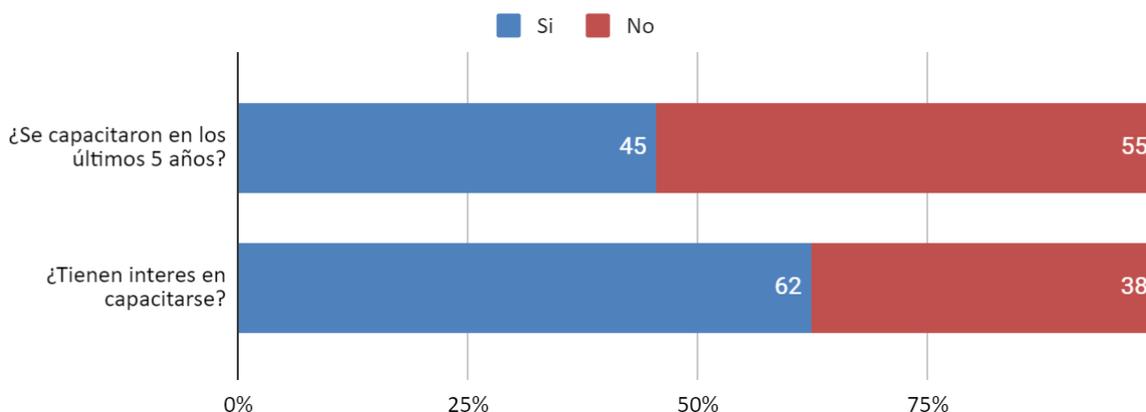
Seguidamente se les solicitó a los prestadores que identificaran las dos principales necesidades de apoyo. Aquí, se observa que el mayor porcentaje como primera mención es “ayudas y subvenciones” y en segundo lugar es “la difusión del emprendimiento” junto a “cesión de local o infraestructura” para desarrollar su emprendimiento.

Gráfico 6.1.4 Principales necesidades de apoyo identificadas por los operadores en primer y segundo lugar (porcentaje)



Se preguntó a los entrevistados si en los últimos 5 años habían tenido algún tipo de capacitación relativa a la actividad que realizan como prestadores de servicios turísticos. Un 55% respondió que no tuvieron ningún tipo de capacitación, mientras que el resto sí. Al preguntarles si tenían interés en capacitarse, un significativo 62% respondió afirmativamente.

Gráfico 6.1.5 Operadores capacitados e interesados en capacitarse (porcentaje)



6.2 Articulación y digitalización del sector

En este apartado se indagó, en primer lugar, si entre los prestadores articulaban o no con otros actores y si lo hacían, con qué tipo de actores. Más de un 61% dijo que no tenía ningún tipo de articulación, mientras que un 36% respondió afirmativamente. Entre quienes respondieron que sí tenían algún tipo de articulación, se les solicitó que identificaran con cuáles actores lo hacían, las respuestas figuran en el gráfico 6.2.2.

Gráfico 6.2.1 Operadores según si articulan con otras instituciones (porcentaje)

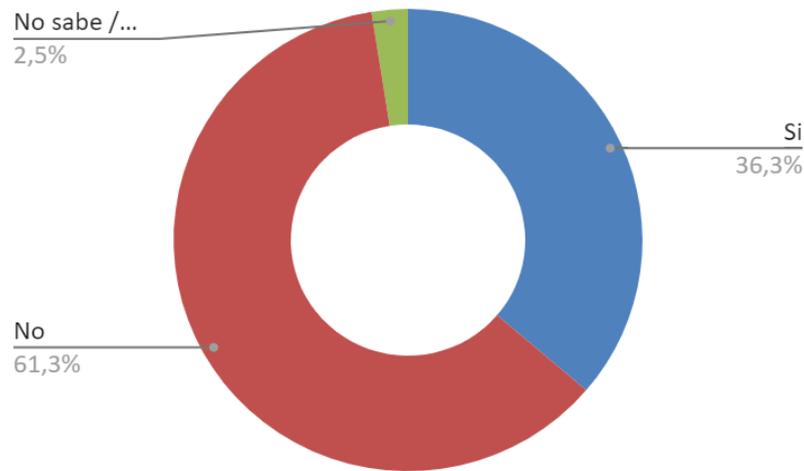
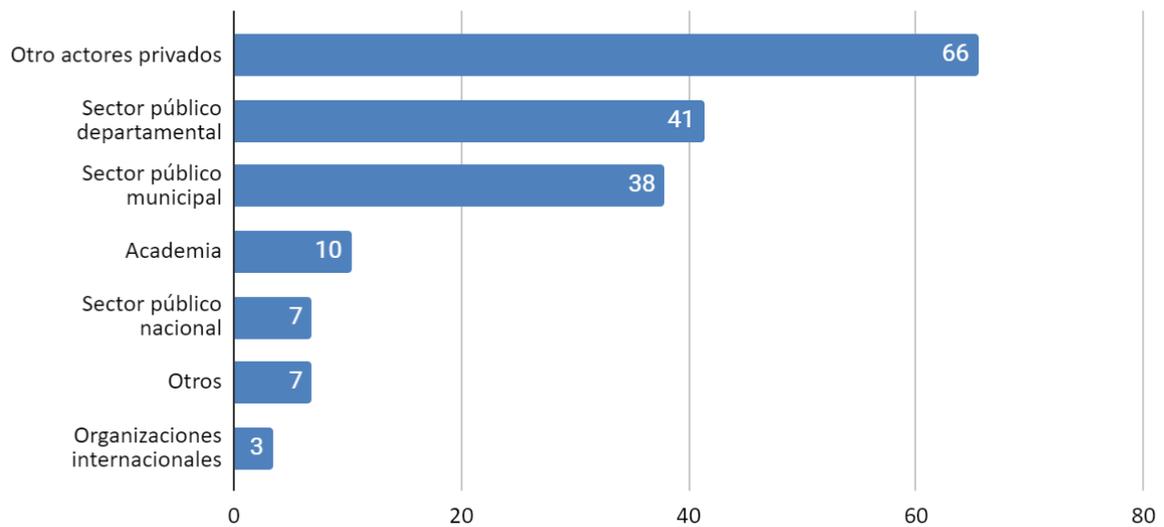


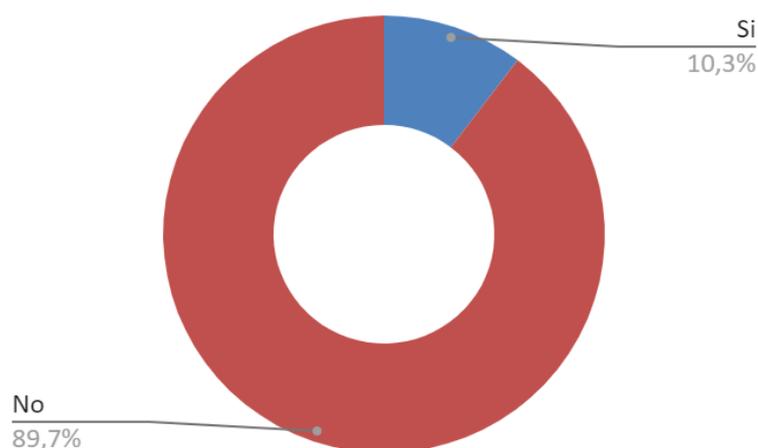
Gráfico 6.2.2 Actores con las que articulan los operadores (porcentaje)



Como se observa, la mayor articulación es con “otros actores privados”, mencionado por un 66% de los prestadores; en segundo lugar aparece el sector público departamental con un 41% y en tercer lugar el sector público municipal con un 38% de los entrevistados que lo mencionan. Hay que aclarar que en este caso cada prestador podía mencionar más de un actor con el que articula.

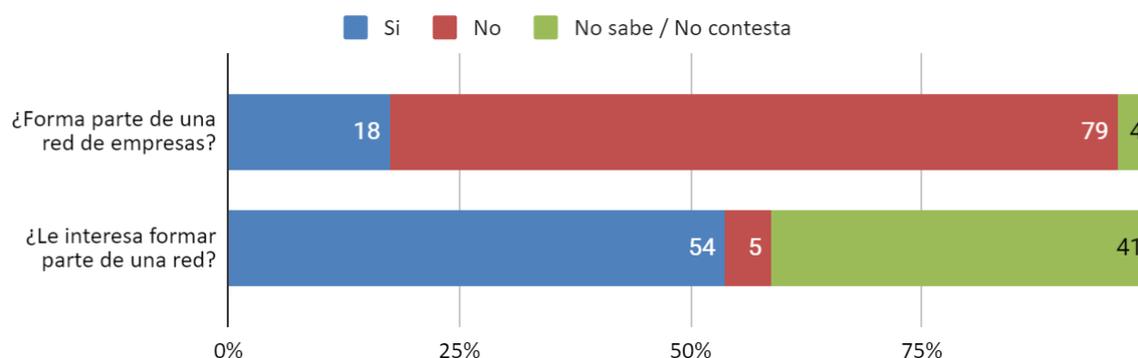
También se preguntó a los entrevistados, si tenían algún tipo de convenio para beneficio de sus clientes y sólo el 10% respondió afirmativamente.

Gráfico 6.2.3 Existencia de operadores con convenios de beneficios para clientes (porcentaje)



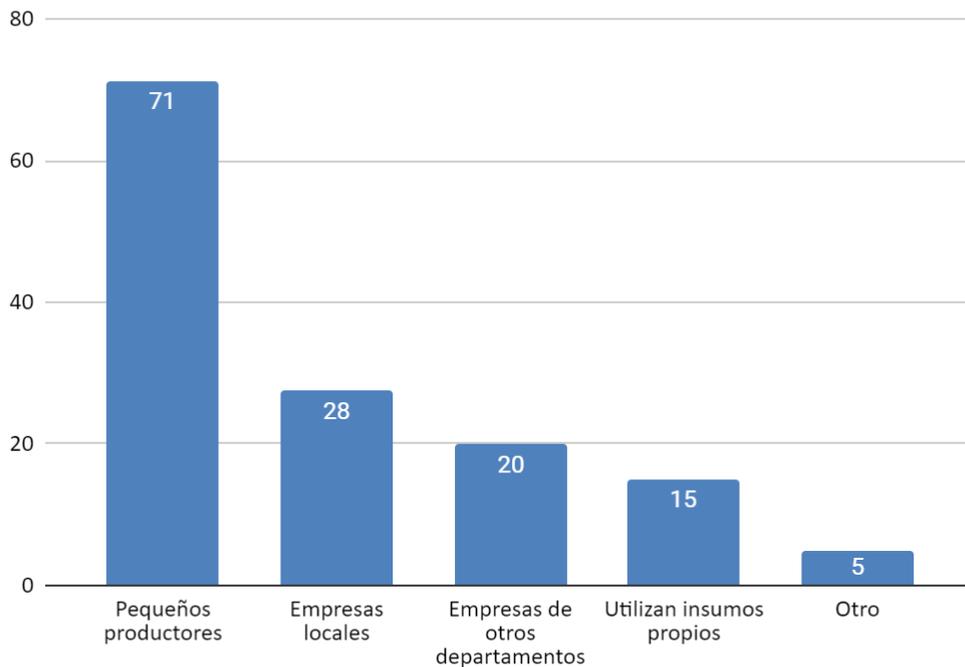
Preguntados si conformaban alguna red de empresas del sector, el 79% respondió negativamente; solo un 18% dijo que lo hacía y un 4% no dio información al respecto. Sí se observa una buena disposición a participar de algún tipo de asociatividad: en la pregunta siguiente, el 54% dijo que sí le interesaría formar parte de una red, el 41% dijo no saber y sólo el 5% respondió negativamente.

Gráfico 6.2.4 Situación e interés respecto a la conformación de redes de empresas en el sector (porcentaje)



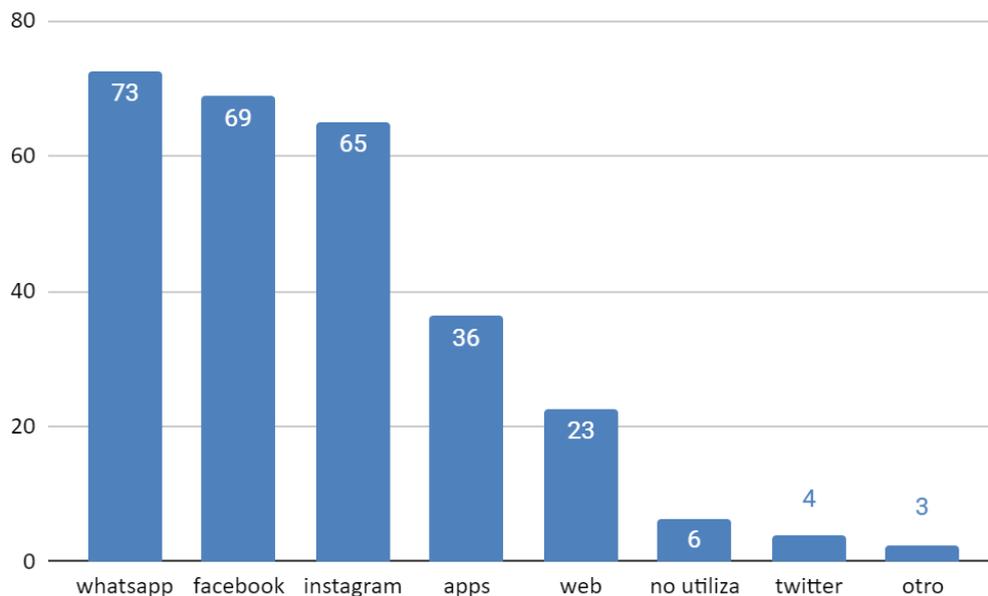
También se preguntó con qué tipo de proveedores se abastecía, pudiendo nombrar más de uno. Los “pequeños productores” fueron nombrados por el 71% de los prestadores; “empresas locales” en general fueron mencionadas por el 28%, un 20% dijo que compra a “empresas de otros departamentos” y un 15% utiliza “insumos propios”.

Gráfico 6.2.5 Tipo de proveedores de los prestadores (porcentaje)



En cuanto a la utilización de medios digitales al servicio del emprendimiento, claramente la gran mayoría usa las redes sociales whatsapp, facebook e instagram en ese orden. Luego, un 36 % usa alguna aplicación específica para el sector y un 23% dice tener web o utilizar una web para su negocio.

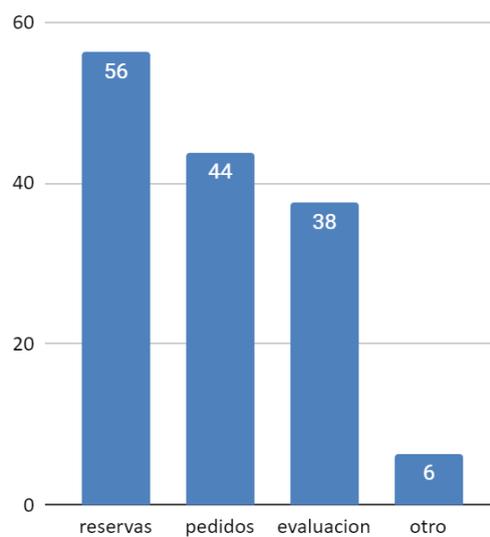
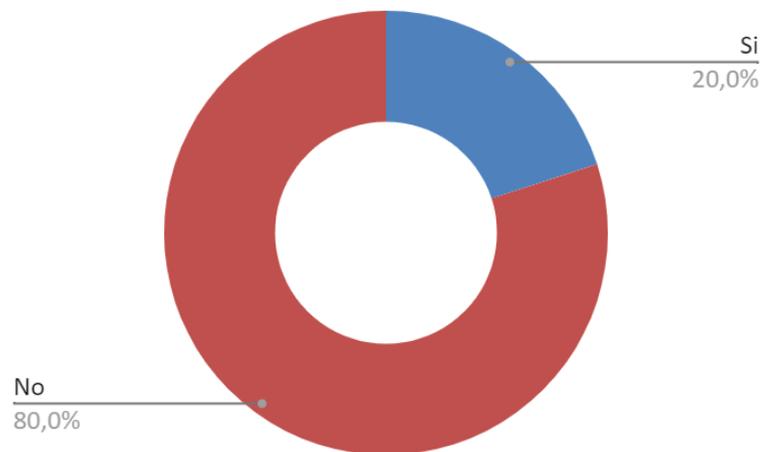
Gráfico 6.2.6 Medios digitales utilizados por los prestadores (porcentaje)



Sin embargo, más allá del uso habitual de redes y otras aplicaciones, pocos prestadores tienen servicios digitalizados para el uso de sus clientes: sólo una quinta parte como se ve en el gráfico siguiente. ¿Para qué ese 20% de prestadores pone a disposición un servicio digital? Mayormente

para reservas, en segundo lugar para recibir pedidos y en tercer lugar para obtener una evaluación de los servicios que prestan.

Gráfico 6.2.7 Servicios para clientes digitalizados, situación y qué servicios tiene (porcentaje)

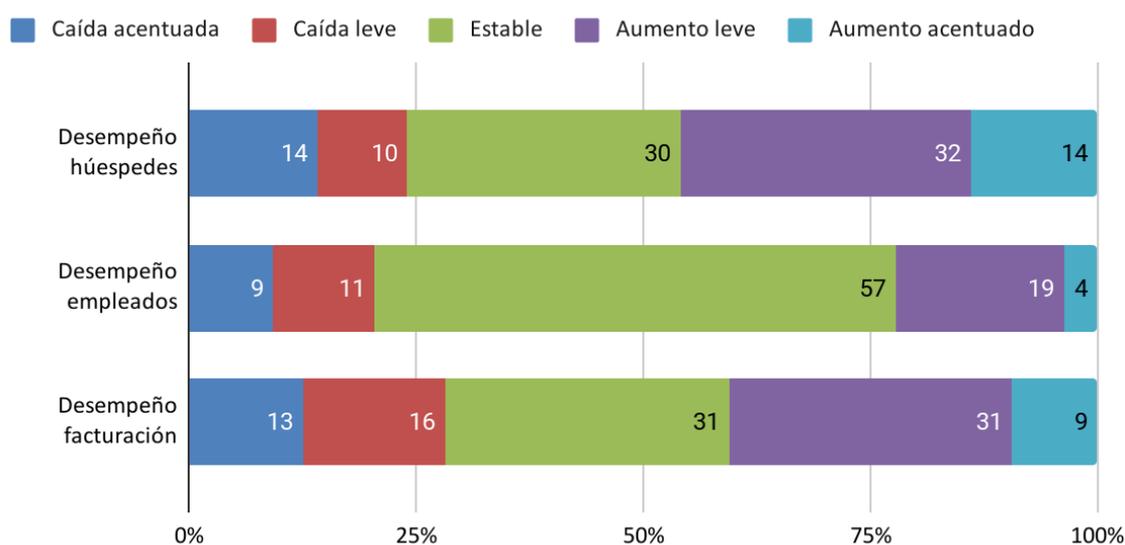


7. Valoraciones del destino y la temporada: miradas a futuro

Finalmente, en el presente capítulo se conocerá sobre cómo valoran los prestadores de servicios al destino y cuáles son las miradas del sector de cara al futuro.

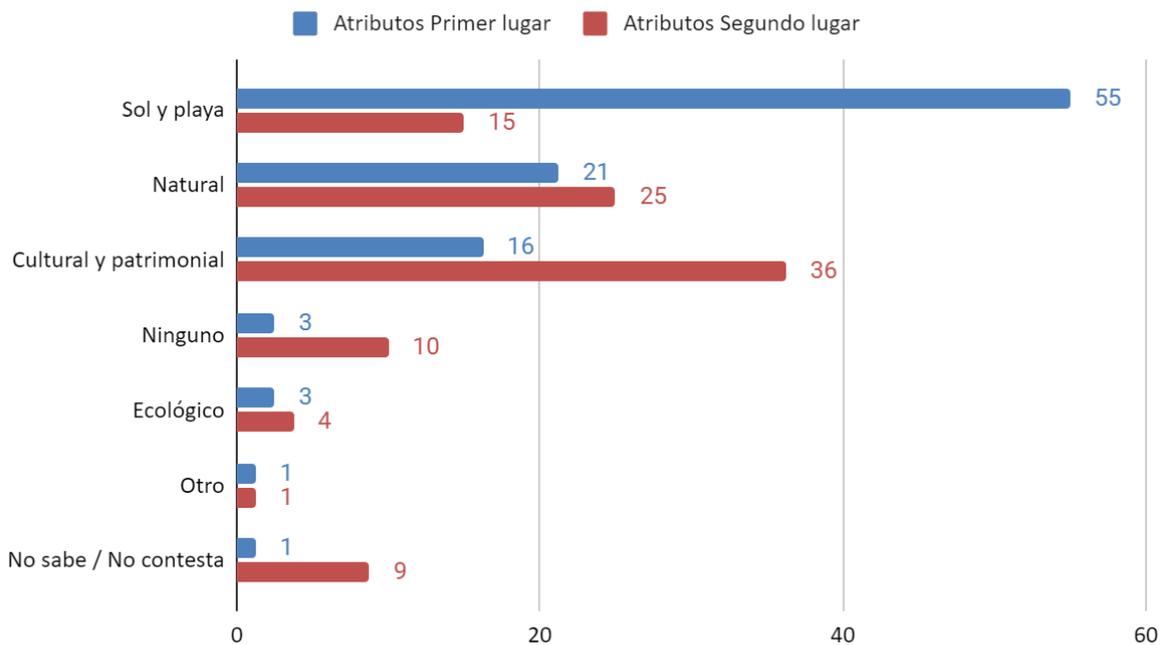
En primer lugar, se pidió a los entrevistados una evaluación en tres dimensiones de la temporada 2021-2022 respecto a la anterior. En cuanto a la presencia de huéspedes, un 24 % verificó algún tipo de caída; un 30% una situación estable respecto a la temporada anterior y un 46% algún grado de aumento. Con relación al personal empleado en la temporada, un 57% mantuvo estable la cantidad; un 23% la incrementó y un 20% contrató menos personal. En cuanto a la facturación, como es de esperar, los porcentajes están en línea con el desempeño de los huéspedes: un 40% dice que aumentó la facturación en algún grado; un 29% que verificó una caída y un 31% que se mantuvo estable. Estos datos hay que leerlos en un contexto de post pandemia.

Gráfico 7.1 Evaluación del desempeño de la temporada 2021 - 2022 respecto a la anterior (porcentaje)



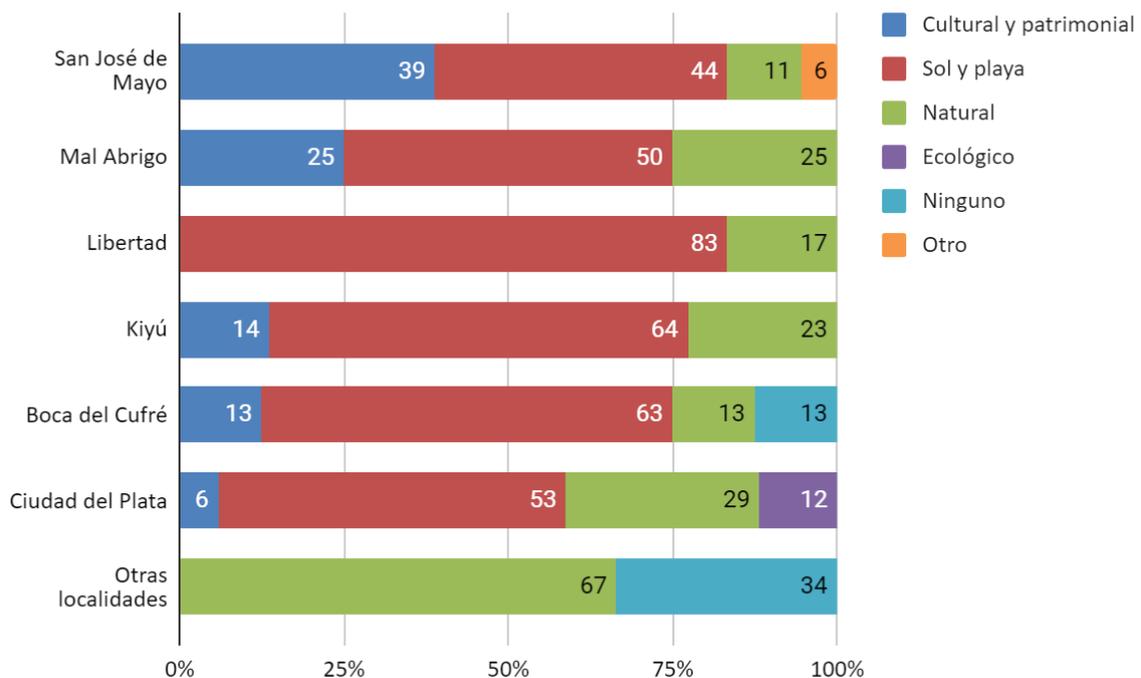
Los prestadores fueron preguntados por su percepción sobre el destino turístico “San José”, solicitándoles que identificaran, de una lista, hasta dos cualidades del departamento. El atributo con más frecuencia fue “sol y playa” con el 55% de la primera mención y en la segunda mención fue “cultural y patrimonial” con el 36% de las referencias. En tercer lugar podríamos ubicar el atributo de “natural” que es el que más menciones recoge luego de los atributos ya nombrados.

Gráfico 7.2 Principales atributos del destino identificadas por los operadores en primer y segundo lugar (porcentaje)



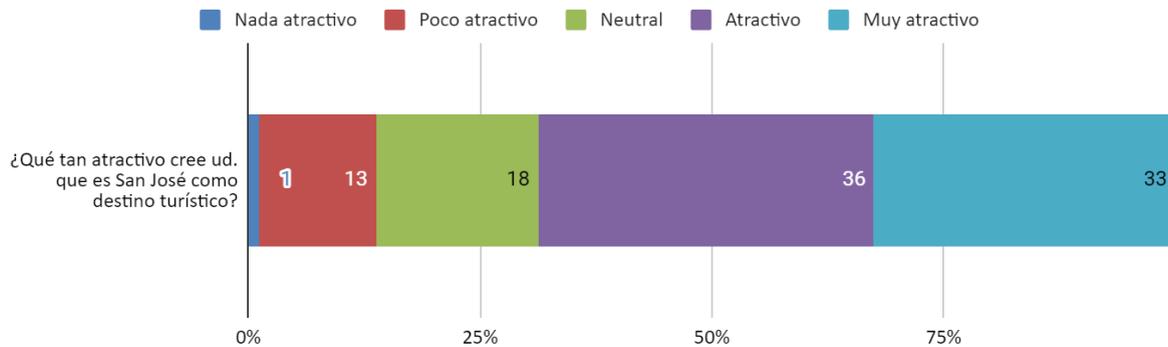
Al desagregar los datos por localidad se observa la predominancia de una valoración positiva en todas las localidades del atributo de “sol y playa”, y cómo aparecen algunos rasgos específicos de cada destino, por ejemplo lo “cultural y patrimonial” en San José de Mayo, lo “ecológico” en Ciudad del Plata o lo “natural” en destinos más rurales.

Gráfico 7.3 Principales atributos del destino identificadas por los operadores en primer lugar, según localidad (porcentaje)



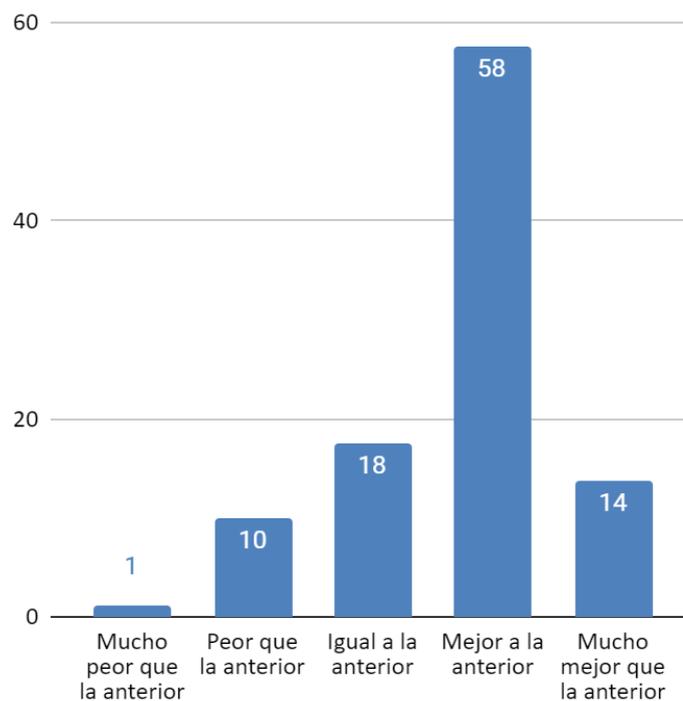
Respecto a la valoración del destino, se preguntó sobre una clasificación en una escala de cinco grados sobre lo atractivo o no del destino, obteniendo que un 69% de los prestadores relevados hizo una evaluación positiva, discriminado en un 33% que consideró que San José es “muy atractivo” y un 36 % “atractivo”. Un 14% dio una opinión negativa y un 18% neutra.

Gráfico 7.4 Valoración sobre el destino turístico según prestadores (porcentaje)



Finalmente se relevó sobre las expectativas en el sector. Como se aprecia en el gráfico la expectativa en relación a la temporada venidera es en general muy buena, con un 72% de los prestadores que esperan una temporada mejor o mucho mejor que la pasada; un 18% espera que sea igual, y un 11% es pesimista. En general se observa que los prestadores del departamento son optimistas respecto al desempeño de su emprendimiento en el futuro inmediato.

Gráfico 7.5 Expectativas de cara a una próxima temporada



8. Cierre y recomendaciones: 10 claves para el desarrollo del sector

En el presente capítulo se desarrollan los principales hallazgos del estudio, así como también algunas recomendaciones para el desarrollo del sector en el departamento que surgen a partir de los mismos.

- 1) En primer lugar cabe destacar la caracterización territorial de los prestadores, donde se confirma que las localidades de mayor relevancia para la actividad turística del departamento son, el circuito Kiyú - Ordeig - Libertad, San José de Mayo, Ciudad del Plata, Boca del Cufré y Mal Abrigo. En San José de Mayo y Ciudad del Plata (principales ciudades del departamento) se localizan los prestadores turísticos de mayor porte, mientras que los balnearios se caracterizan por tener una oferta turística conformada por una mayor cantidad de micro y pequeñas empresas. En esta línea, la generación de empleos en el sector se centraliza en gran medida en los lugares donde están los prestadores de mayor tamaño (San José de Mayo y Ciudad del Plata). Como nota aparte, cabe destacar la presencia de un prestador de servicios turísticos de tamaño considerable para la escala departamental, en la localidad de La Boyada, siendo a la vez un importante generador de empleo en la zona.
- 2) La composición de los tipos de emprendimientos que predominan en el turismo en San José, viene determinada por una fuerte presencia de emprendimientos del rubro gastronómico y servicios de alojamiento (principales motores de la actividad turística). Un escalón por debajo figuran otros subsectores como por ejemplo, agencias de viajes y servicios, turismo rural, turismo aventura, transporte turístico, bodegas, entre otros. Esto da la pauta del potencial y desafío que aún tiene San José, para poder promover una oferta turística que complemente la actividad tradicional de gastronomía y alojamiento, generando propuestas articuladas, que agreguen valor al sector. También a nivel de generación de empleo destaca principalmente el rubro gastronómico con casi la mitad (47%) del total de empleos generados. Lo siguen los alojamientos y otros sectores menores como iniciativas de promoción de educación ambiental, desarrollo de apps y medios de difusión de turismo, eventos culturales y feria de artesanos, nuevamente mostrando la relevancia de apuntalar el crecimiento de estos sectores hoy en día “marginales”.
- 3) En cuanto a otras características de las empresas del sector turístico de San José, vale destacar que el 61% del total (tomando en cuenta también las empresas que no contestaron) declaran estar formalizadas ante DGI - BPS y sólo el 15% dice estar registrada en el Ministerio de Turismo. Este aspecto puede tener varias lecturas, como la falta de interés de los emprendimientos en este registro, o que la política nacional no está llegando de buena manera en el sector, en ambos escenarios entendemos que la Intendencia puede jugar un rol de diálogo para poder mejorar esta herramienta del Ministerio de Turismo. Otra característica propia del sector es que predominan empresas jóvenes, más del 75% fueron creadas del 2010 a esta parte, señal de una alta reconversión del sector en la última década y de algunos problemas que puede haber para sostener emprendimientos turísticos en el largo plazo. También es relevante mencionar la baja cantidad de prestadores (30%) que cuentan con infraestructura para atender personas con discapacidad, más en un contexto donde el turismo social de adultos mayores está cobrando cada vez mayor relevancia en el país.

- 4) Un apartado específico merece el análisis que surge de los datos de empleo en el sector, los cuales se tomaron en referencia a la época de zafra y de forma indistinta si los empleos fueron formales o informales. Primeramente es importante cuantificar el aporte que el turismo genera en materia de empleo a nivel departamental, representando el 2% del total de puestos de trabajo en el departamento⁸ (dato que surge del censo y coincide con los datos estimados por el INE que rondan los 740 puestos de trabajo formales). Teniendo en cuenta que a nivel nacional el peso de los puestos de trabajo vinculados al turismo sobre el total, se encuentra por encima del 3%, y la vocación turística que viene desarrollando el departamento en los últimos años, podríamos señalar que es un sector que con políticas adecuadas de acompañamiento para su consolidación, puede tener una mayor incidencia en la generación de puestos de trabajo a nivel departamental. En esta misma línea es de resaltar que el turismo es una fuente de empleo muy importante para el género femenino, siendo el 68% de los empleos del sector ocupados por mujeres, mientras que a nivel departamental la participación promedio de las mujeres en todos los sectores de actividad es del 48%. También se destaca un bajo registro de empleados profesionales en el sector, alcanzando apenas al 5% del total, indicador de la necesidad de una mayor profesionalización del turismo en San José. Otras características a resaltar es que se ocupa principalmente a personas de 18 a 45 años (representan un 67% del total), el 97% de los empleos son de personas que residen en el departamento, lo cual indica una fuente de trabajo genuina para los josefinos. Finalmente es relevante señalar que fuera de la zafra los puestos de trabajo en el sector se reducen en un 30%.
- 5) En cuanto a las plazas y capacidad de atención con las que cuenta el departamento, se relevaron un total de 1324 plazas (que proyectadas sobre el total del universo en estudio alcanzan las 1640 plazas), siendo más de la mitad pertenecientes a campings de los balnearios Cufre y Kiyú-Ordeig. El trabajo revela que la ciudad de San José de Mayo tiene una oferta de alojamientos bastante limitada y poco variada. Esta realidad conspira contra la capacidad de organizar en la ciudad eventos que demanden una oferta de pernocte de gran porte. Se destaca la buena oferta de apart hotel en el balneario Cufre, una alternativa que en otros lugares no parece estar suficientemente explorada. Respecto a la capacidad de atención a comensales, las cifras indican que esta alcanza los 2433 según los emprendimientos relevados, con una proyección de una capacidad de poco más de 3000 comensales. Se destaca San José de Mayo con la tercera parte de esta capacidad, seguido por las demás localidades turísticas del departamento con cerca del 15% cada una. Es de destacar que Mal Abrigo, pueblo turístico, solo cuenta con una capacidad para 48 comensales.
- 6) Respecto a los visitantes que llegan a San José, es de destacar en primer lugar, que al menos un 70% de los prestadores de servicios turísticos no tienen registro de los mismos, lo cual indica una gran debilidad del sector para poder generar información de calidad y tomar decisiones estratégicas en base a la misma. A partir de los datos relevados en base a los que sí tienen registros, se puede inferir una cifra de visitantes anuales superior a los 50 mil, de los

⁸ Tomando como referencia los puestos de trabajo en diciembre de 2022.

cuales la mitad visitan San José de Mayo, la cuarta parte Kiyu - Ordeig, un 15% Ciudad del Plata y un 10% Boca del Cufré. Los emprendimientos reconocen que la mayor parte de sus visitantes (54%) provienen del propio departamento, si bien también se registra una presencia significativa de turistas de Montevideo, y de otros departamentos limítrofes. Estos datos sugieren trabajar ese espacio geográfico como fuente de visitantes con capacidad de crecimiento, y generar estrategias de conocimiento del destino en el resto de los departamentos del país. A nivel internacional los visitantes vienen principalmente de Argentina, Brasil y Europa.

- 7) Los ingresos del sector, que también presenta carencias en los registros, se pueden estimar en un 0,15% del PIB departamental, cuando a nivel nacional el turismo representa cerca del 7% del PIB⁹, señal del crecimiento que aún puede tener la actividad en San José. Respecto a las formas de pago que utilizan los prestadores, llama la atención que sigue predominando el uso de efectivo y sólo un 36% utiliza tarjeta de débito y un 31% tarjeta de crédito, viendo aquí un posible cuello de botella para el desarrollo del sector. En este sentido, observando la información respecto a algunas variables vinculadas a la organización y modernización, se recomienda fortalecer aquellos aspectos que faciliten el vínculo con la demanda. Esto es: incorporar en mayor medida formas de pago digitales y ampliar las opciones de tarjetas; hacer convenios de beneficios orientados a determinados colectivos; y facilitar la compra y reserva de servicios online.
- 8) Otra señal en cuanto a las posibilidades de mejora y profesionalización del turismo, surge al conocer los datos sobre la capacitaciones recibidas por los prestadores y el interés por las mismas, donde se refleja que sólo el 45% de los prestadores recibieron algún tipo de capacitación en los últimos cinco años y el interés por capacitarse asciende al 62% de los prestadores. En base al interés constatado en capacitarse, se sugiere a la Coordinación de Turismo, explorar entre los prestadores, las necesidades prioritarias en ese aspecto y organizar capacitaciones al respecto para poder dar respuesta a estas demandas. En este sentido los propios emprendimientos reconocen como retos poder mejorar sus servicios y crecer, y como principales necesidades de apoyo las subvenciones, la difusión del emprendimiento y mejora de los espacios de infraestructura.
- 9) En cuanto a la articulación y capacidades de generación de entramados en el sector, sólo el 36% de los emprendimientos declaran tener algún tipo de articulación con otros actores y sólo el 18% que conforman algún tipo de red. En este contexto, es de destacar la relación que tiene el sector con proveedores locales, tanto pequeños productores como otros, lo cual lo convierte en un dinamizador de la economía local y confirma su capacidad para integrar cadenas de valor. Este aspecto también nos indica, que toda aquella acción que apunte a fortalecer la oferta turística, tendrá un efecto en otros sectores, amplificando el impacto de los recursos aplicados y favoreciendo al conjunto de la economía local. Además, se registra que sólo un 5% no estaría interesado en poder participar de iniciativas asociativas con otros emprendimientos, por lo que entendemos que dado los resultados y la predisposición mayoritariamente favorable, se debería tomar iniciativa desde la institucionalidad pública

⁹ Anuario 2019 Ministerio de Turismo disponible en:
<https://www.gub.uy/ministerio-turismo/politicas-y-gestion/anuarios-estadisticos>

departamental para facilitar el proceso de asociatividad del sector. Teniendo en cuenta que la trayectoria de los prestadores relevados es escasa en este sentido, se advierte que el proceso puede resultar trabajoso, por lo que debe ser encarado con la conciencia de que se va a requerir tiempo y profesionalidad para sostenerlo y consolidarlo. En esta línea aparecen algunas herramientas de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) para el fomento de prácticas asociativas, que pueden ser interesantes para investigar su viabilidad en el sector turístico del departamento¹⁰.

- 10) Finalmente, cabe resaltar la percepción de los prestadores sobre el destino turístico local con una evaluación mayormente positiva, lo cual nos permite señalar que se cuenta con una oferta convencida de los atractivos del departamento y, por lo tanto, dispuesta a emprender acciones orientadas a mejorarla. Hay dos elementos que anclados en lo anterior, surgen como principales para encarar las acciones de comunicación y difusión que eventualmente se planifiquen: estos son, San José como destino de “naturaleza, sol y playa” y, por otro lado, “cultura y patrimonio”. Del trabajo se desprende que esos son los atributos con los que más se identifican los prestadores locales y, si bien para evaluar completamente esa dimensión se debería abarcar también la demanda, no resulta menor considerar que la comunicación que se realice esté conectada con la percepción y la convicción de quienes tienen la responsabilidad y el interés de ofrecer el servicio en el lugar. Claro está que la comunicación es un aspecto técnico, que deberá ser evaluado por los actores turísticos locales con apoyo profesional. Por último, es importante señalar las expectativas positivas que predominan entre los prestadores sobre el futuro del sector, lo cual es tierra fértil para poder involucrar de forma activa al sector privado del turismo, en un proceso de búsqueda y concreción de las acciones que se necesitan para transformar al turismo en un sector pujante y profesional. Dadas las condiciones anteriormente analizadas, proponemos que el Gobierno Departamental juegue un rol de promotor de las alianzas público-privadas necesarias para el desarrollo y despegue del sector.

¹⁰ Convocatorias anuales del programa “Prácticas Asociativas” https://www.ande.org.uy/convocatorias/item/practicas-asociativas.html?category_id=10 y programa “Redes empresariales” https://www.ande.org.uy/convocatorias/item/redes-empresariales-2022.html?category_id=10

9. Referencias citadas:

- Anuario 2019 - Ministerio de Turismo (MINTUR)
Disponible en:
<https://www.gub.uy/ministerio-turismo/politicas-y-gestion/anuarios-estadisticos>
- Clasificación de las Mipymes - Decreto 504/007
Disponible en: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/504-2007>
- El lugar de las mujeres uruguayas en la toma de decisiones - ONU - MIDES, 2016.
Disponible en:
<https://archivo.mides.gub.uy/innovaportal/file/15091/1/el-lugar-de-las-mujeres-uruguayas-en-la-toma-de-decisio...-1.pdf>
- Ley N° 19.253 de fecha 09/09/2014 Regulación de la actividad turística, 2014.Uruguay.
Disponible en : <http://www.impo.com.uy/bases/leyes/19253-2014>
- Mercado laboral formal uruguayo - Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
Disponible en: https://superset.ine.gub.uy/superset/dashboard/mercado_laboral_formal/
- Monitor Mipymes - Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE)
Disponible en: <https://www.ande.org.uy/>
- Observatorio Territorio Uruguay - Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP):
Disponible en: <https://otu.opp.gub.uy>
- Programa Prácticas Asociativas - Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE)
Disponible en:
https://www.ande.org.uy/convocatorias/item/practicas-asociativas.html?category_id=10
- Programa Redes empresariales - Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE)
Disponible en:
https://www.ande.org.uy/convocatorias/item/redes-empresariales-2022.html?category_id=10

El Instituto Departamental de Estadísticas y Estudios para el Desarrollo Territorial agradece a técnicos y funcionarios de la Oficina de Turismo de la Intendencia de San José y el área Estadísticas del Ministerio de Turismo, el apoyo brindado durante el diseño y desarrollo del trabajo de campo del presente estudio.