

Documentos de Trabajo – N° 47



**ESTADO DE SITUACIÓN DEL ECOTURISMO
EN LA RESERVA DE BIOSFERA BAÑADOS DEL ESTE**



Rosa Coria
Consultora

*Programa de Conservación de la Biodiversidad y
Desarrollo Sustentable en los Humedales del Este*

ESTADO DE SITUACIÓN DEL ECOTURISMO
EN LA RESERVA DE BIOSFERA BAÑADOS DEL ESTE

Rocha, julio de 2008

El presente documento es producto de un trabajo de consultoría realizado en el año 2007 para la elaboración de un diagnóstico de situación del Ecoturismo, Agroturismo y Turismo Rural en la región Este de Uruguay.

ISBN: 978-9974-7668-6-0

PROBIDES

Ruta 9 km. 205 – Rocha – Uruguay

Tel.: 047 – 25005 y 28021

probides@probides.org.uy

www.probides.org.uy

TABLA DE CONTENIDOS

1. Agradecimientos – Colaboradores	5
2. Introducción	6
3. Metodología	7
4. Marco conceptual	9
5. Análisis de la información	15
5.1. Descripción de los emprendimientos.....	15
5.2. Público Objetivo.....	19
5.3. Servicios.....	23
5.3.1. Alojamiento	
5.3.2. Alimentación	
5.3.3. Transporte	
5.3.4. Esparcimiento, recreación, artesanías y servicios complementarios	
5.4. Capital Humano.....	29
5.5. Planes Comerciales y Operativos.....	34
5.6. Calidad.....	46
5.7. Conexiones Empresariales y Convenios Interinstitucionales.....	48
5.8. FODA preliminar.....	51
5.9. FODA surgido en el taller con actores regionales.....	54
6. Conclusiones	58
6.1. Algunas recomendaciones.....	62
Bibliografía	66

ANEXOS

- Anexo 1.** Invitación al Taller de Devolución de Resultados de la Consultoría
- Anexo 2.** Asistentes al Taller de Devolución Pública de los Resultados
- Anexo 3.** Formulario Base
- Anexo 4.** Base de Datos: Establecimientos encuestados
- Anexo 5.** Formulario medición Satisfacción del Turista – Surgido del Curso a Informantes
Diciembre de 2006 – Minas
- Anexo 6.** Establecimientos no relevados
- Anexo 7.** Fichas
- Anexo 8.** Presentación de algunas Guías Turísticas

1. AGRADECIMIENTOS - COLABORADORES

Para la realización del siguiente estudio se contó con la participación de un equipo de profesionales y técnicos que colaboraron en la concreción de las tareas de campo, la sistematización de la información y el análisis e interpretación de los resultados; las Direcciones de Turismo y Equipos de informantes turísticos de las Intendencias de Rocha, Maldonado, Treinta y Tres, Cerro Largo y Lavalleja; Dirección y Equipo de trabajo de Probides, así como con la excelente receptividad que mostraron los operadores para recibir y aportar información acerca de los emprendimientos de Turismo Rural, Ecoturismo y Agroturismo de la Región Este del país. Se contó además, con locación de Claeh para la realización de múltiples reuniones de trabajo.

Dicho trabajo no hubiera resultado posible sin los aportes invaluable de todas las personas que incondicionalmente se comprometieron e involucraron con el estudio. Todo ello en el entendido de que trabajar en Turismo exige un tratamiento multidisciplinario y la creación de espacios para la comprensión de la realidad a partir de una premisa: involucrar directamente a los actores locales desde el inicio y hasta el final del proceso.

A los informantes turísticos y funcionarios de las Intendencias de Cerro Largo, Treinta y Tres; Lavalleja, Maldonado y Rocha: Gabriela Olid, Silvia Robaina, Ivonne Moreno, Patricia Bentancourt, Ivonne Castillo, Mónica González, Viviana Miravalle, Rita Serrón, Adriana Baladán, Gleber Pereira, Luis Millar, Cintia Baptista, Claudia Ponce, Serrana Fratti, Mónica Barrio, Veldar Domínguez, Manuela Sarasola, Claudia Ponce, Ana Laura Acosta

A los respectivos Directores de Turismo de las Intendencias: Luján Patrón; Manuela Sarasola; Ademar Rubí, Horacio Díaz y Pedro Quartino

A director y funcionarios de Probides: Gustavo Sención, Gerado Evia y Gabriela Sosa.

Al equipo de apoyo en el diseño, procesamiento y análisis de la información: Ana Amorín, Richard Yaffé, Oscar Iroldi, Valeria Colombo y Adrián Bendelman.

Foto de Tapa: Mónica Lozano – Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay

Rosa Coria
Técnica en Turismo

2. INTRODUCCIÓN

La consultoría **ESTADO de SITUACIÓN del ECOTURISMO en la RESERVA de BIOSFERA BAÑADOS DEL ESTE** incluyó un relevamiento y actualización de la base de datos de los establecimientos de ecoturismo, agroturismo y turismo rural de la Región Este, así como la presentación y análisis de la información existente a partir de la aplicación de una encuesta diseñada en base a un formulario único.

Durante el trabajo se coordinaron y se efectivizaron un total de treinta encuestas en los propios establecimientos ubicados en los departamentos de Cerro Largo, Treinta y Tres, Lavalleja, Maldonado y Rocha.

Se trabajó en estrecha colaboración con Dirección y personal de Probides y de las cinco Intendencias: Directores de Turismo e Informantes Turísticos.

Se contó con una alta receptividad por parte de los empresarios a la hora de conceder la instancia de la encuesta -94% no necesitó que se le presentaran avales- y se obtuvo un manifiesto interés por participar de una media jornada de trabajo en la sede de Probides, programada bajo modalidad de taller, instancia ésta, que se concretó al final del proceso entre: Empresarios, Informantes Turísticos de las Intendencias, Dirección y Personal de Probides, Especialistas y Técnicos que colaboraron durante el estudio, con el objetivos de analizar los resultados del diagnóstico y de identificar propuestas de desarrollo para el sector, en el corto y mediano plazo.

El análisis comprendió una descripción general de los establecimientos, los servicios brindados y principales actividades recreativas ofrecidas, así como un relevamiento acerca del equipamiento existente. Un punto importante del estudio implicó concluir, a partir de información indirecta y subjetiva, las características de la demanda (origen, preferencias, fidelidad, capacidad de gasto, estadía promedio)

La valoración del capital humano fue también objeto de análisis desde distintos ángulos: formación, capacitación, manejo de idiomas, puesta en valor del mismo en los materiales de promoción (folletos y web).

Se indagó acerca de los planes comerciales, los convenios empresariales e interinstitucionales, información ésta que queda comprendida en las Conclusiones que se presentan en página 58 del presente documento.

Finalmente el trabajo recoge sin analizar, los principales documentos que se han producido en los últimos diez años sobre el ecoturismo y el turismo rural en la región y para el país.

Se constató la imposibilidad de detectar la génesis de un clúster pues no existen entre los emprendimientos ningún nivel de coordinación ni de relación en la cadena de valor además de corroborarse que muchos establecimientos están geográficamente distantes unos de otros y con

deficiencias de comunicación. Ello representa un gran desafío para la programación de actividades y proyectos futuros.

3. METODOLOGÍA

ANTECEDENTES

El siguiente estudio se enmarca dentro de los objetivos de Probides de apoyo a iniciativas de carácter productivo que promuevan un uso sustentable de los recursos, preserven la cultura y densifiquen el entramado social a partir de la intensificación de los lazos de cooperación entre los actores locales, regionales y nacionales así como el trabajo en red. El Turismo en sus modalidades de bajo impacto –ecoturismo, turismo rural y agroturismo – han sido tema de interés para Probides, sin por ello desatender la modalidad más difundida en la región, -el turismo de sol y playa- estacional y masivo, para el cual Probides ha diseñado y apoyado múltiples instancias vinculando Educación Ambiental con eje en la Conservación y uso racional de los recursos.

Como antecedente directo de este documento a partir del cual se da continuidad a las actividades comprometidas, se identifica el Taller realizado en la ciudad de Minas entre los días 6 y 7 de diciembre de 2006 para Informantes Turísticos de las cinco Intendencias a los efectos de generar instancias de comunicación – coordinación y mejor conocimiento de la oferta turística regional.

Otros antecedentes importantes dan en su mayoría cuenta, del estado del Ecoturismo en el departamento de Rocha, pero no atienden de manera regional el tema. El proyecto “Fortalecimiento de alternativas de Ecoturismo en la Reserva de Biosfera Bañados del Este” con Cooperación de AECI, hace un avance regional sobre el tema del ecoturismo con énfasis en infraestructura (equipamiento para la práctica del ecoturismo de áreas públicas como privadas), materiales de promoción, capacitación de actores, articulación y coordinación interinstitucional. Ver fichas en Anexo 7.

La asociatividad entre los actores del sector para integrar la oferta y mejorar la comercialización de los productos y servicios a turistas ha sido el resultado más difícil de concretar. En principio, una explicación posible es que los rápidos avances en las Tecnologías de la Información y la Comunicación han facilitado al sector contar con muy adaptadas y beneficiosos medios de comunicación y canales de comercialización siempre individuales. Si bien Probides ha hecho esfuerzos por aglutinar la oferta mediante las ediciones de la – Guía Ecoturística de la Reserva de Biosfera Bañados del Este y a partir de la publicación en la página web¹ de los principales establecimientos de Rocha y demás departamentos. Por un lado, dicha Guía ha sido difícil de reeditar por diversos motivos, no sólo referidos a la demanda, que se estima existe, sino a la escasa cultura de los empresarios por mantener actualizada la información y retroalimentar y ampliar de forma sistemática la base de datos y la falta de iniciativa para participar de su re edición actuando como contraparte. Queda esta guía muy

¹ <http://www.probides.org.uy/ecoturismo/index.htm>

librada a la iniciativa de Provides, cuando se advierte que es una oportunidad para el co financiamiento público – privado.

En estos términos, también el estudio pretende hacer una valoración actualizada de los temas que refieren a la competitividad del sector.

El Formulario de Encuesta aplicado –Anexo 3 – intenta relevar información cualitativa y cuantitativa de la oferta. Es extremadamente parcial el aporte que el presente estudio puede hacer ya que no hay datos sistematizados acerca de la demanda. Por el mismo motivo, la calidad de los servicios se infiere a partir de un cruce de informaciones, pero como aún no se aplican de forma sistemática Formularios – Encuestas de Satisfacción de los Turistas, se hace muy difícil medir la calidad de los servicios.

Dicho formulario fue aplicado en los propios establecimientos a dueños y/o administradores por la responsable técnica y el equipo conformado para dar viabilidad al estudio acompañados por informantes turísticos de cada intendencia, capacitados para tal fin.

La metodología utilizada fue la de **encuesta**. Se elaboró un formulario con un conjunto de preguntas – ítems, dirigidas en principio al total de las unidades de observación identificadas – Establecimientos que califican su oferta en la modalidad de Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo en los departamentos de la Región Este del país – Provides- con el fin de conocer estados de opinión e información básica: ubicación, teléfono, mail.

Las etapas seguidas fueron:

1. Identificación de los establecimientos – contacto – coordinación de la visita. (Rutas: 6, 8, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 18, 39, IB)
2. Recopilación de la información por emprendimiento mediante la aplicación de un único Formulario (Anexo 3)
3. Obtención de información original, presentación en Base de datos Excel para luego ser procesada usando programas estadísticos (SPSS). Se anexa.
4. Presentación – Análisis e interpretación
5. Conclusiones – recomendaciones – análisis FODA

Este tipo de encuesta abarca generalmente el UNIVERSO de los individuos en cuestión, pero por razones de tiempo, ubicación y funcionamiento no se pudieron cubrir todos los establecimientos. Igualmente se estima representativo el conjunto de datos para la región y para la actividad que se obtienen, a partir del Estudio, porque puede servir como base para:

- un diagnóstico del tema y el análisis de la distribución geográfica de los emprendimientos de esas características
- identificar nuevas oportunidades de negocio o mejoras en los existentes

- mejorar los niveles de coordinación entre empresas y con los actores institucionales
- establecer y desarrollar políticas de gobierno local y nacional para proyectar el sector (capacitación, inversión, regulación, fomento)
- actuar como marco muestral y metodológico del que partir, o tomar como referencia, para el diseño de futuras encuestas de similares características y en lo posible, mejorarlo.
- planificar las futuras instancias de capacitación

Una limitación sobre la que es necesario insistir es que el estudio sólo aplica desde la oferta y no se pudo tomar en cuenta la opinión de los turistas (demanda) lo que en próximas instancias deberá de superarse previendo recursos, plazos e insumos suficientes para abarcar las dos caras de una misma realidad: oferta – demanda (mercado)

El estudio también comprende una síntesis –fichas- acerca de los principales proyectos y documentos que tratan o atienden los temas relacionados al Ecoturismo, Turismo Rural y Agroturismo vinculados al país en su conjunto y/o a la región este en particular así como un análisis de los folletos entregados por los empresarios durante la visita a los establecimientos.

4. MARCO CONCEPTUAL

El enfoque desde el que parte el estudio es el de desarrollo sostenible y se basa en el planteado por el informe de la Comisión Brundtland que lo define “como el proceso capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas” (Naciones Unidas 1987); es decir, el concepto involucra nuevas dimensiones que vinculan la competitividad económica, la equidad social, la sustentabilidad medioambiental y la gobernabilidad política.

El desarrollo sostenible entonces, debe concebirse de forma multidimensional reflejando la realidad compleja de un sistema determinado. Con base en esto, se definen cuatro dimensiones del desarrollo sostenible: social, político-institucional, ambiental y económica que reflejan sostenibilidad, equidad, competitividad y gobernabilidad.

El concepto de desarrollo económico local supone que el crecimiento económico es una condición necesaria, pero no suficiente para el desarrollo local y que la equidad —en un sentido amplio, que incluye elementos de clase, género y edad— es la base y fuente principal de la competitividad local. La promoción y la gestión del desarrollo económico local, como una manifestación de una agenda consensuada en el nivel local – regional, se pueden alcanzar más eficientemente a través de la acción colectiva y coordinada de los actores locales, tales como las instituciones públicas (intendencias y juntas locales, además de las agencias estatales –ministerios- activas en las localidades), organizaciones civiles debidamente *empoderadas*, y la comunidad local de empresarios.

Que las localidades se desarrollen y los establecimientos del sector turismo puedan competir con ventaja en los mercados externos a la localidad es posible si los beneficios y costos del desarrollo son distribuidos equitativamente entre la población local. Estos conceptos de competitividad y de equidad se consideran dependientes de cuatro dimensiones que se han

definido como ejes centrales para el análisis y la formulación de las estrategias y políticas: los encadenamientos productivos, que reflejan la capacidad productiva local y su forma de inserción en la economía global; las redes locales por medio de las cuales las empresas locales, las instituciones de gobierno local y la comunidad pueden coordinar decisiones sobre producción y distribuir información sobre oportunidades y amenazas que inciden en la economía local; el sistema explícito e implícito de controles —formales o informales— que regulan las relaciones entre actores locales y extra-locales y determinan cómo y en qué medida los beneficios del desarrollo son internalizados localmente; y los mecanismos locales de cooperación entre individuos, grupos y organizaciones que pueden resultar en una acción colectiva para la definición de la agenda de desarrollo económico local y la movilización de recursos para implementarla.

Entre los objetivos del trabajo se identificó la necesidad de describir y conocer la situación y características de los emprendimientos turísticos que se ubican en la región Este para el desarrollo de actividades de turismo rural, agroturismo y ecoturismo. Para ello, se recabó información cualitativa y cuantitativa de 30 establecimientos turísticos con las características ante mencionadas; información ésta, referida tanto a los propios establecimientos como al entorno.

Se buscó detectar las necesidades de inversión, comercialización, capacitación y recursos humanos para el desarrollo de la actividad dentro del amplio territorio que identifica a Probides. La metodología utilizada se asemeja a la aplicación de una encuesta que trató de cubrir el universo de las unidades de observación definidas - identificadas a priori por departamento. Se relevaron un total de 34 casos sobre un total de 38 identificados y se procesó la información en base a 30 casos.

Si bien las conclusiones quedan acotadas a un área geográfica determinada, es de esperar que el estudio pueda aplicarse en otras regiones donde este tipo de actividad resulta de importancia (ejemplo, región centro sur del país: Canelones, Colonia, Florida, Flores, Durazno y San José); igualmente podría aplicarse para los departamentos ubicados al norte del Río Negro y luego comparar y acumular los datos e información obtenida.

Se coordinaron entre agosto y septiembre visitas a los establecimientos.

Objetivo general del relevamiento:

Realizar un diagnóstico del Ecoturismo, Turismo Rural y Agroturismo en la Región Este y una propuesta para el fortalecimiento de la actividad, analizando la cadena de valor en el sector.

Objetivos específicos:

- Conocer la cantidad total de establecimientos que funcionan bajo la denominación de ecoturismo, agroturismo y turismo rural, en cada uno de los departamentos que integran la Reserva de Biosfera Bañados del Este
- Aplicar el formulario realizado específicamente para recabar datos referidos al Estado del Arte del Turismo alternativo a modo de diagnóstico y por primera vez con alcance regional.
- Hacer partícipes de este Estudio a los informantes turísticos de cada intendencia, así como capacitar a los mismos acerca de cómo aplicar el formulario de relevamiento.
- Establecer y/o profundizar el vínculo entre los propietarios de los establecimientos y Probides, para encarar futuras acciones que redunden en el fortalecimiento del Sector, colaborando con las autoridades locales y nacionales en el diseño de políticas adaptadas a las necesidades y posibilidades reales de desarrollo
- Realizar una invitación a los propietarios de los establecimientos relevados, al Taller de Devolución propuesto dentro del Estudio, a realizarse en fecha y lugar a confirmar.

Por diferentes circunstancias, no fueron relevados un total de 4 establecimientos, distribuidos de la siguiente manera (estar cerrados en baja temporada, ausencia de personal por enfermedad, haber cerrado el emprendimiento de forma transitoria, entre otros). Como la metodología aplicada no fue estrictamente la de censo, los datos obtenidos se consideran de relevancia para el conjunto.

Desde el punto de vista turístico, la región tiene datos estadísticos vinculados al producto de sol y playa (costero y estacional), pero no hay mayor información del resto. El estudio parte de definiciones clave:

Desarrollo sostenible es aquel mediante el cual las generaciones actuales utilizan los capitales disponibles -en función de criterios socialmente aceptables y deseables, ecológicamente viables y no degradantes y económicamente realizables con tecnologías aplicables- dejando a las futuras generaciones unos capitales no menores ni con más carencias que los que las generaciones actuales tienen a su disposición.

Esos capitales son:

El capital natural: los recursos naturales, la biodiversidad, el ecosistema y sus servicios.

El capital humano, social y cultural: conocimientos, capacidades, patrimonio y diversidad cultural, multiculturalidad, cohesión, participación y organización.

Capital económico: financiero, infraestructural tecnológico, hecho por el ser humano.

Un desarrollo es sustentable en el tiempo si los capitales globales per cápita se mantienen constantes o aumentan, y si la intercambiabilidad se hace con criterios lógicos.

Durante el estudio se pretende despejar mediante la obtención de la opinión de cada uno de los entrevistados acerca de si en la región predomina el Ecoturismo, el Turismo Rural o el Agroturismo.

A priori se piensa que lo que se busca es conocer el comportamiento del Turismo en el medio Rural bajo dos modalidades: Ecoturismo y Agroturismo. Sin embargo se trabajará con tres definiciones conceptuales precisas, a saber:

TURISMO RURAL: Aquella actividad turística realizada en espacios rurales, compuesta por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto respetuoso con el entorno natural y humano y que tiene interrelación con la población local. Se caracteriza por la autenticidad por lo tanto no es masivo. Se realiza sin dejar de lado las labores habituales del campo. Tiende a arraigar a la población en su lugar de origen y es una alternativa de trabajo para jóvenes y mujeres del medio rural.

AGROTURISMO: Reúne las actividades realizadas en un establecimiento rural en producción, que ofrece al visitante alojamiento y participación en las actividades cotidianas agrícolas y/o ganaderas y alternativas de alimentación a partir de la elaboración de productos caseros –artesanales.

ECOTURISMO: Aquella modalidad turística, ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve a conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio económicamente benéfico de las poblaciones locales.

Entre otros aspectos se solicita se analice la cadena de valor del sector, la que no debiera de restringirse solamente a las organizaciones – empresas que tradicionalmente integran el sector turístico. En este caso podrá verse la integración con el sector agropecuario. Existe allí posibilidad de asociar al sector con actividades estratégicas que tengan que ver con el uso sustentable y conservación de los recursos culturales y naturales, la producción de energías alternativas, la salud mental y física, la construcción de viviendas adaptadas y con materiales del medio, entre otros sectores, a los efectos de identificar de forma conjunta de modo de brindar bienes y servicios a segmentos de mercado bien identificados. La cadena de valor en el sector – la que cómo decíamos puede ampliarse – es presentada en el esquema que sigue.

CADENA DE VALOR EN EL SECTOR TURÍSTICO



La idea deriva de la premisa que sostiene que la cooperación entre los miembros de la cadena de valores reducirá los riesgos individuales y podrá, potencialmente, mejorar la eficacia del proceso logístico, eliminando así, las pérdidas y los esfuerzos innecesarios.

El segmento de ecoturismo y de turismo rural tiene una exclusiva participación de las PYMES, con muy elevados niveles de atomización y dispersión territorial, afectado por problemas de estacionalidad de la actividad y de rentabilidad de la inversión, de ahí que desde una perspectiva de la oferta, sean imprescindibles la generación de dinámicas de consenso entre los diferentes prestadores de servicios turísticos locales para optimizar los niveles de coordinación de sus actividades; la cooperación y la interacción son fundamentales si se pretende completar el proceso productivo de las mencionadas modalidades de turismo, a partir de la creación del producto, la comercialización efectiva del mismo, la adquisición por los potenciales consumidores, el consumo y disfrute del producto, todo ello en condiciones de competitividad.

Calidad – Innovación y Tecnologías de la Información y Comunicación: Estos temas son centrales a la hora de trabajar de forma competitiva el turismo en cualquiera de sus modalidades. En términos generales, se hace bastante más difícil aplicar protocolos / normas de calidad en Ecoturismo pues no alcanza con lograrlo para un establecimiento sino que hay que hacerlo en torno a un destino, lo que involucra directamente a las comunidades locales que prestan servicios de apoyo o se constituyen en parte importante a la hora de valorar la experiencia integral que vivencia el turista durante el viaje hacia un establecimiento concreto. Es aquí donde surge la necesidad de atender con políticas concretas -normativa, microcrédito, promoción específica, control de calidad, asistencia técnica- que apoyen al ecoturismo en concreto. Habrá que evaluar si el turismo rural, tal cual se entiende en Uruguay, no amerita un tipo de tratamiento por separado del ecoturismo, desde el punto de vista del diseño e implementación de políticas.

Sobre calidad turística se pueden encontrar una gran cantidad de definiciones; desde el estudio sólo introducimos una genérica porque de algún modo para cada instancia de trabajo (por establecimiento, por tipo de servicio o producto ofrecido, por público al que va dirigido) habrá que re crear esa definición básica que define a la calidad como el conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer

necesidades establecidas o implícitas. La calidad del producto, proceso o servicio siempre la valora el cliente o usuario.

En su programa de trabajo, la OMT entiende la calidad del turismo como "el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural". Para terminar agregamos que si bien los esfuerzos individuales aportan, es necesario que los avances en materia de certificaciones, diseño y apropiación de nuevas tecnologías de la comunicación y de la información así como la comercialización y promoción se haga de forma asociativa entre privados y en diálogo y coordinación con los gobiernos locales y los organismos del gobierno nacional que tienen competencias en el tema.

Para la profundización del tema acerca de cómo lograr la Calidad en Turismo se sugiere leer el documento que se cita en la Bibliografía **MANUAL N° 3: PASOS PRÁCTICOS PARA MERCADEAR LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA**. A ello debiera sumarse lo que el Instituto del Turismo Responsable ha aportado en sus presentaciones del año 2006².

² <http://www.unesco.org.uy/mab/turismoresponsable.html>

5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

5.1. Descripción de los establecimientos de la región.

Los detalles de los establecimientos encuestados, se presentan en Base de Datos - Anexo 7.3. **A continuación se grafica por número y porcentaje el total de establecimientos encuestados por departamento.**

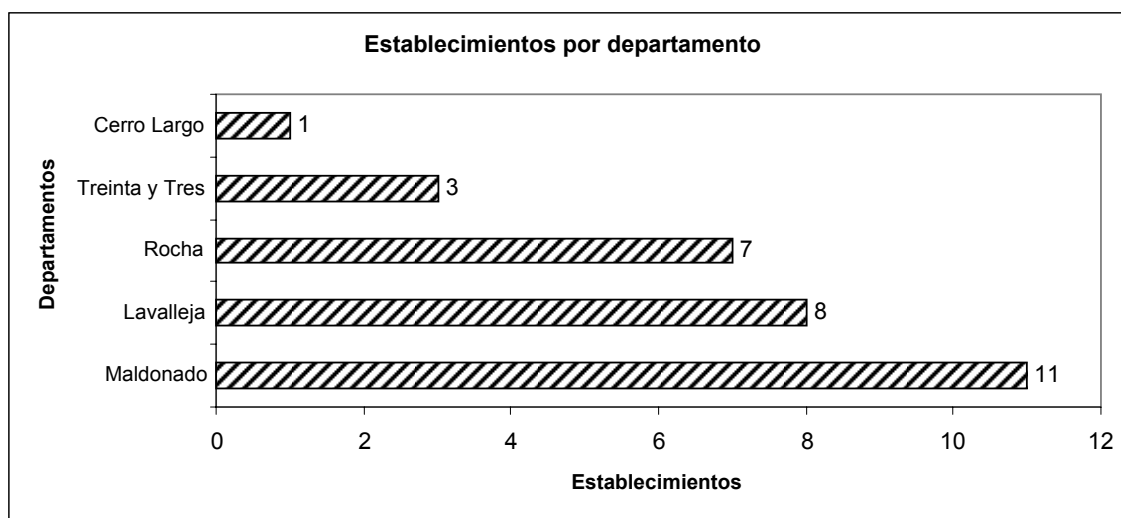


Gráfico 1

Se encuestaron 30 establecimientos: 11 en Maldonado; 8 en Lavalleja; 7 en Rocha; 3 en Treinta y Tres; 1 en Cerro Largo.

A continuación se describen las características de los emprendimientos relevados:

Un 60% de los establecimientos son empresas unipersonales (18 emprendimientos); 2 son SRL (7%), 2 son S.A.; 3 Sociedades de Hecho lo que representa un 10%; 3 no especifican; 1 es una Sociedad Civil, 1 es una Fundación. Ver Gráfico 2.

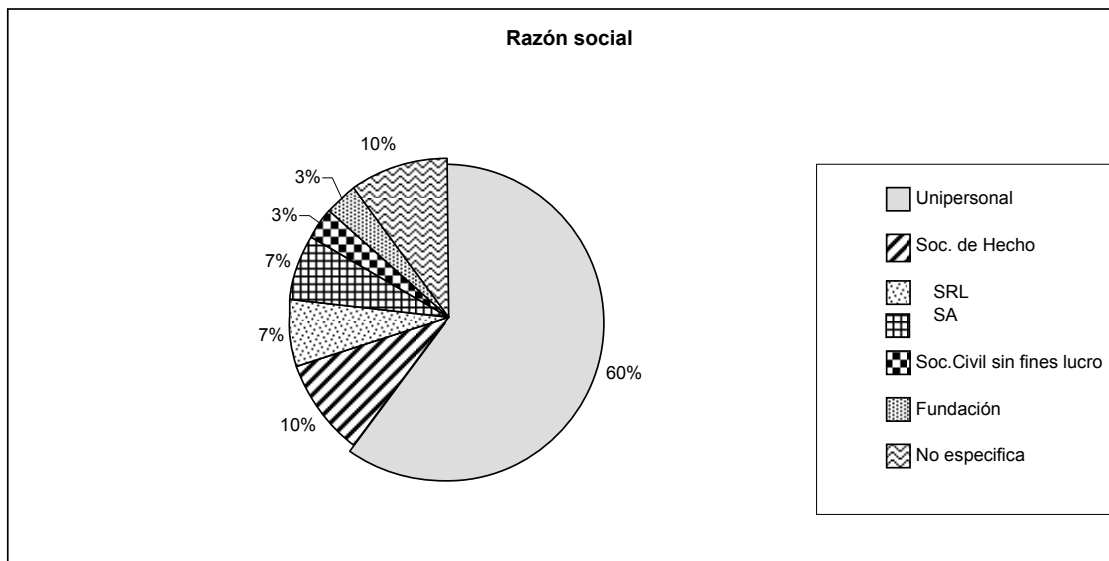


Gráfico 2

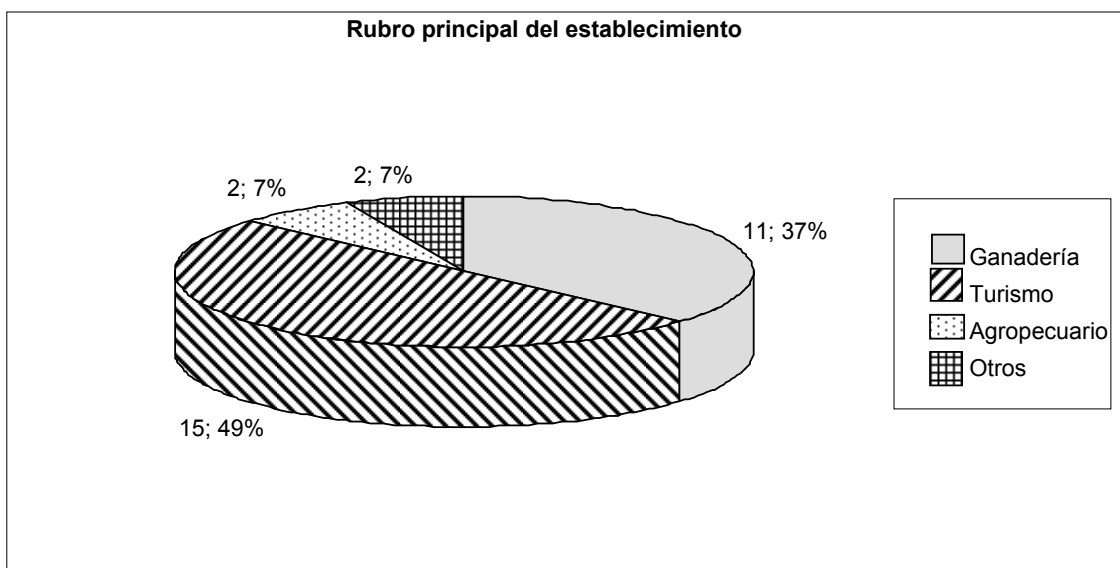


Gráfico 3

El Gráfico 3 surge de la pregunta del formulario que indaga acerca de cuál es el rubro principal en el establecimiento. El 49% (15 establecimientos) expresa que es el turismo. Este dato sería interesante de comparar con estudios anteriores pero no se identificaron. En segundo lugar se ubica la ganadería con 11 establecimientos lo que representa un 37% del total estudiado.

Se considera alto el número de establecimientos (15) que afirman que el rubro principal es el turismo.

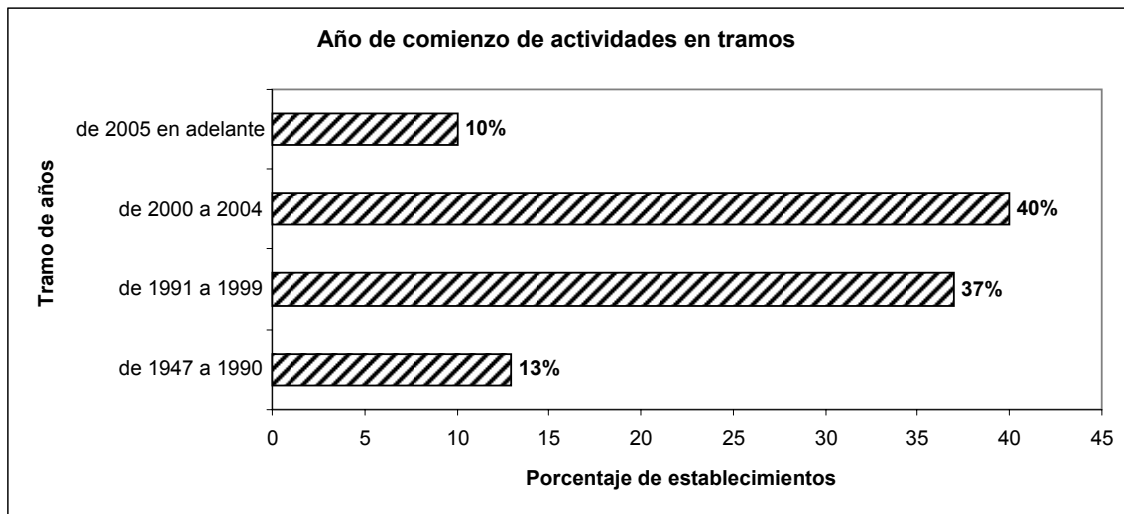


Gráfico 4

Surgimiento y posterior desarrollo de la actividad

De los 30 establecimientos relevados se desprende que los dos pioneros se ubican en Lavalleja y son los más antiguos: Parque de Vacaciones de UTE (1947) y Parque Salus (1970).

Siguiendo el orden cronológico, en el año 1987 surgen dos nuevos establecimientos y se ubican en Maldonado: La Pataia y Las Vertientes.

El **37%** de los establecimientos surgen en la **década de los 90** (4 en Rocha, 4 en Maldonado y 1 por cada uno de los restantes departamentos) y un **50% en lo que va del 2000 a la fecha**.

Otra forma de analizar, también acertada, es haciendo los siguientes cortes: 1 establecimiento en 1947; 1 en 1970; 2 en 1987; 6 establecimientos entre el año 1990 y el 1995; 5 entre el año 1996 y 1999 y **15 establecimientos del 2000 al 2005** y 1 establecimiento del 2005 a la fecha.

Un 50% de los emprendimientos relevados son empresarialmente de instalación reciente ya que de los 30 relevados, 15 surgieron entre el año 2000 y 2006.

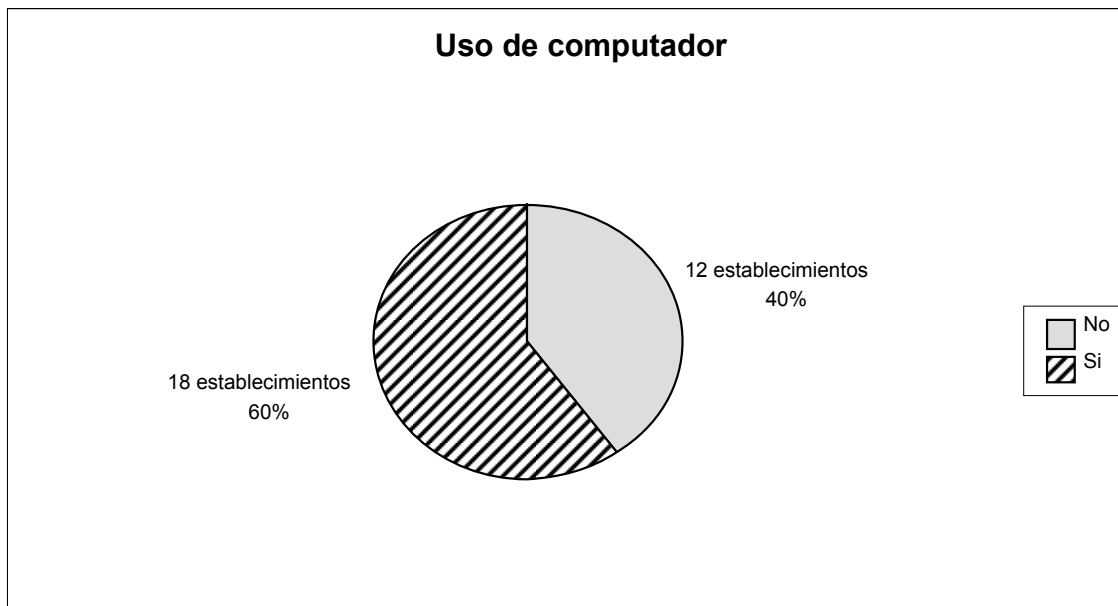


Gráfico 5

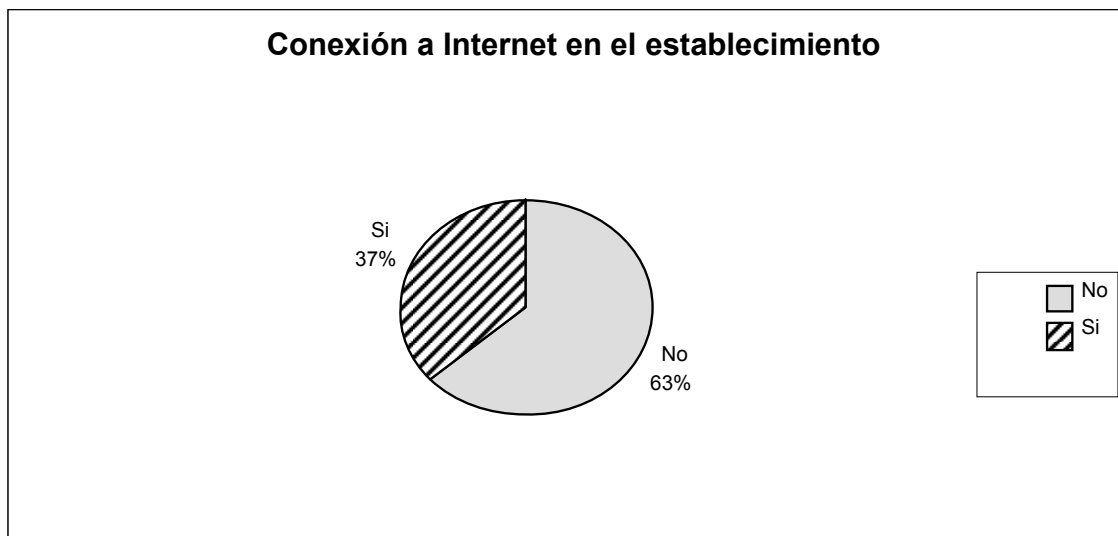


Gráfico 6

Un porcentaje importante de establecimientos declara no contar con conexión a internet (12 establecimientos) lo que se considera alto, dada la actividad a la que se hace referencia, así como las dificultades para comunicarse mediante rurancel. La demanda de Ecoturismo y Turismo Rural utiliza esta herramienta para identificar la oferta no sólo dentro de su país sino la que conlleva viajes de media y larga distancia.

5.2. Público Objetivo

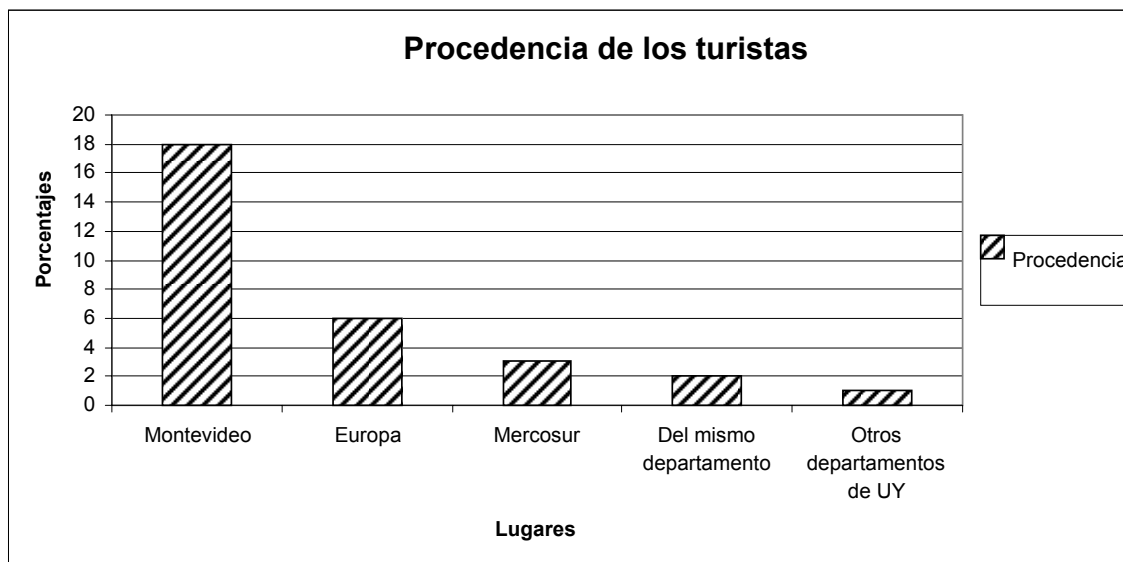


Gráfico 7

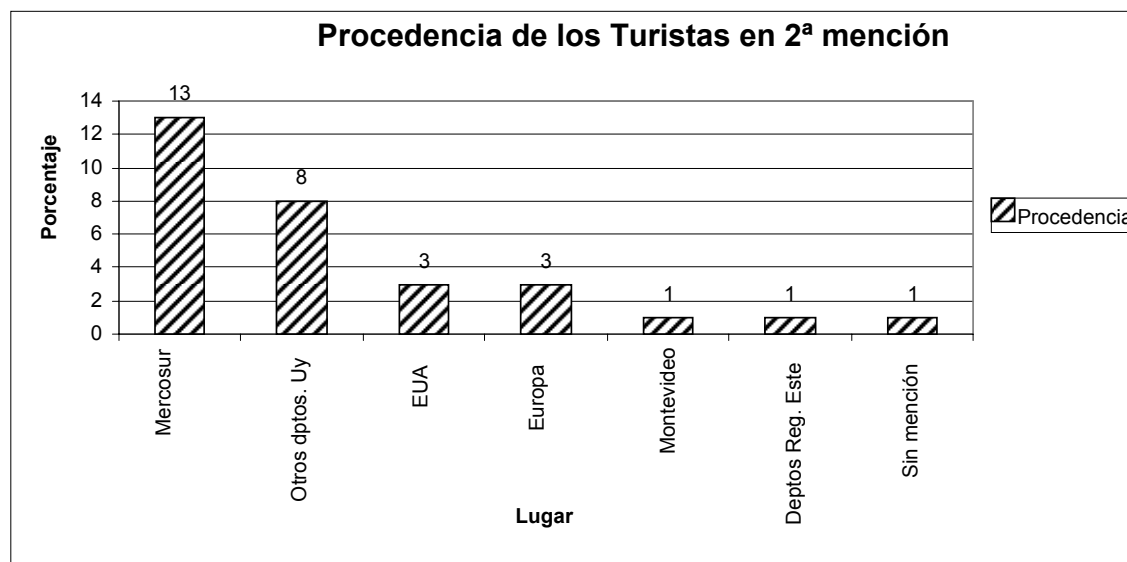


Gráfico 8

El **mayor mercado actual está dentro del país**. Para 18 establecimientos (60%), el mercado principal está en Montevideo. Para 6 establecimientos (el 20%) está en Europa. Para 3

establecimientos (10%) el mercado principal está en MERCOSUR. Para dos emprendimientos el mercado principal está en el propio departamento (Maldonado en un caso y Treinta y Tres en el otro). Para un único establecimiento está en otros departamentos del interior del Uruguay

En segunda mención, el mercado que mejor se posiciona es el MERCOSUR; 13 emprendimientos así lo manifiestan. Aumenta a 8 el número de emprendimientos que ubican el principal mercado en el propio departamento (escolares y liceales), 2 establecimientos ubican en segundo lugar EUA y 3 establecimientos a Europa.

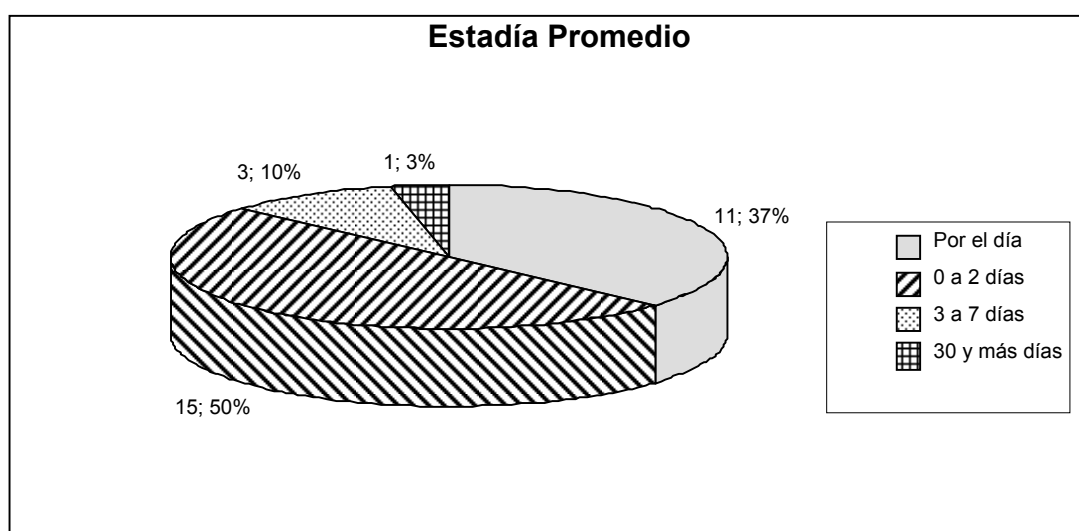


Gráfico 9

La estadía de los visitantes es, en promedio corta: 15 establecimientos, o sea el **50%** manifiestan tener una **estadía de entre 1 y 2 días** donde se reparte entre 1 y 2 pernoctaciones; 3 establecimientos afirman que tienen turistas por entre 3 y 7 días y el restante **40% (12 establecimientos) afirma tener visitantes sólo por el día.**

Ello se corresponde con la información respecto a si brinda o no alojamiento (Gráfico 14). El estudio muestra que un 33% o sea, **10 establecimientos, no brindan hospedaje.** Los restantes 20 establecimientos, sí brindan (67%).

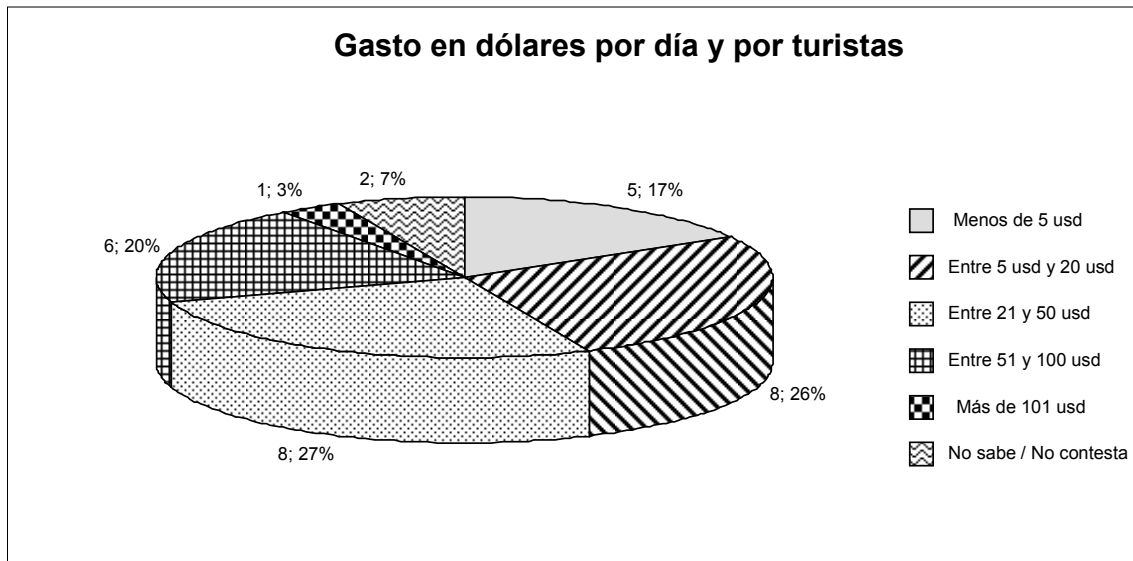


Gráfico 10

La dispersión respecto del gasto del turista por día es muy grande y responde a la diversidad de la oferta: con y sin alojamiento, con o sin alimentación, tipo de actividad ofrecida, todo incluido.

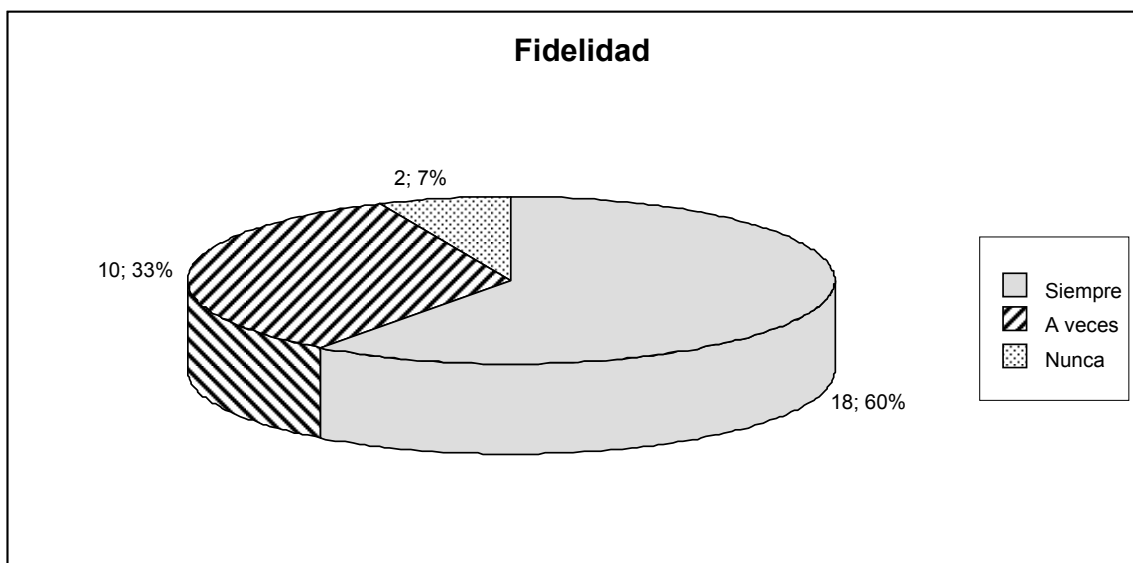


Gráfico 11

Según la percepción de los empresarios, un alto porcentaje de turistas vuelve, pero también reconocen que muchas veces ha pasado más de un año entre una visita y la siguiente.

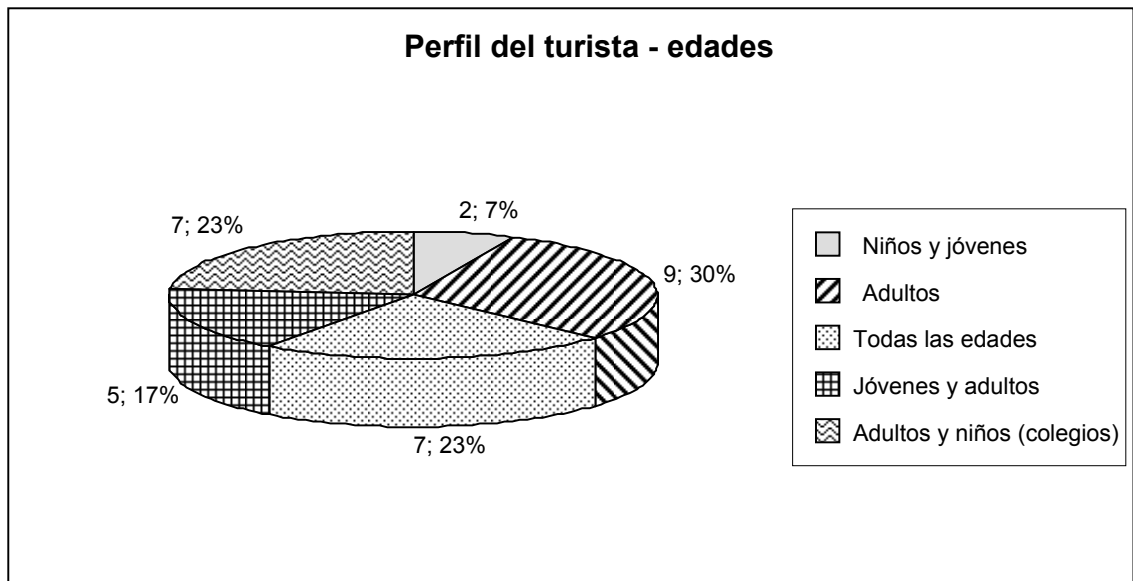


Gráfico 12

Del relevamiento surge que no está segmentado el mercado en cuanto a edades. Puede afirmarse que dos establecimientos se especializan en atender niños y jóvenes; siete establecimientos en recibir niños acompañados de algunos adultos (grupos escolares) y el resto: familias, por lo que allí quedan comprendidos los 21 establecimientos restantes.

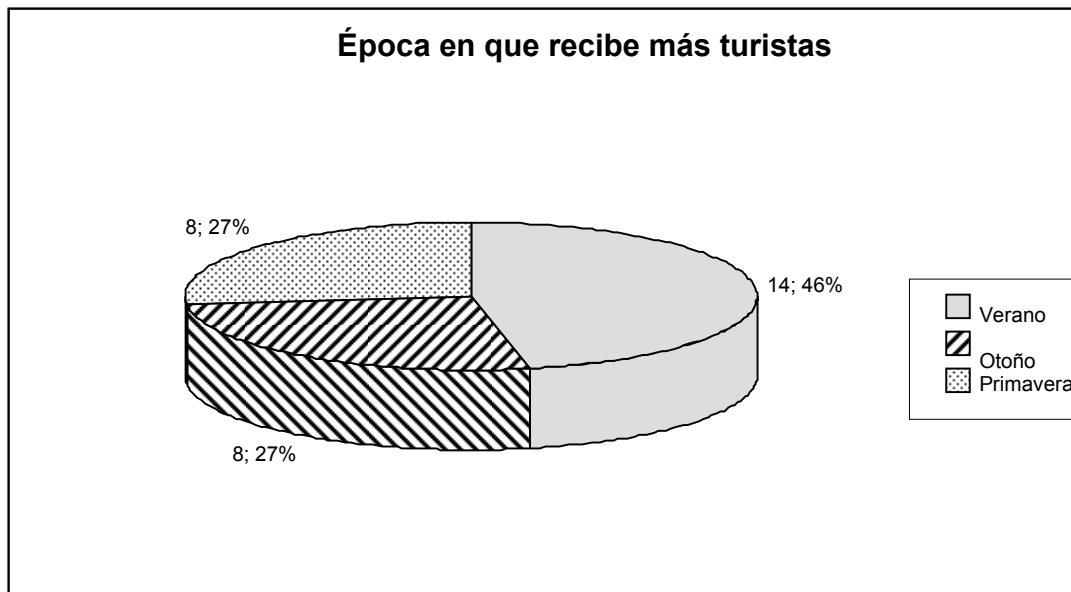


Gráfico 13

Se evaluó como “inconveniente” haber intentado relevar la época en la que el establecimiento recibe más turistas a partir de trimestres pre establecidos, por lo que se presentó la necesidad de reagrupar la información relevada, remitiéndola a estaciones del año. Se concluye que también

existe para la oferta de turismo alternativo una marcada estacionalidad (verano); siendo otoño y primavera los dos momentos del año que le siguen al verano con un porcentaje igual: 8 establecimientos afirman que el mayor número de visitantes / turistas se verifica en otoño y otros 8 establecimientos afirman que el alta la tienen en primavera. Observando el conjunto, se puede afirmar que el invierno es la época de baja rotunda en la actividad y que habría potencial para trabajar de forma activa la presencia de turistas en las estaciones intermedias.

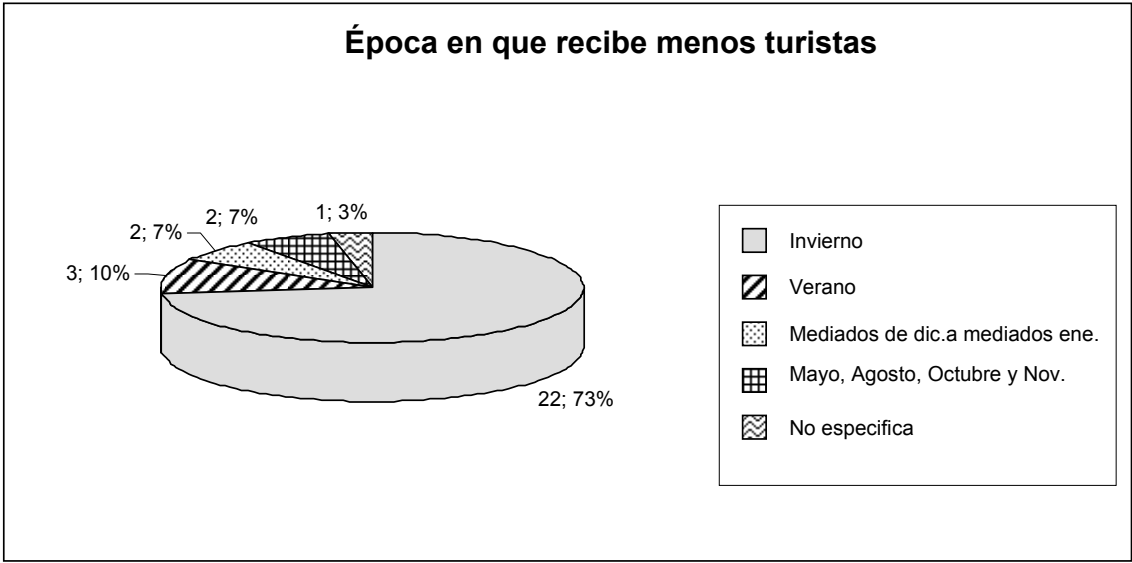


Gráfico 14

5.3. Servicios

5.3.1. Alojamiento

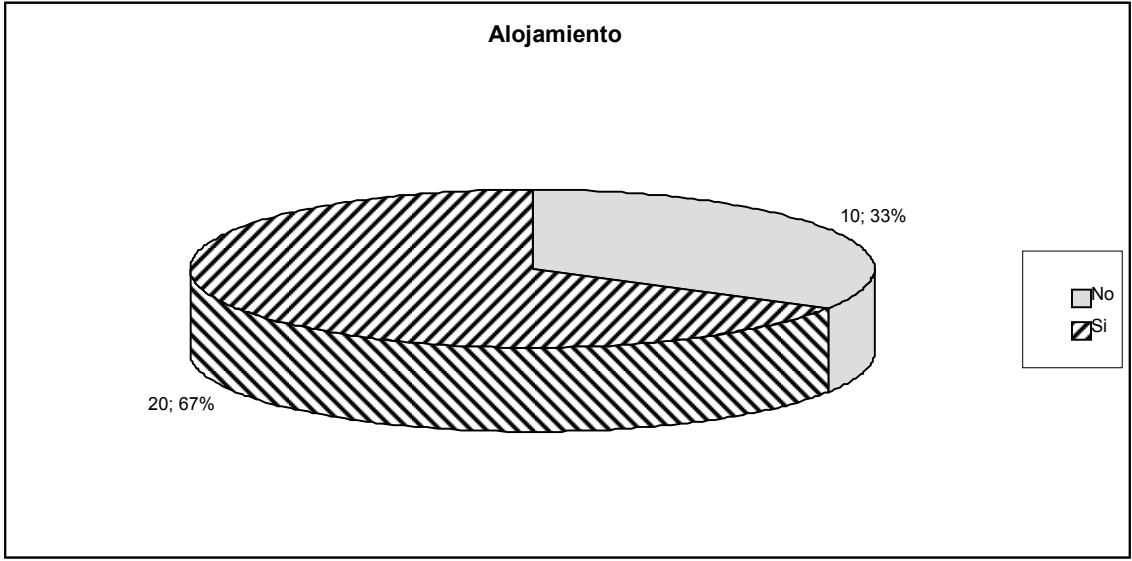


Gráfico 15

10 establecimientos no brindan alojamiento, lo que representa el 33% sobre el total de establecimientos relevados. El 67% o sea, 20 establecimientos brindan alojamiento. Los establecimientos que no brindan alojamiento son los que apuntan a las visitas por el día, trabajan con escolares, son casas de té y restaurante asociadas a Maldonado y Lavalleja o brindan un servicio de recreación exclusivo (vuelos, cabalgatas).

El total de habitaciones disponibles en los establecimientos entrevistados es de 267.



Gráfico 16

De los 30 establecimientos, 14 establecimientos poseen habitaciones privadas, o sea el 46%; el 37%, no. Lo que se extrae acerca de lo que se indica como “no especifica” es que: o bien son cabañas y por lo tanto tienen servicio privado de baños y eso sucede en 4 de los 5 establecimientos o bien son muchas plazas y pocas habitaciones por lo que muy probablemente tengan servicios compartidos.

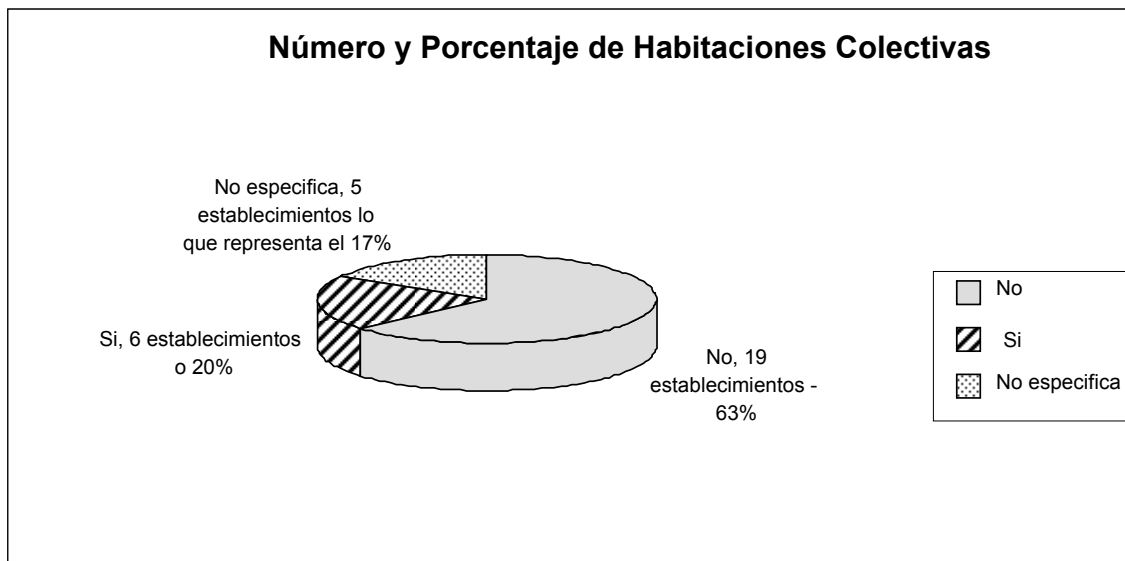


Gráfico 17

El total disponible de plazas en los establecimientos entrevistados es de 1426.

En este punto, resulta importante aclarar que casi la mitad de estas plazas corresponde a un solo establecimiento (Parque de Vacaciones de UTE-ANTEL). El resto de los establecimientos que brindan alojamiento en general poseen poca cantidad de plazas disponibles cada uno, lo que se compadece con el tipo de oferta que estamos analizando.

5.3.2. Alimentación

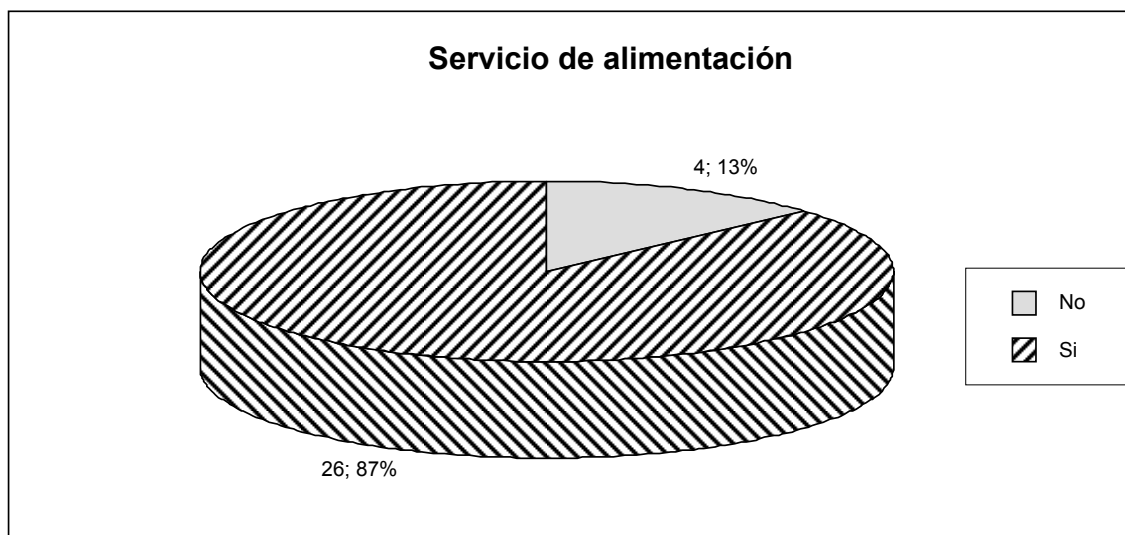


Gráfico 18

Del total de 30 establecimientos, 26 de ellos ofrecen alimentación. Como se detalla en el Gráfico 19, la variedad de posibilidades a contratar es grande. Los tipos de alimentación “al paso”, “sólo merienda” y “almuerzo y merienda” prestados por 4 establecimientos, refieren a aquellos establecimientos que sólo reciben visitantes por el día. Predomina la oferta de alimentación incluída en el precio total, 14 establecimientos así lo mencionan lo que representa el 47% del total.

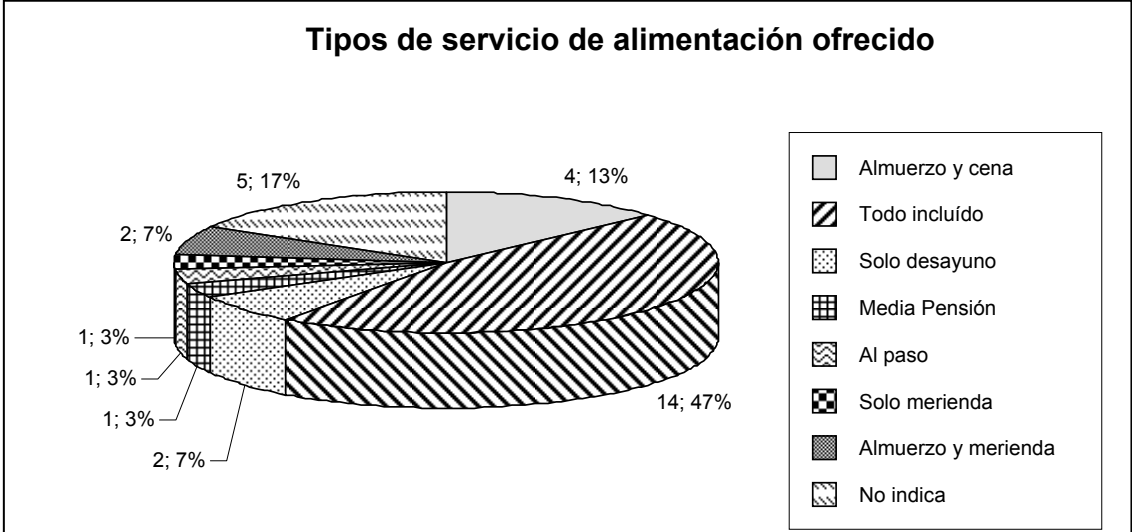


Gráfico 19

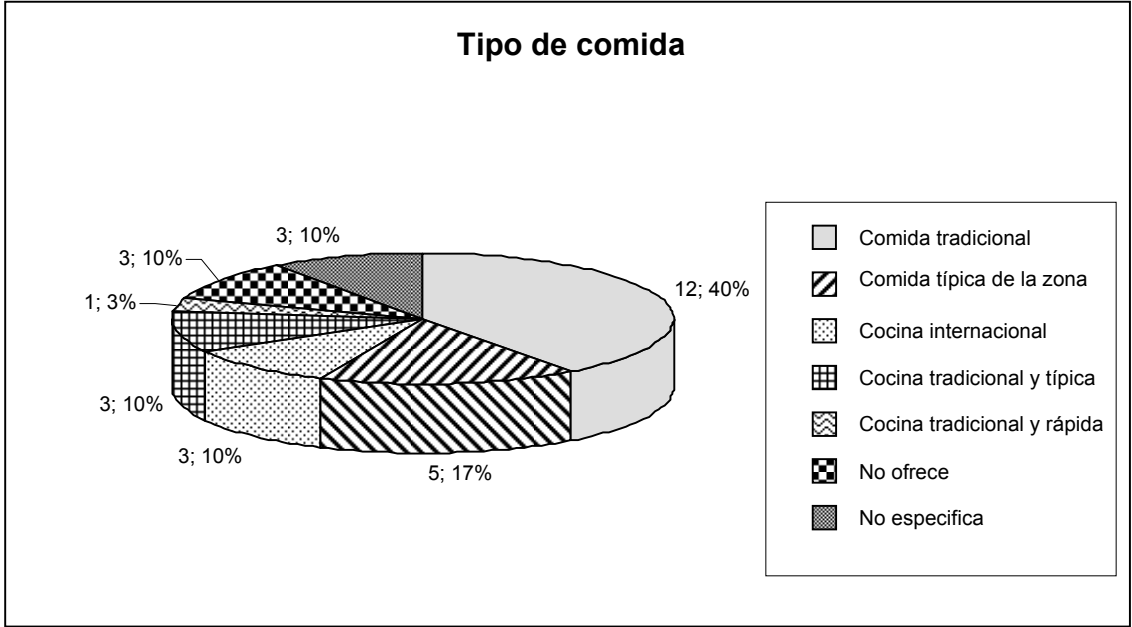


Gráfico 20

Dentro del tipo de comida ofrecida, 12 establecimientos mencionan la tradicional donde el asado / parrilla domina. 5 establecimientos hablan de comida típica de la zona, cordero, butiá. 3 establecimientos ofrecen platos de cocina internacional. Si se agrupa el número de

establecimientos que ofrecen comida tradicional con los que ofrecen comida típica de la zona y los que ofrecen la mezcla de ambas (tradicional y típica de la zona) se obtiene que 20 establecimientos colocan su oferta allí, por lo que podría afirmarse que la alimentación está bastante caracterizada.

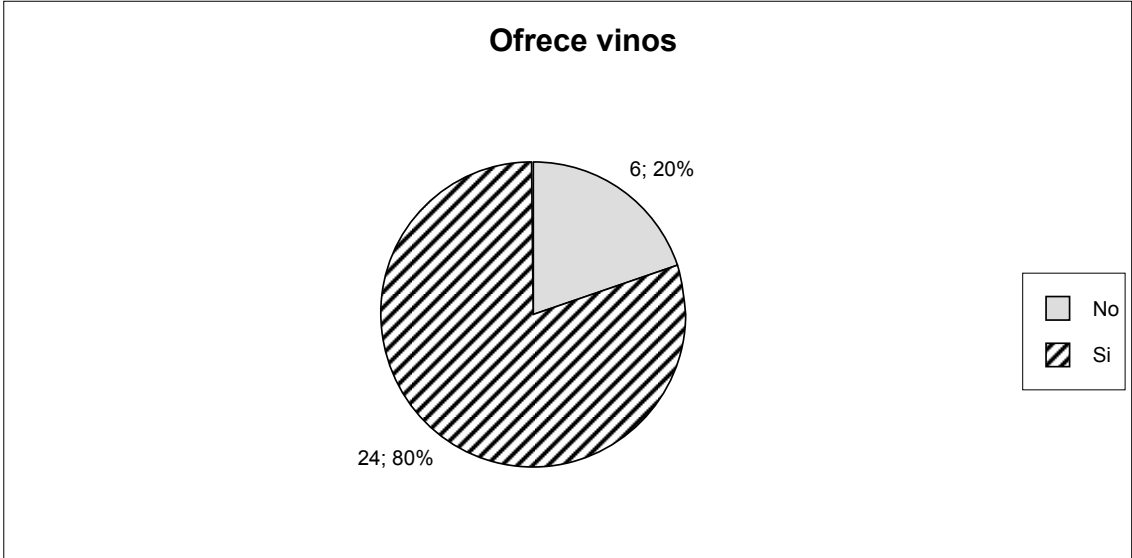


Gráfico 21

El vino está presente acompañando la alimentación como bebida ofrecida. La procedencia del mismo es nacional en un 67% (20 establecimientos).

5.3.3. Transporte

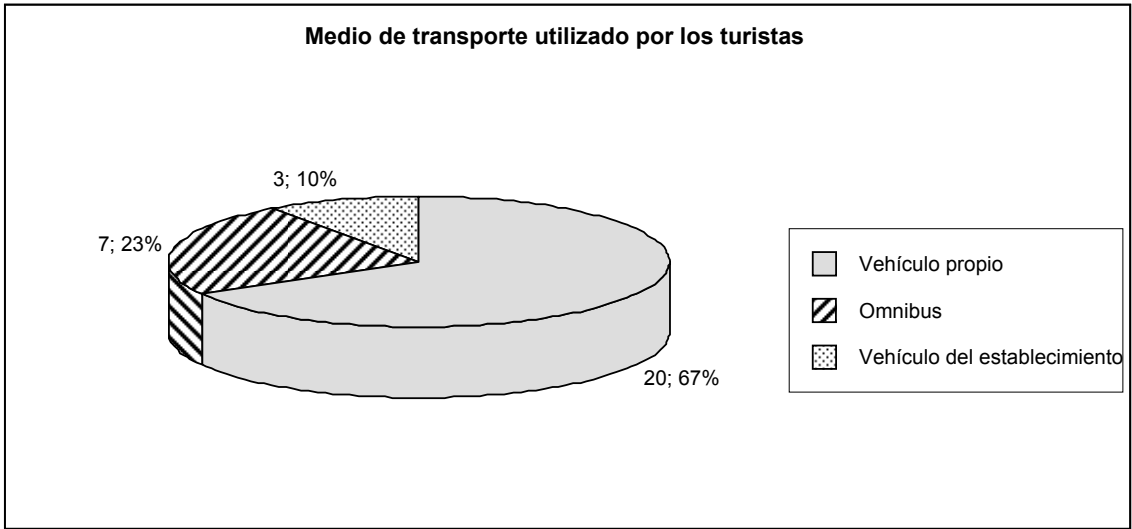


Gráfico 22

Del análisis y procesamiento de los datos surge que el turista llega al establecimiento en vehículo propio en un 67% y sólo un 23% en ómnibus.

5.3.4. Esparcimiento, recreación, artesanías y servicios complementarios

Todos los establecimientos ofrecen actividades recreativas. Lo que resalta en el Gráfico 23 es el número de establecimientos (3) que estructuran su oferta en un atractivo/actividad principal y casi exclusiva (meditación - caminata y cultivo de arándanos – vuelos panorámicos). El resto de los establecimientos ha optado por la oferta multivariada de actividades. Ver Gráfico 34 en página 31 para ampliar este aspecto.

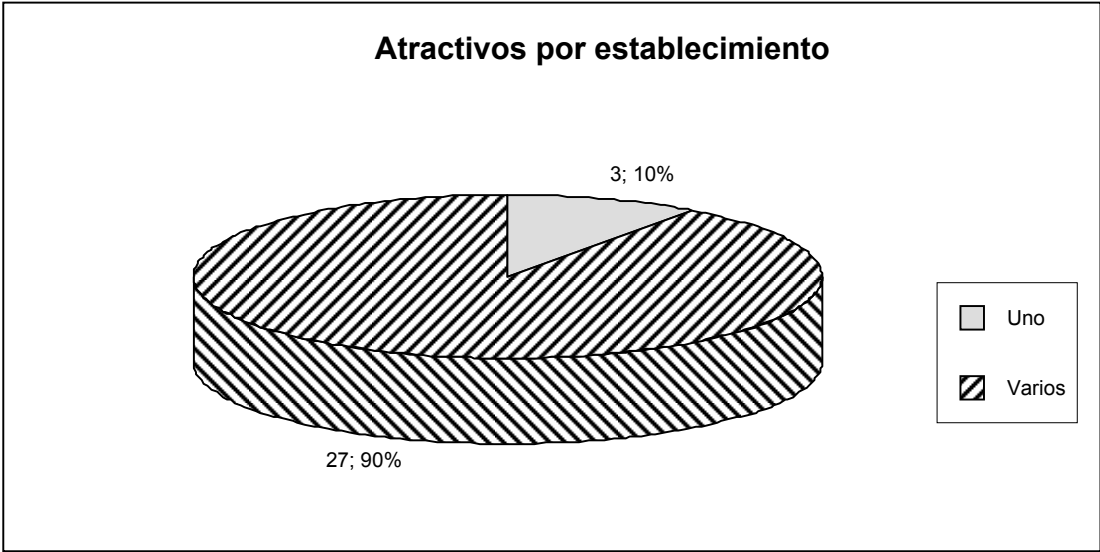


Gráfico 23

5.4. Capital Humano

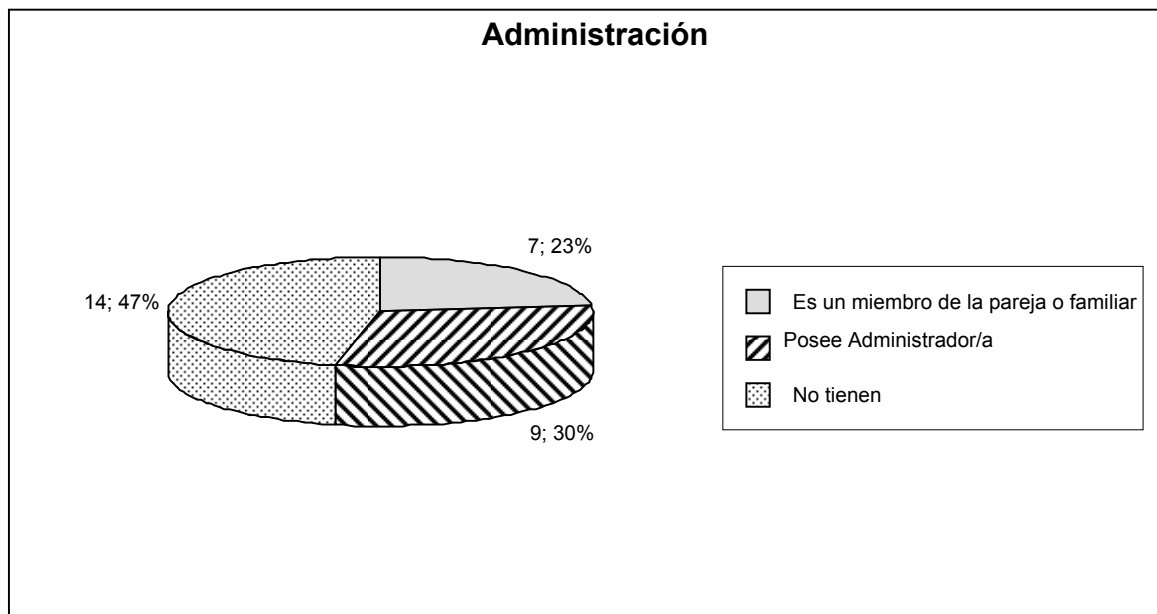


Gráfico 24

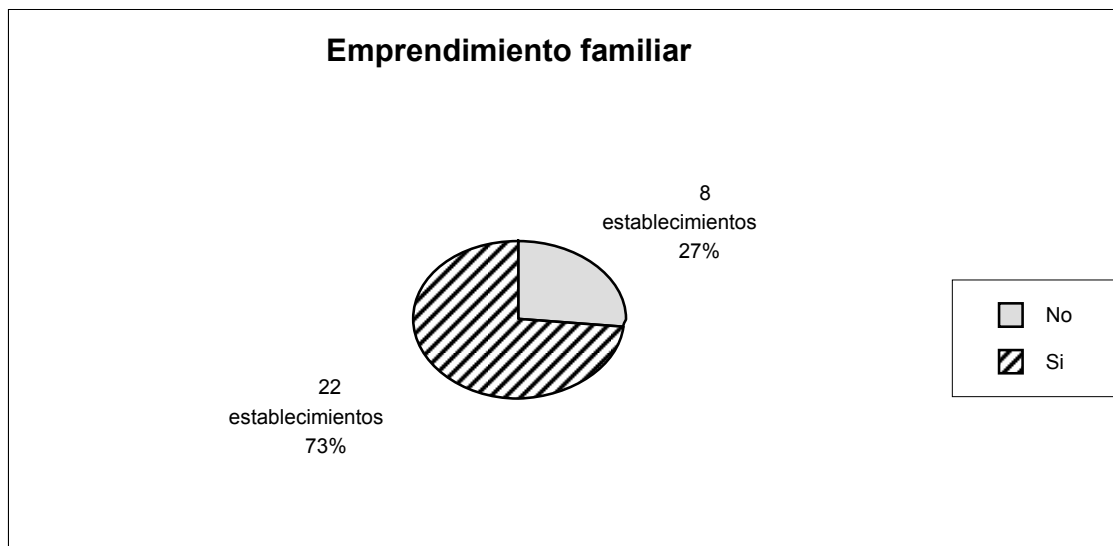


Gráfico 25

Un 73% de las empresas relevadas son emprendimientos familiares por lo que este dato nos está adelantando el tipo de negocio allí presente, o sea, como fuente de empleo para algunos miembros de la familia.

Desde el punto de vista del empleo son todas, micro y pequeñas empresas, a excepción del Parque de Vacaciones que genera un total de 300 empleos (150 mujeres y 150 hombres). Hay que tener presente que 150 empleos de los 300 generados, son empleos públicos (funcionarios de UTE)

Los establecimientos de Turismo Rural – Ecoturismo y Agroturismo generan en la región y para el estudio un total de **463 empleos directos**. Sacando los 300 empleos que genera el Parque de Vacaciones de UTE (un 65%), **el restante 35% correspondiente a 163 empleados, es generado por los 29 micro emprendimientos restantes.**

Si se computan los empleos que produce el Parque de Vacaciones, el promedio de empleados trepa de 6 a 8 empleados por establecimiento. Se considera más realista tomar el **promedio de 6 empleados** por emprendimiento que es el que surge si no se considera al Parque de Vacaciones. De hecho es el valor que más se repite en la frecuencia que se detalla debajo.

Resumen empelados por empresa: 1 empresa con 300 empleados, 1 empresa con 20 empleados, 1 empresa con 15 empleados, 1 empresa con 13 empleados, 1 empresa con 9 empelados, 1 empresa con 7 empleados, 2 empresas con 2 empleados, 6 empresas con 3 empleados, 6 empresas con 4 empleados, 2 empresas con 5 empleados, **8 empresas con 6 empleados.**

En cuanto a **distribución por género:** el 49% son mujeres y el 51% hombres. En 7 emprendimientos el número de mujeres es superior al de los hombres empleados. En 12 emprendimientos es igualitario el número de empleos entre hombres y mujeres. En los restantes 11 emprendimientos los hombres empleados superan a las mujeres.

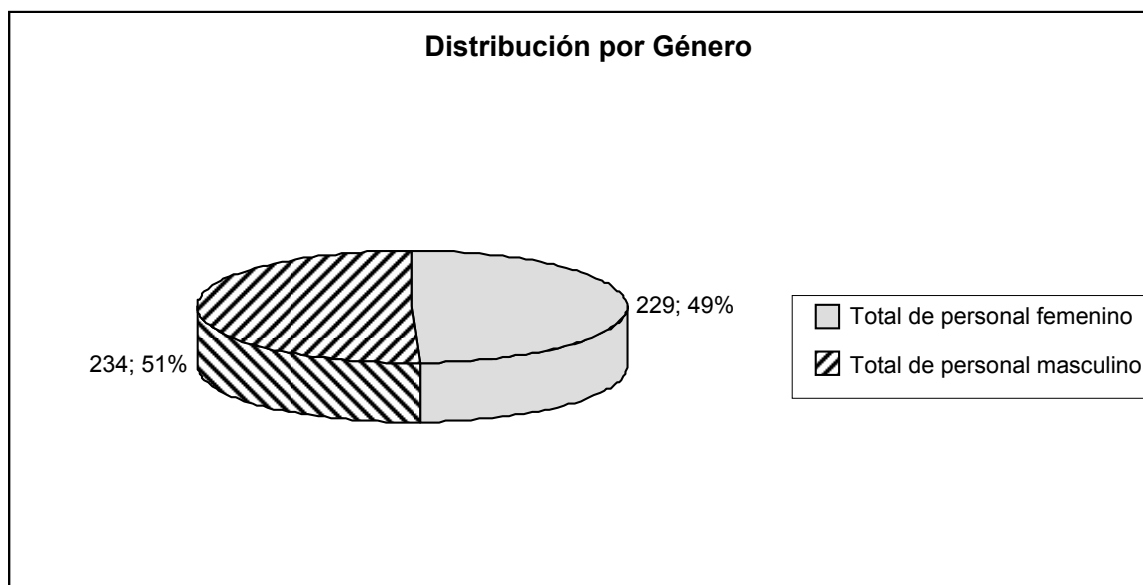


Gráfico 26

Edad del personal

24 establecimientos establecen un promedio de edad que se ubica entre los 20 y 50 años.

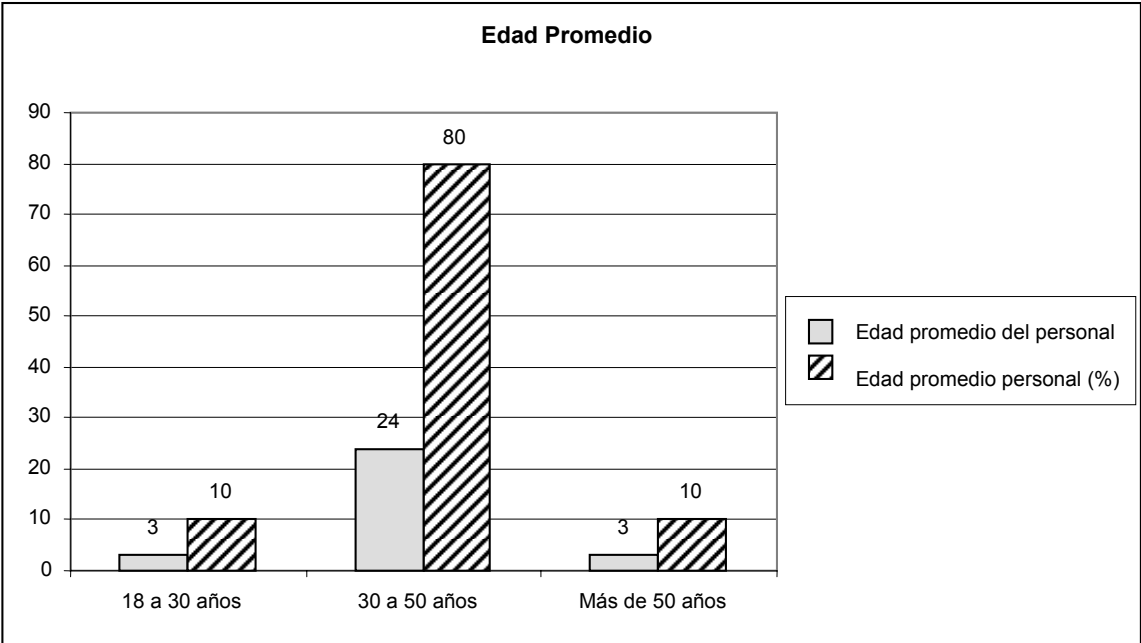


Gráfico 27

Claramente se evidencia la contratación de empleados en la zona. Este dato también da cuenta de los emprendimientos familiares trabajados por los propios dueños.

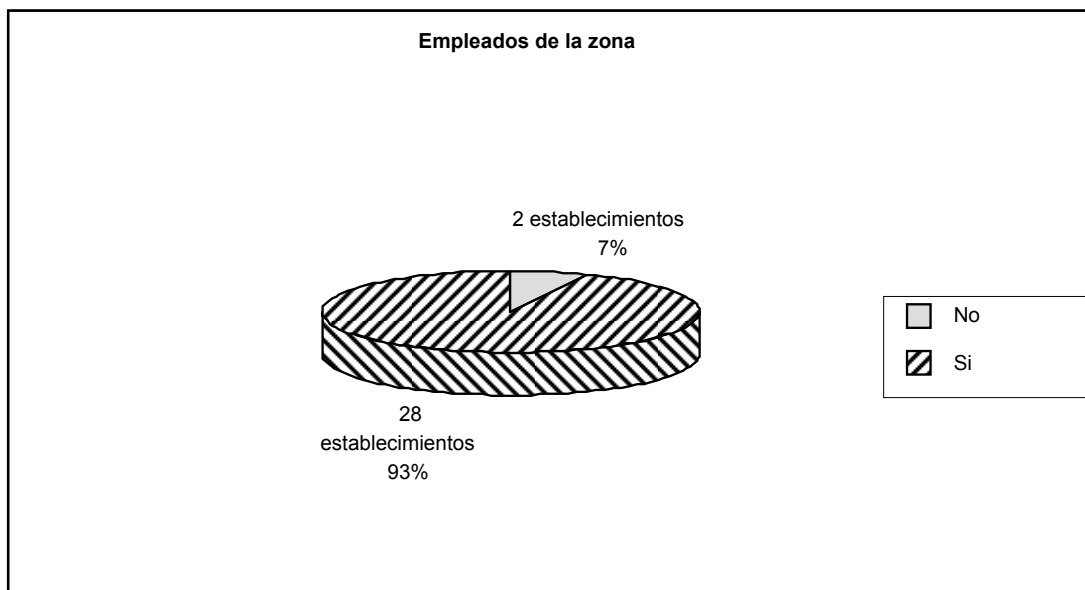


Gráfico 28

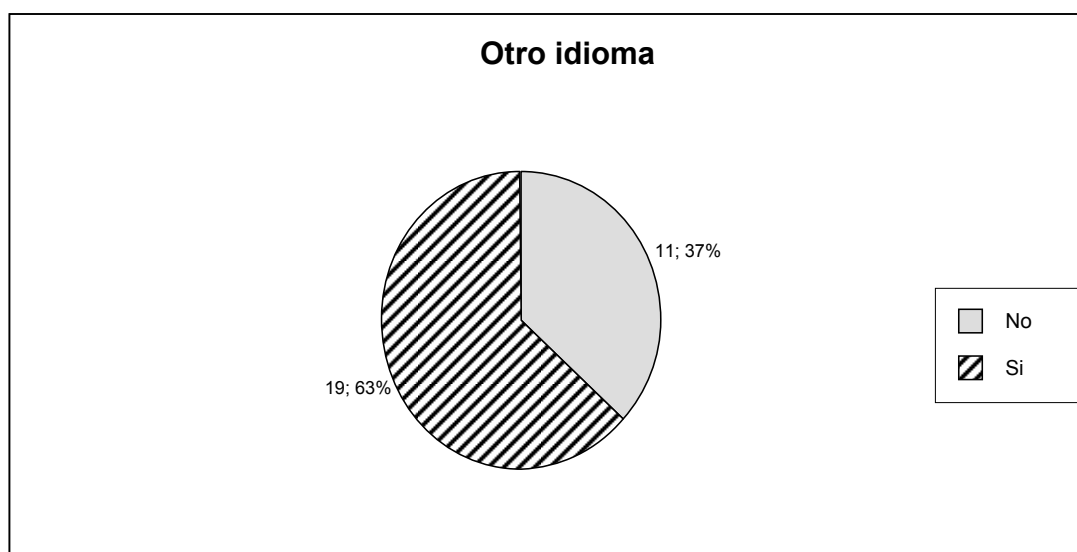


Gráfico 29

Si bien es importante el número de establecimientos (11) donde no se habla otro idioma, se encontró que en un 53% de los mismos se habla inglés al menos, como segundo idioma, y otros, a saber: francés, italiano y alemán.

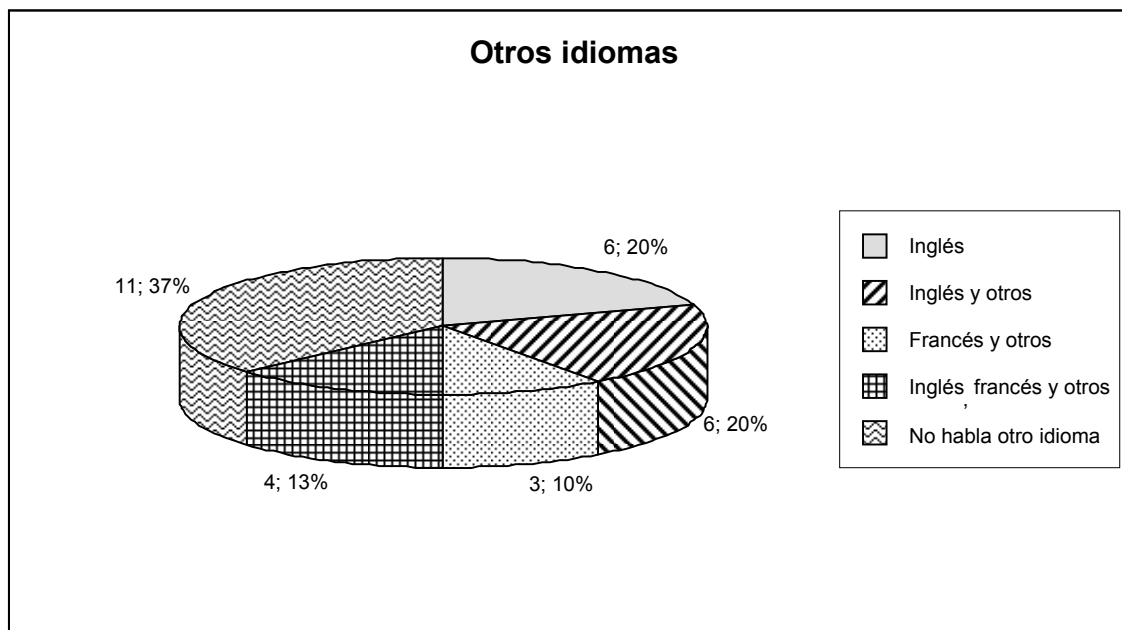


Gráfico 30

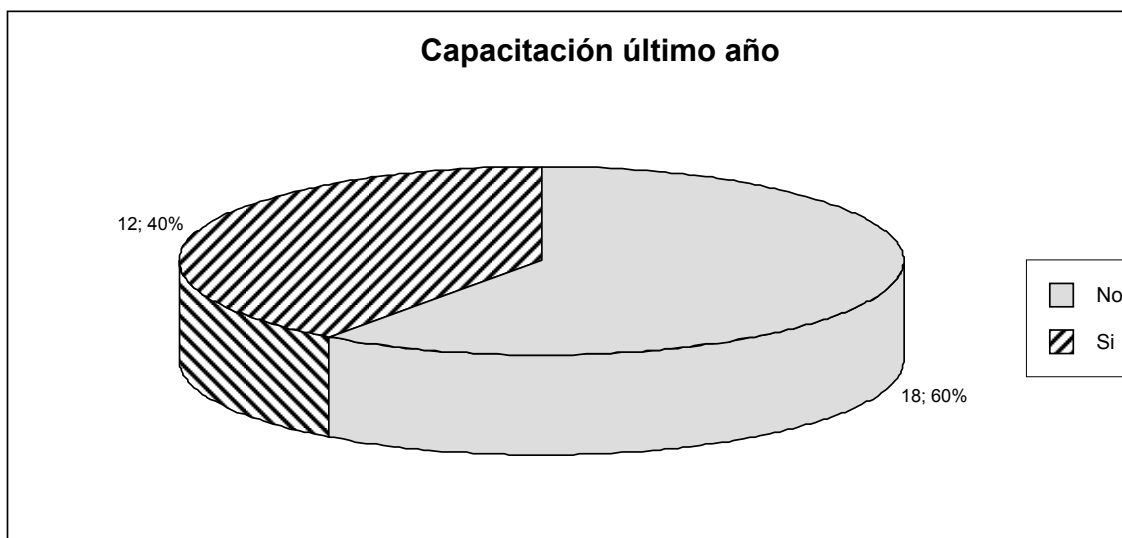


Gráfico 31

Calificación del personal empleado: tiene una calificación media para las exigencias actuales de la actividad, habiéndose encontrado una leve tendencia a demandar más trabajadores aunque aún muy asociada a la temporada alta (verano).

Del Gráfico 28 al 31, tenemos una aproximación a las características del capital humano vinculado al Ecoturismo y Turismo Rural en la región. Personas adultas en edad intermedia (entre 30 y 50 años), con arraigo al medio, con manejo de idiomas en un porcentaje importante.

Se confirma una distribución bastante equitativa en cuanto a género. Si bien se esperaba encontrar una mayor presencia de mujeres en la actividad, se comprobó que hay un muy leve predominio de hombres. (Ver Gráfico 26)

En cuanto a la capacitación recibida en el último año se detecta una baja inversión. El 60% de los establecimientos no recibieron ninguna capacitación (ni dueños ni empleados) en el último año. Analizando los temas en los que se han capacitado aquellos que sí han asistido a alguna instancia, sobresale la diversidad de temas y no todos vinculados directamente al turismo: ceremonial y protocolo, cocina, manejo de ganado, conservación y manejo de residuo, comercialización de productos turísticos, turismo rural.

5.5. Planes Comerciales y Operativos

Tipo de oferta. El estudio verificó algunas hipótesis de trabajo previas: se identificaron las tres modalidades de turismo aunque se constata el predominio del Ecoturismo en primer lugar y del Turismo Rural en segundo lugar. La oferta de Agroturismo “puro” es la de menor presencia. Podría afirmarse que la tendencia es hacia la afirmación de la oferta de Ecoturismo y el mantenimiento de la de Turismo Rural en la región, a la vez que el Agroturismo –dado el tamaño de los predios y el modo de producción extensiva que desarrollan- vaya disminuyendo.

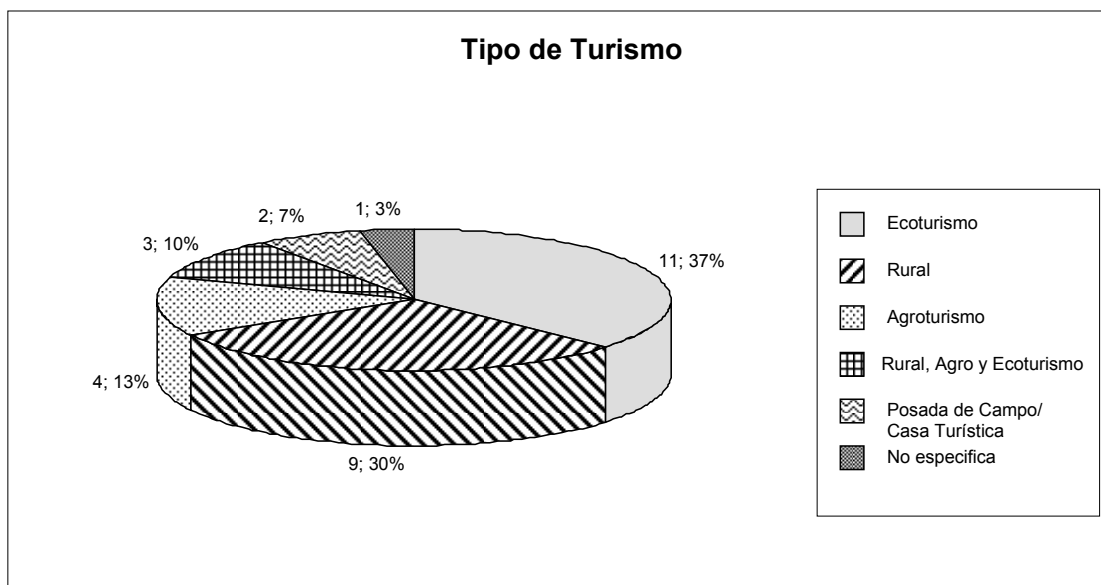


Gráfico 32

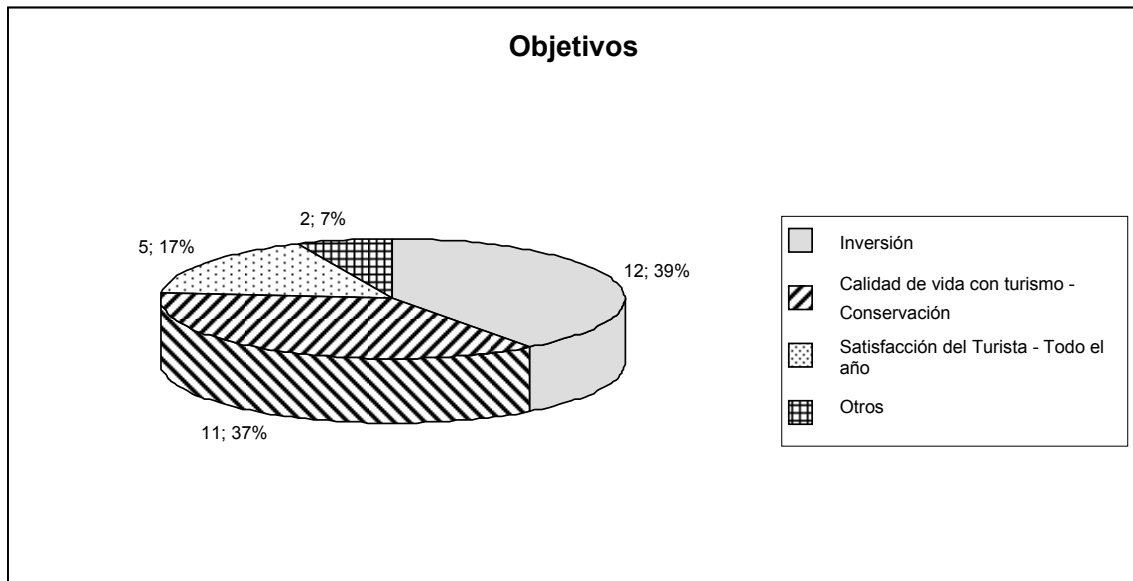


Gráfico 33

Entre los **objetivos** que dicen tener los establecimientos se destaca la necesidad de realizar algún tipo de inversión para mejora las instalaciones (12 casos). En segundo lugar aparece mantener la calidad de vida y colaborar, a través de los ingresos obtenidos gracias al turismo, con la conservación y el cuidado del entorno en el que se encuentran. Con 5 menciones se encuentra el objetivo de lograr la satisfacción del turista durante todo el año.

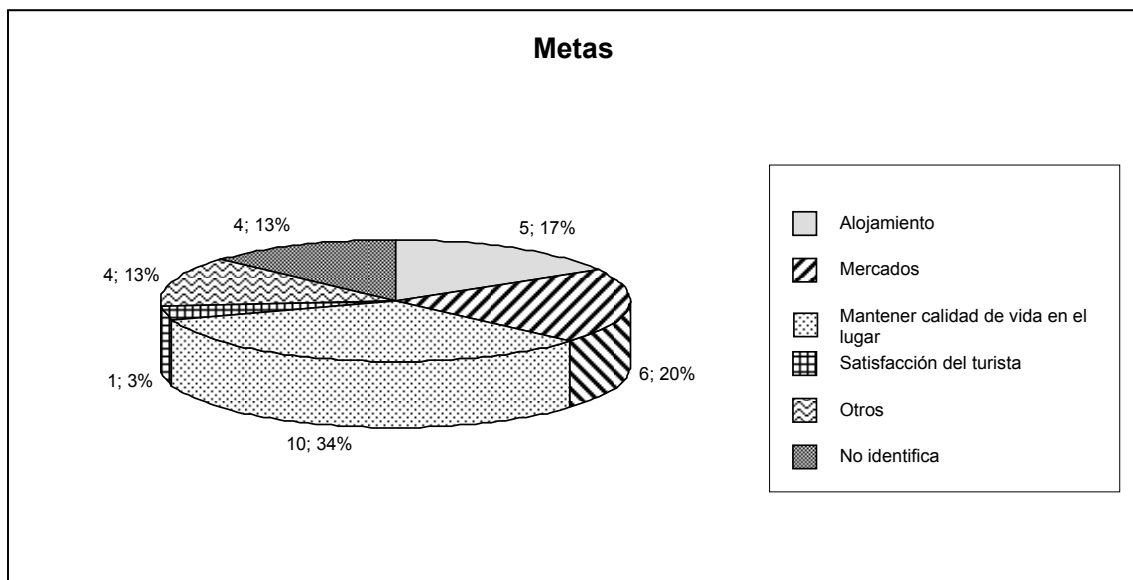


Gráfico 34

La meta principal en un 34% de los encuestados refiere a la posibilidad de mantener su calidad de vida en el lugar. En segundo término aparece mejorar y/o construir instalaciones para el alojamiento de los turistas. Le sigue el acceso a nuevos mercados (5 menciones).

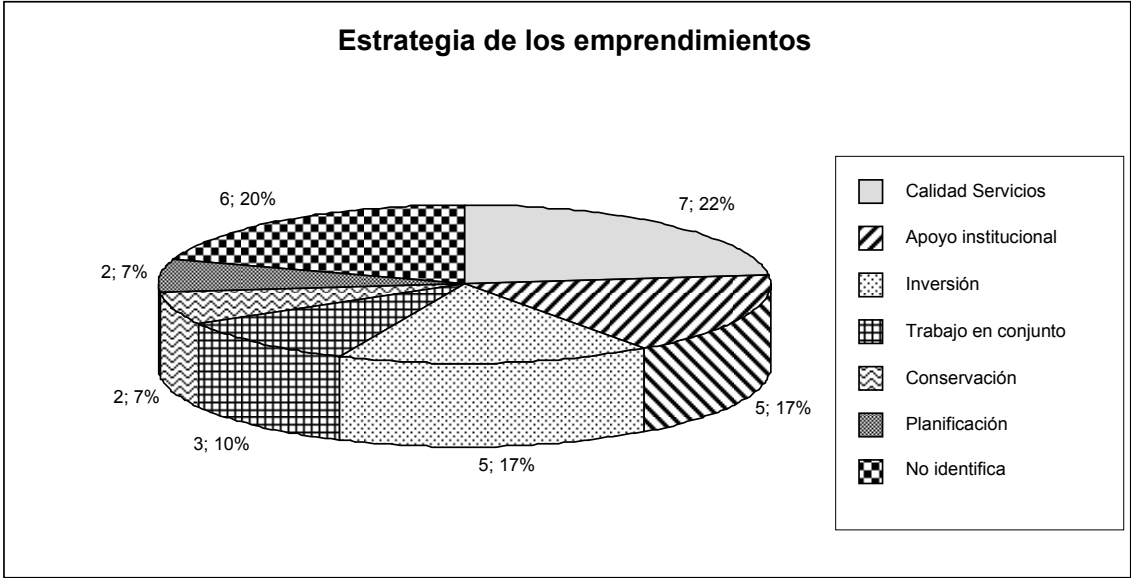


Gráfico 35

Entre las **estrategias** que mencionan los encuestados para llevar adelante sus objetivos y las metas que se han propuesto para el establecimiento, figuran: mejorar la calidad del servicio ofrecido (en 7 de los 30 establecimientos), conseguir inversiones y/o apoyos institucionales para lograr la mejora del servicio (6 y 5 casos respectivamente), trabajar en conjunto con otros establecimientos de la región (3 casos) y, con apenas dos casos cada uno, figuran la necesidad de llevar a cabo una planificación y luchar por la conservación del entorno.

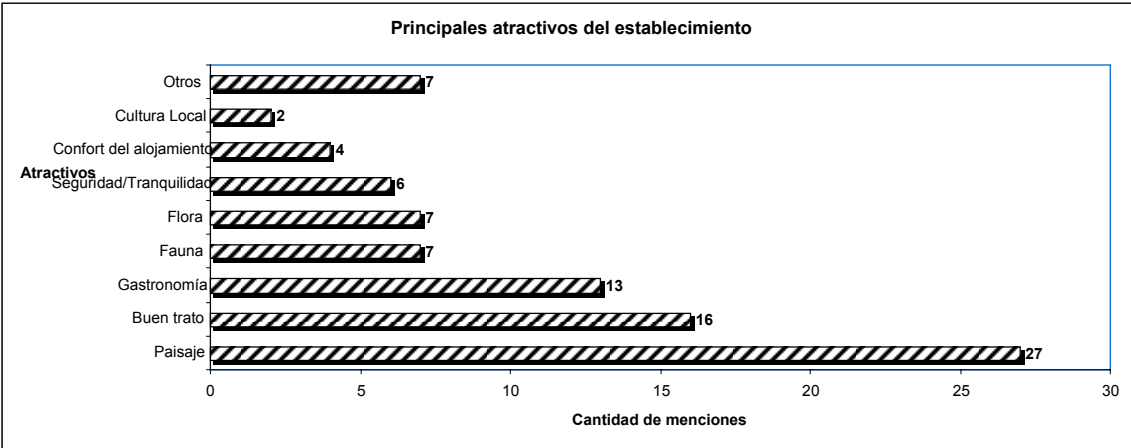


Gráfico 36

El principal atractivo es **el paisaje** con 27 menciones en 30. En segundo lugar se ubica el **buen trato** (recurso humano en el establecimiento) con 16 menciones. En tercer lugar la **gastronomía** con 13 menciones.

Actividades:

El Gráfico 34 es representativo de la variedad de actividades que ofrecen los establecimientos dentro del propio predio o integrando actividades fuera del mismo. Con 25 menciones se posiciona “caminatas – senderismo”. En segundo lugar “reconocimiento de flora”, en tercer lugar “cabalgatas”, en cuarto lugar “avistaje de aves”. Puede afirmarse que las actividades predominantes son las que naturalmente se asocian a la práctica del Ecoturismo.

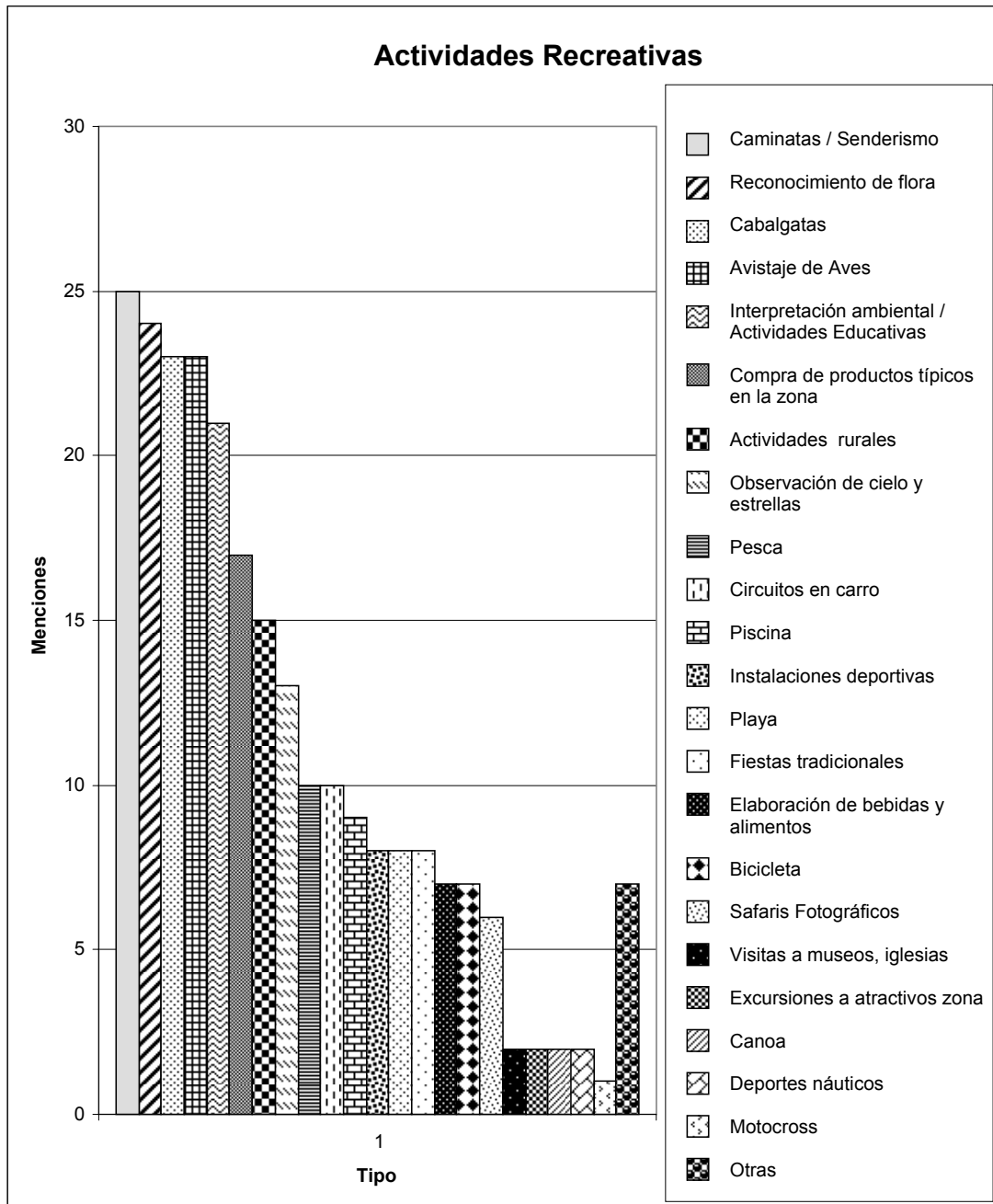


Gráfico 37

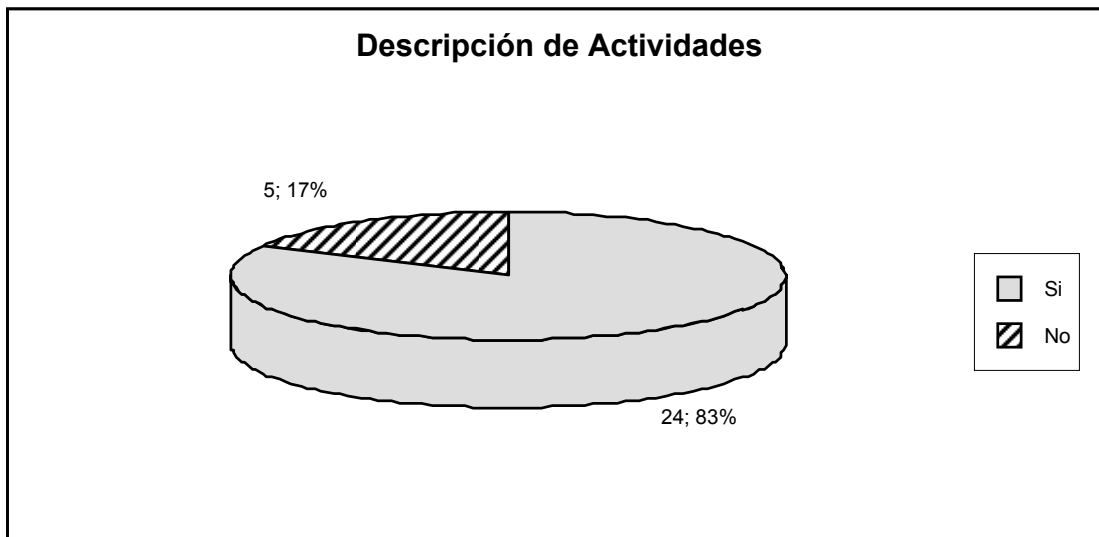


Gráfico 38

El Gráfico 35 se desprende del análisis de la folletería entregada. 5 establecimientos no hacen mención a las actividades que se puedan realizar en el mismo. Una importante cantidad de establecimientos (83%) realiza una descripción de las actividades que brinda al turista.

Una situación similar se constata en la folletería dado que 9 establecimientos no mencionan nada respecto de los servicios que brinda.

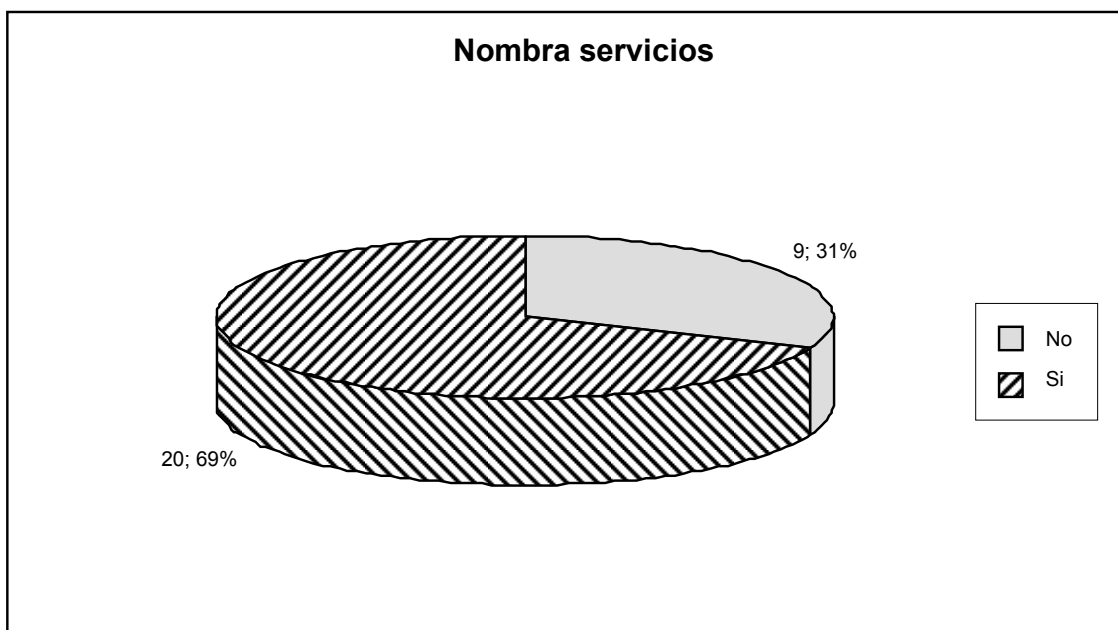


Gráfico 39

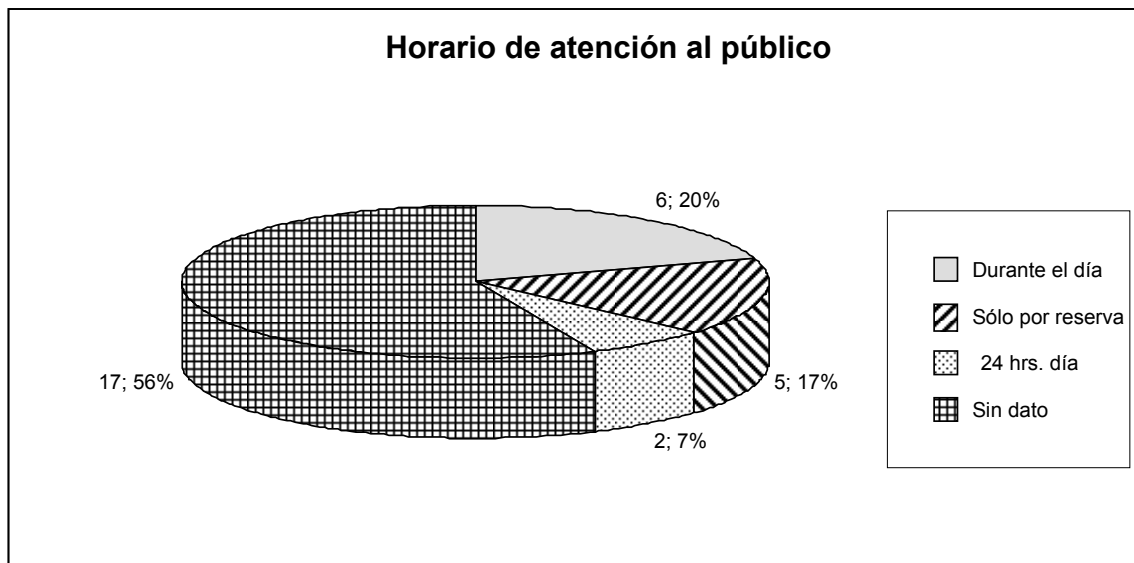


Gráfico 40

De los casos que aparecen en el gráfico anterior como “sin dato” se hizo un análisis y se vio que coinciden con los establecimientos que atienden al público “todos los días” o “sólo por reserva”. Se entiende entonces que habría siempre personal en establecimiento o se atenderían las reservas en forma sistemática y constante.

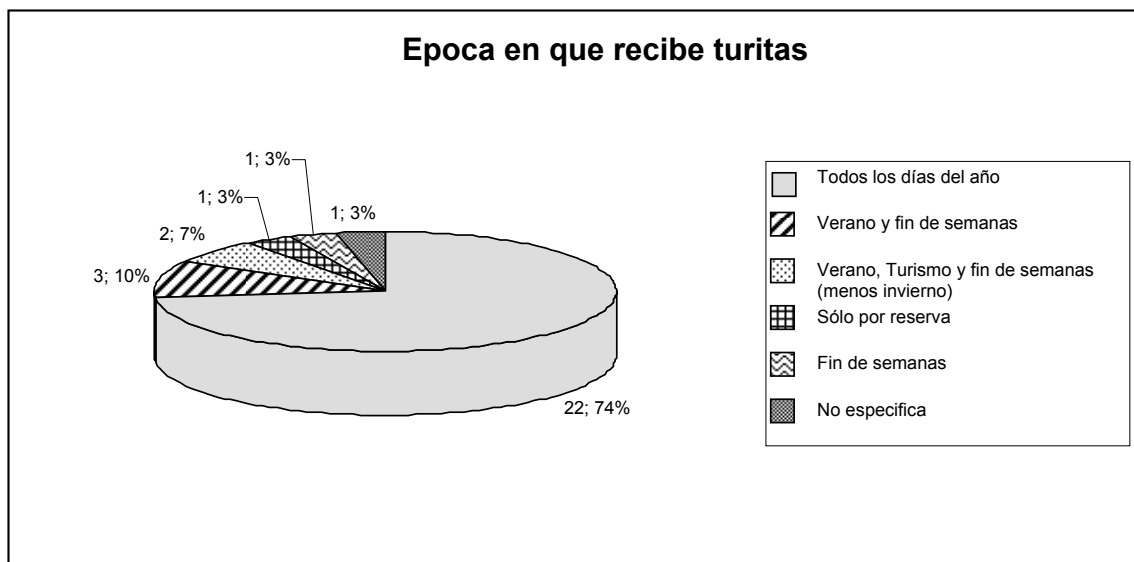


Gráfico 41

22 establecimientos están dispuestos a recibir turistas los 365 días del año; 3 establecimientos sólo en verano y fines de semana; 2 establecimientos en verano – semana de turismo y fines de semana que no sean de invierno.

De los dos gráficos anteriores se interpreta que hay mayor interés por mantener abierto durante todo el año y en horario extendido, atendiendo a las necesidades del turista, previa reserva.

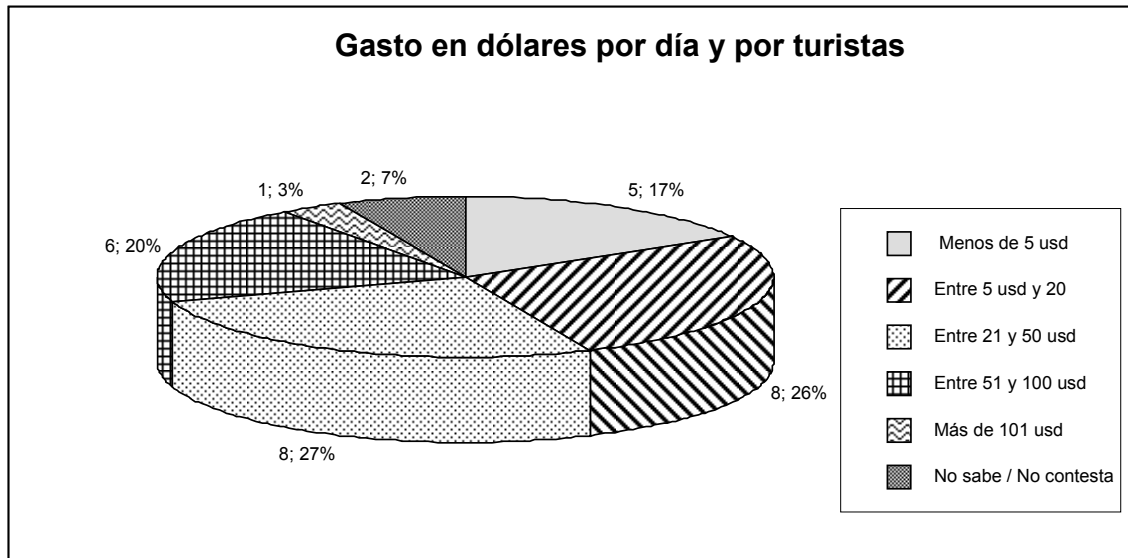


Gráfico 42

La diversidad del gasto del turista en el establecimiento, se compadece con la diversidad de opciones que ofrecen los establecimientos en cuanto a alimentación, alojamiento y actividades planificadas. Podría afirmarse que agrupando los datos, el 43% de los establecimientos promedia un gasto diario por turista inferior a 20 dólares, un 27% entre 21 y 50 dólares y un 20% entre 50 y 100 dólares.

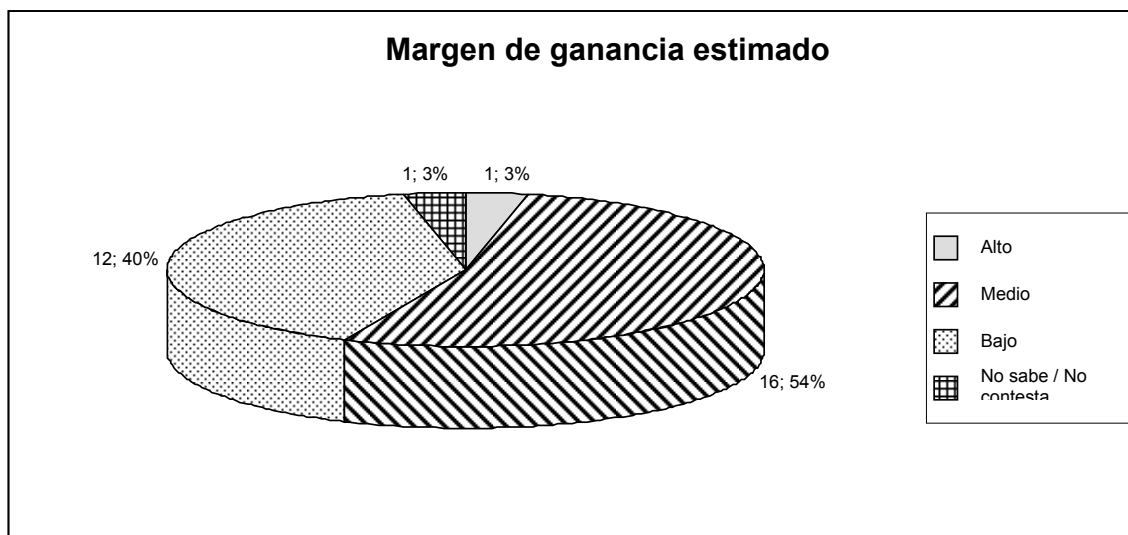


Gráfico 43

54% de los establecimientos estima que el margen de ganancia es medio. En algunos casos donde se menciona margen de ganancia “bajo”, se apreció que no se considera “ganancia” el re

-invertir en el negocio para seguir creciendo. En otras oportunidades se fundamenta por el flujo bajo de turistas durante el año (falta de continuidad/estacionalidad)

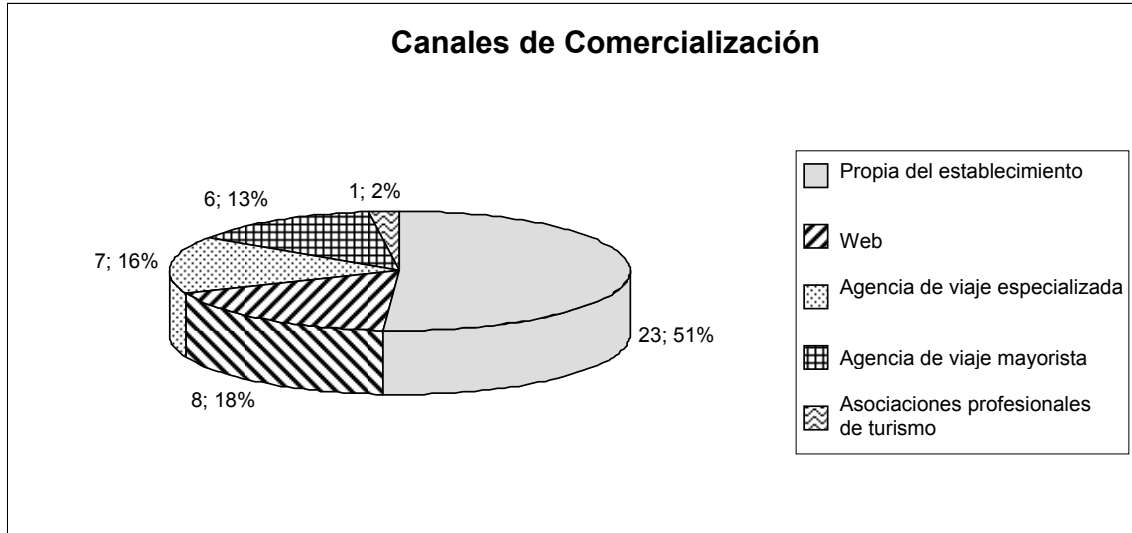


Gráfico 44

La comercialización queda librada a los esfuerzos individuales que pueda realizar cada establecimiento. En ese sentido, aparecen 23 menciones que indican que los canales de comercialización utilizados son los propios del establecimiento. Le sigue la web con 8 menciones; en tercer lugar aparece la agencia de viaje especializada con 7 menciones, y con 6 menciones la agencia de viaje mayorista. Este es un aspecto a fortalecer en el sector. La estrategia es integrar la oferta -en algunos casos- con socios estratégicos ubicados sobre la costa y más asociados al producto de sol y playa.

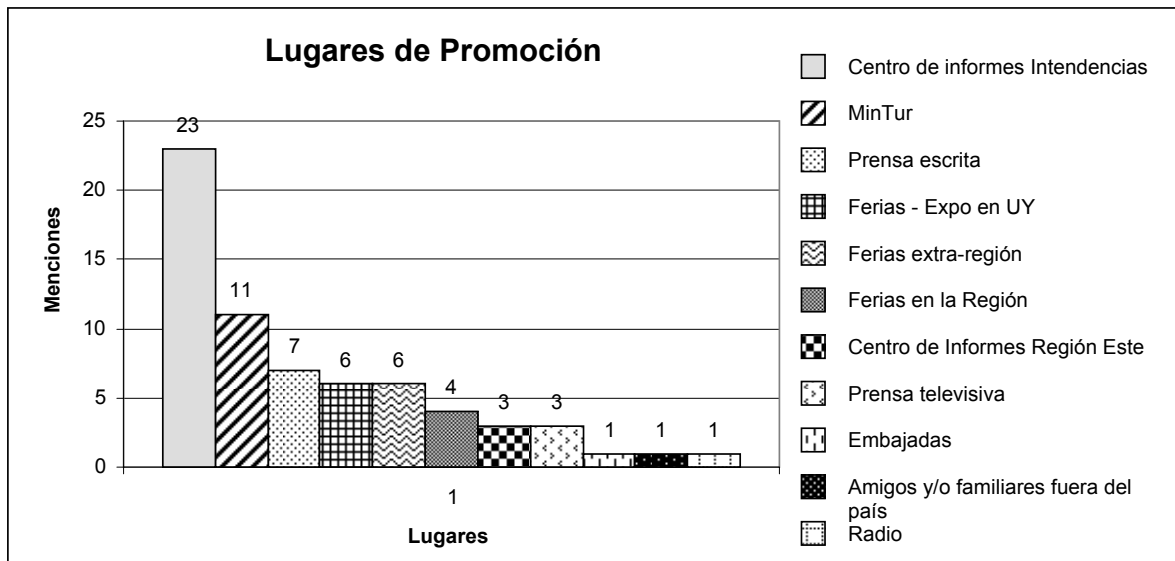


Gráfico 45

Lo mismo sucede cuando se pregunta acerca de los lugares donde coloca los materiales de promoción (folletos, tarifarios). 23 menciones, refieren a los centros de informes de las Intendencias y 11 al Ministerio de Turismo. No aparece “en otros establecimientos turísticos” y ello habla del escaso o nulo encadenamiento de la oferta.

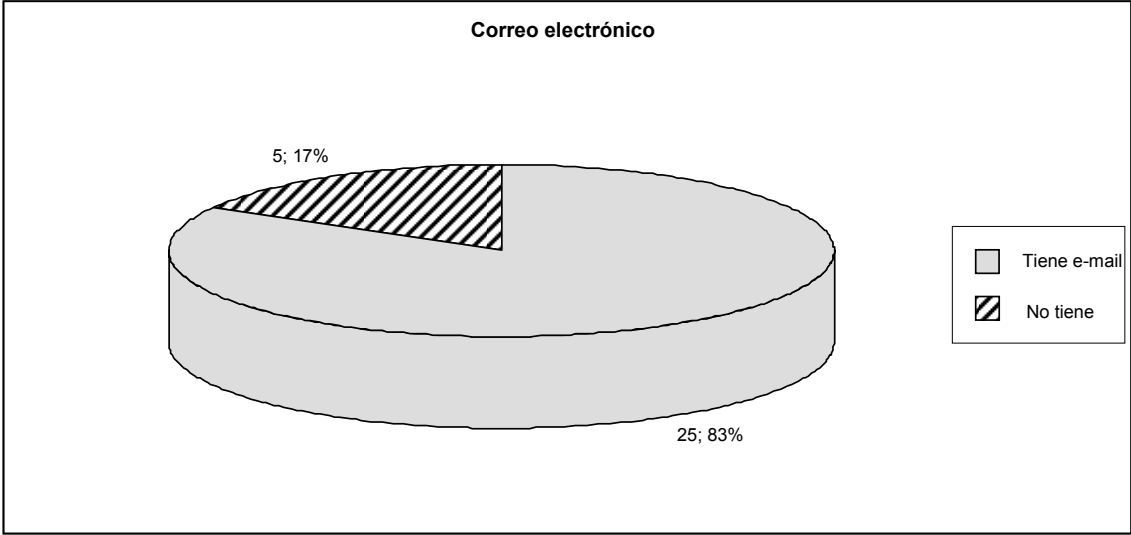


Gráfico 46

Si bien, la gran mayoría declara poseer correo electrónico, llama la atención los 5 establecimientos que no tienen ningún contacto con esta forma de comunicación dada la importancia que posee en el rubro turístico y sobre todo cuando se trata de turismo alternativo.

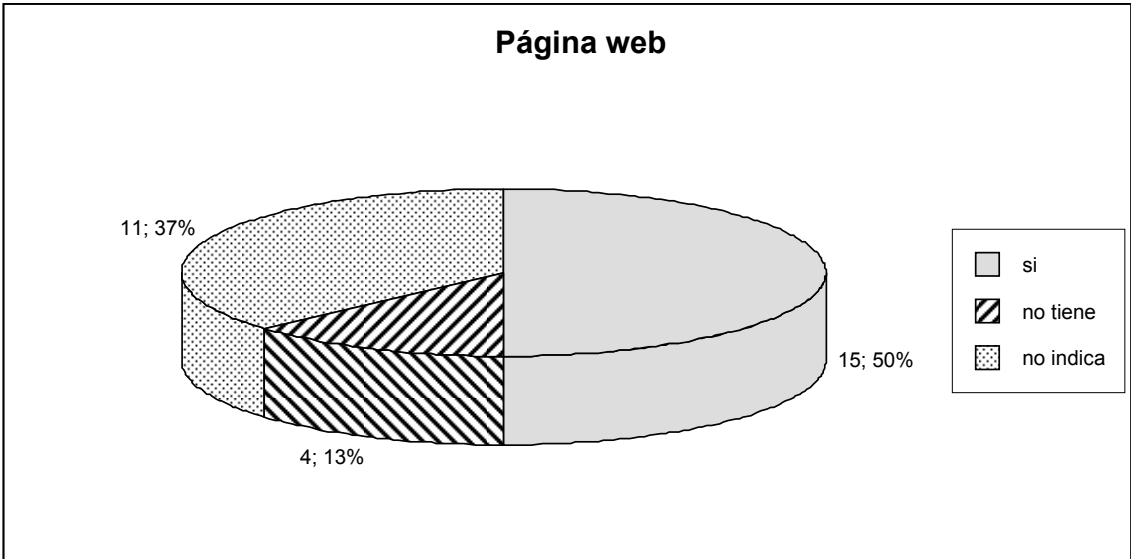


Gráfico 47

Resulta interesante la proporción de establecimientos que indican tener (o figurar en alguna) página web. Hay una gran cantidad de establecimientos que no indicaron si tenían o no (aunque deducimos que probablemente la mayoría de este grupo no cuente con una página web

propia) y una minoría (apenas 4) que declaran no poseer página web. Una vez analizadas todas las web, cruzando la información que sale de la folletería entregada, se constata que sólo 13 establecimientos tienen operativa la página web (45%) el resto, no. El número de webs operativas, entonces, baja de 15 a 13 comparando la situación real con los resultados de la encuesta. Ver Gráfico 47.

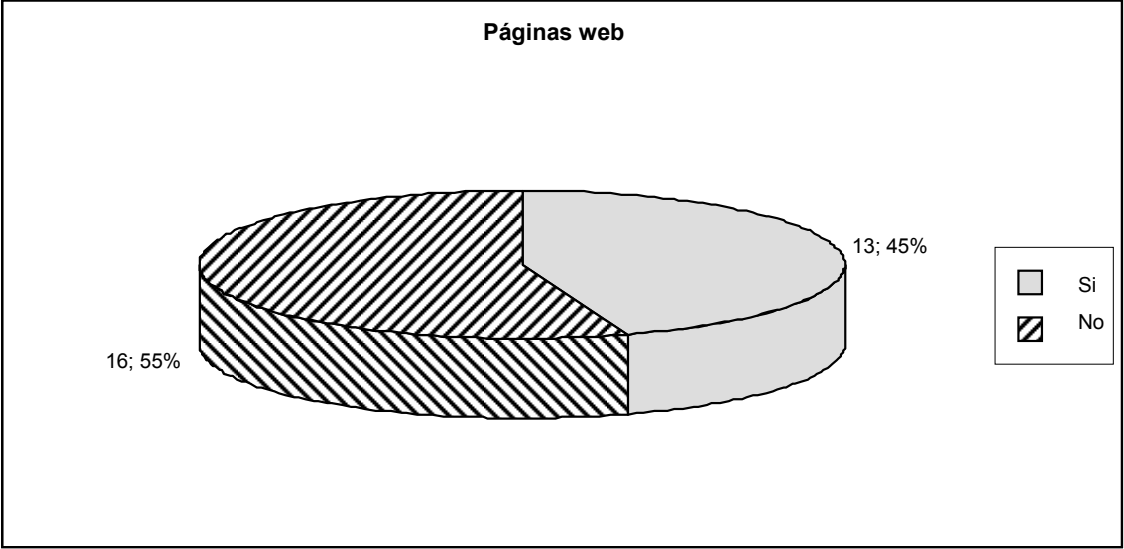


Gráfico 48

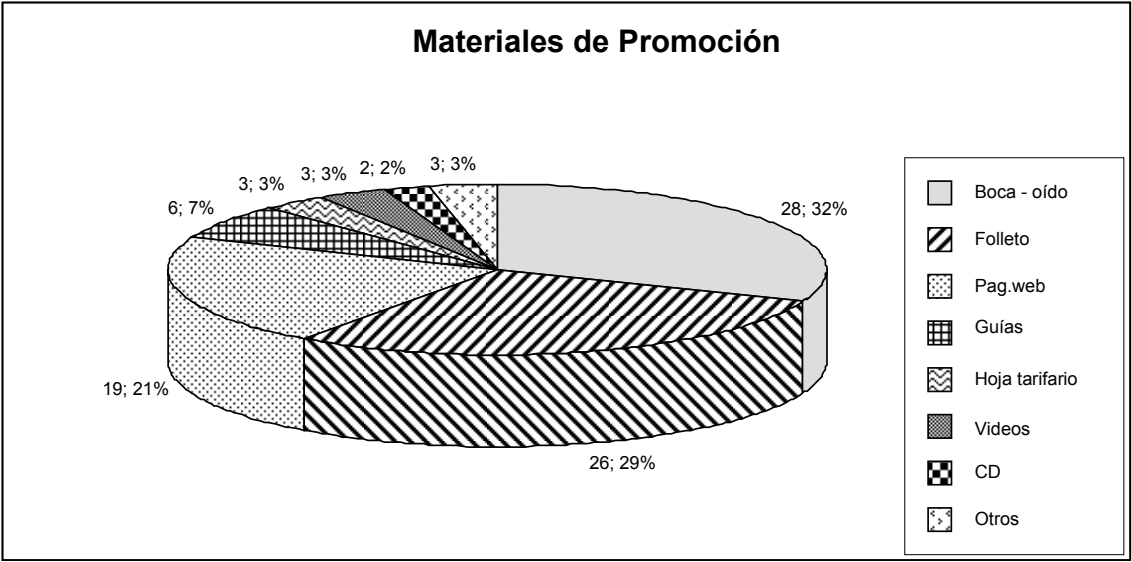


Gráfico 49

En Gráfico anterior se muestra el número de menciones realizadas por los encuestados respecto de una lista de posibles materiales de promoción con los que pudieran contar. Si bien los materiales de promoción utilizados son diversos, resalta el peso que posee el “boca - oído” con 28 menciones en 30. En segundo lugar se ubica el folleto, utilizado como material de promoción con 26 menciones. A excepción de la página web que tiene un peso importante -

está presente como material de promoción con 19 menciones – resulta llamativo pues supera al número de establecimientos que cuentan con web. La posibilidad está en que en lugar de que contestaran acerca de “cuál es el material de promoción utilizado” hubieran respondido acerca “cuál cree que es el material de promoción utilizado”; el resto de los materiales de promoción poseen una escasa relevancia.

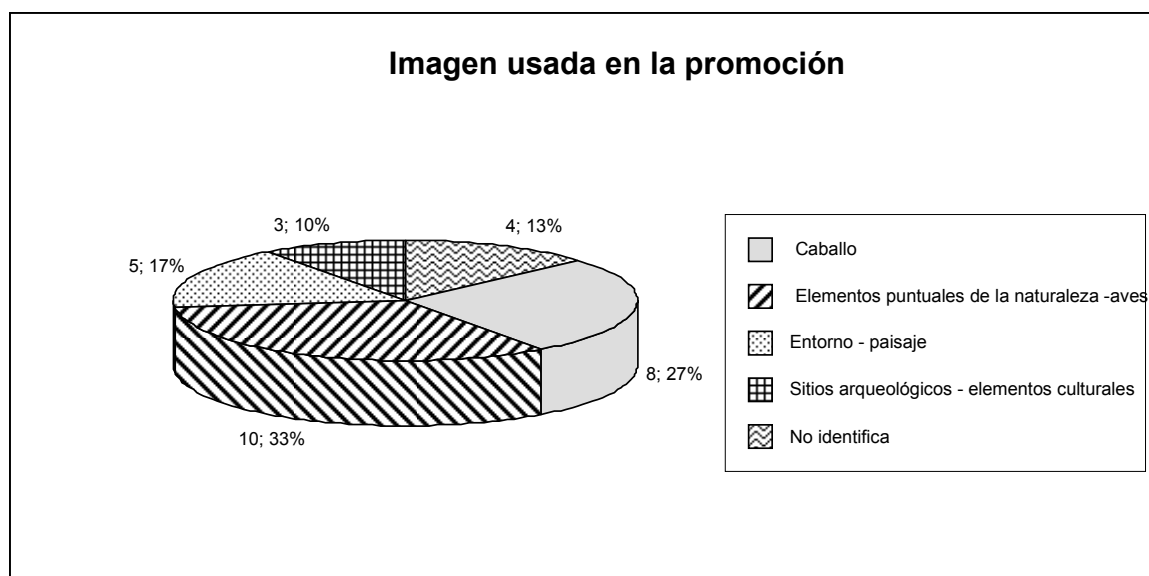


Gráfico 50

Bajo diferentes versiones (caballo, entorno, ave, sitio arqueológico) lo que predomina como imagen a utilizar para definir la oferta del establecimiento es la naturaleza o los atractivos del lugar donde se encuentra el establecimiento. Resulta interesante observar que casi no se utiliza como imagen de promoción el establecimiento en sí mismo.

5.6. Calidad



Gráfico 51

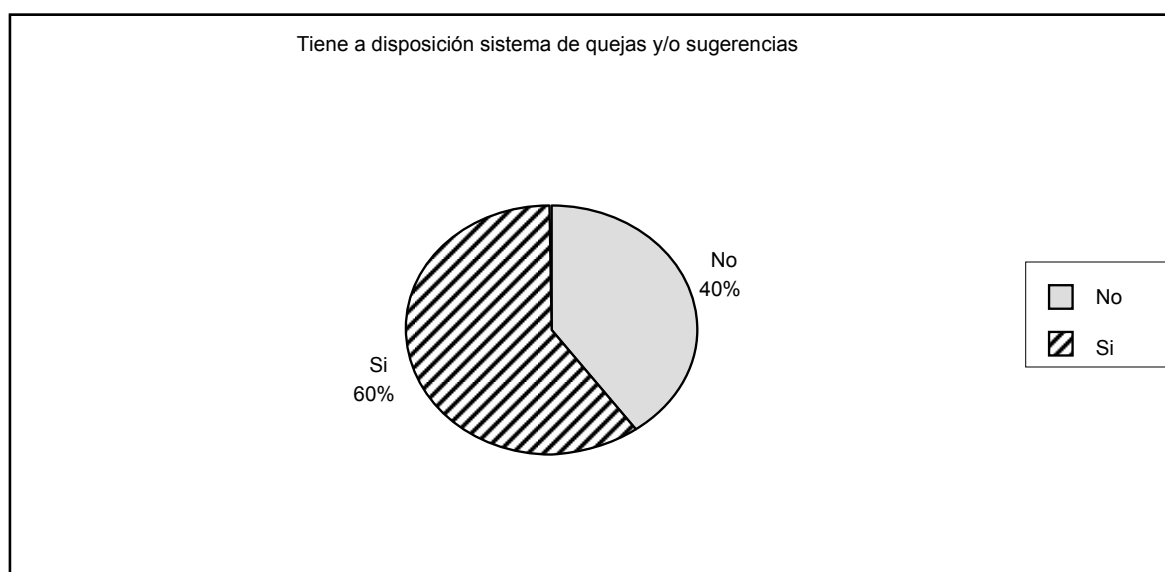


Gráfico 52

Resulta importante señalar que la mitad de los establecimientos entrevistados no lleva adelante encuestas de satisfacción de sus clientes. Así como también llama la atención que un 40% de los establecimientos no tienen a disposición del visitante un libro de quejas y/o sugerencias.

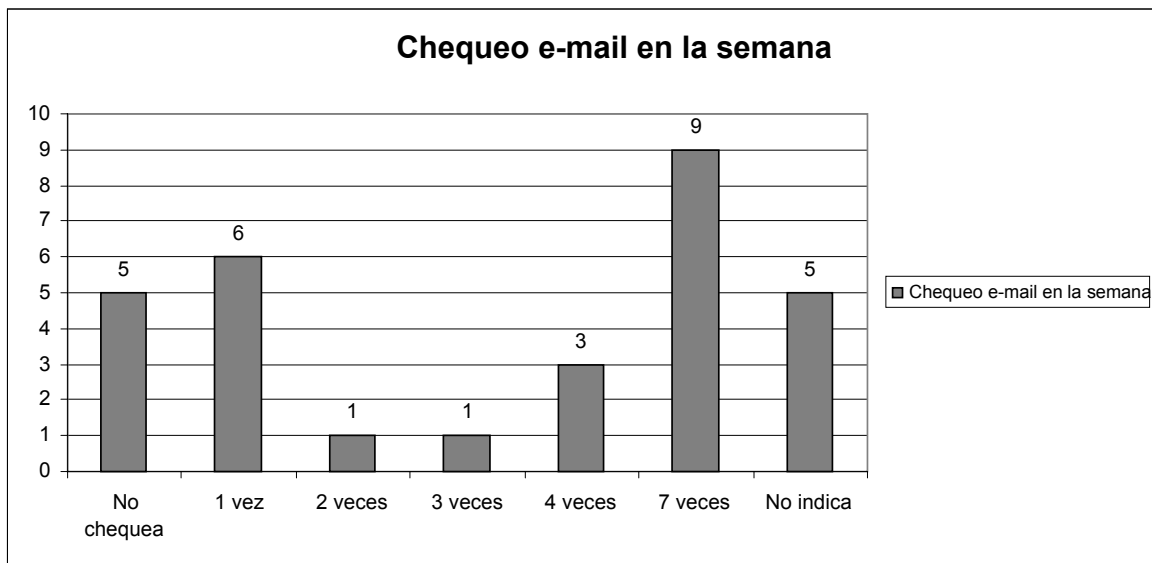


Gráfico 53

En este gráfico resalta la poca cantidad de establecimientos que revisan su correo electrónico todos los días (apenas 9) dada, como ya señalamos, la importancia de este medio de comunicación posee para este tipo de emprendimientos. Por otro lado, es alto el número de establecimientos que no chequean, no indican o sólo lo hacen una vez por semana (16 establecimientos entre las tres situaciones anteriormente mencionadas).

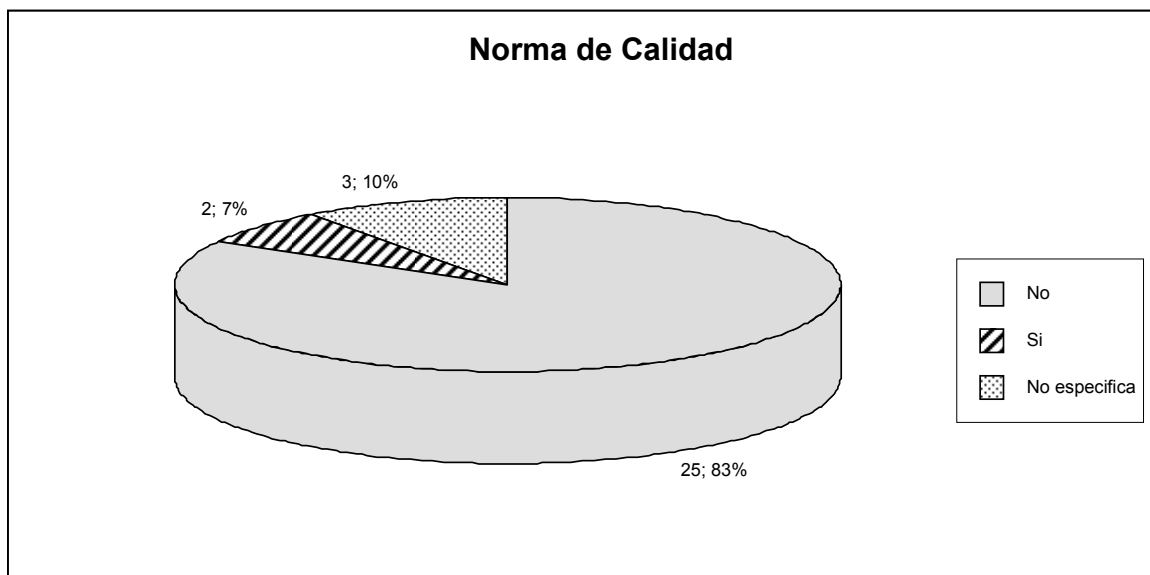


Gráfico 54

Como era de esperar dado el poco tiempo que hace que comenzó a impulsarse el uso de normas de calidad en el turismo, la cantidad de establecimientos que dicen aplicar alguna norma de calidad es significativamente baja (apenas 2 establecimientos).

5.7. Conexiones Empresariales y Convenios Interinstitucionales

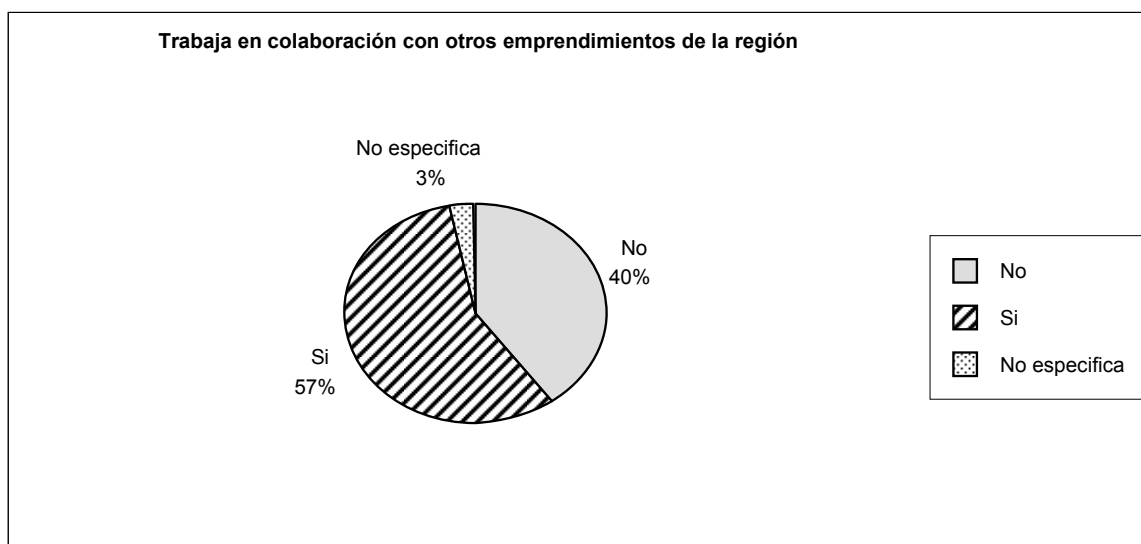


Gráfico 55

Existe una gran cantidad de establecimientos (40%) que no trabajan en colaboración con ningún otro emprendimientos de la región. De los que declaran que sí colaboran con otros emprendimientos, varios lo hacen con ofertas relacionadas con el turismo de “sol y playa”. Es decir, que se constata que pocos establecimientos intentan llevar adelante formas de trabajo conjunto o en colaboración con otros establecimientos similares.

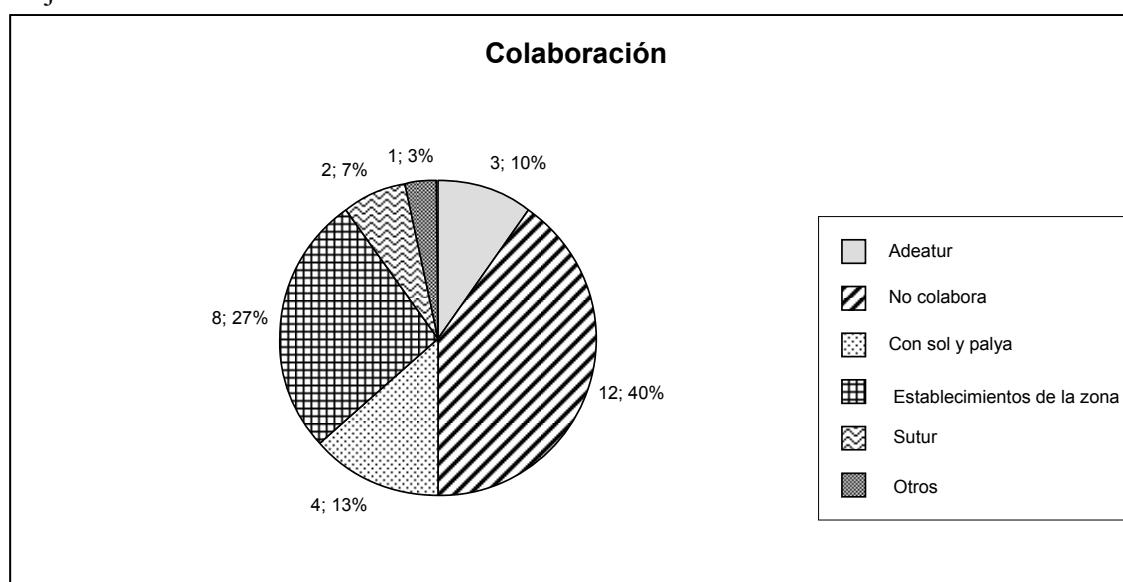
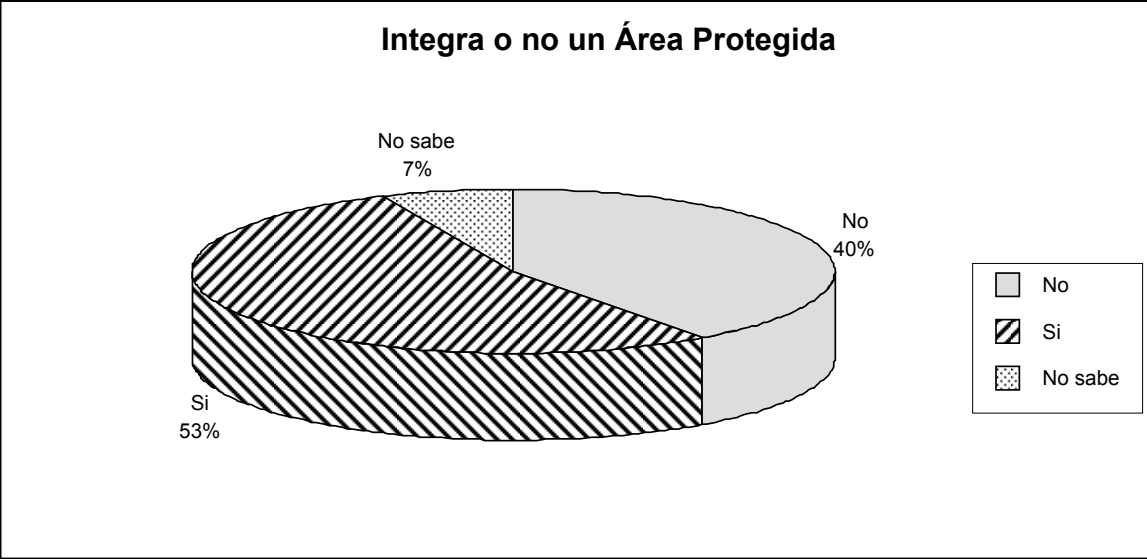
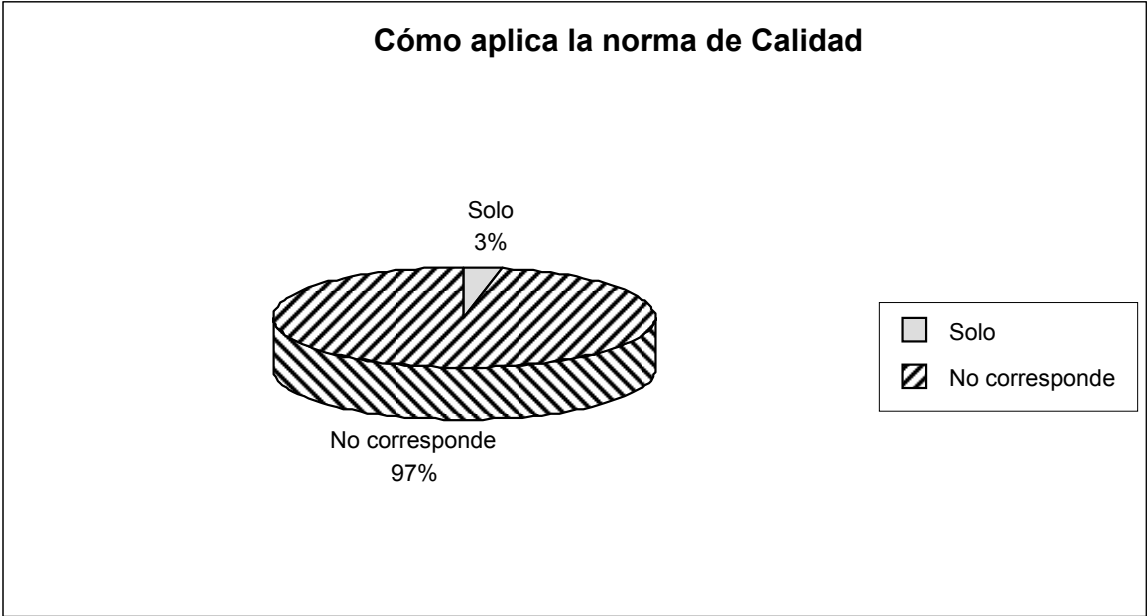


Gráfico 56

Como ya fue señalado, un 40% de los establecimientos declara no trabajar en colaboración con ningún otro establecimiento o asociación de la región. Entre el resto se destaca cierta colaboración con otros establecimientos similares (8 casos), colaboración con establecimientos

o emprendimientos destinados a un turismo de “sol y playa” (4 casos) y colaboración entre los miembros de Adeatur (3 casos) y de Sutur (2 casos).



Existe una importante cantidad de establecimientos que no se consideran insertos en ningún área protegida y una pequeña proporción, no saben si integran o no un área protegida (2 establecimientos)

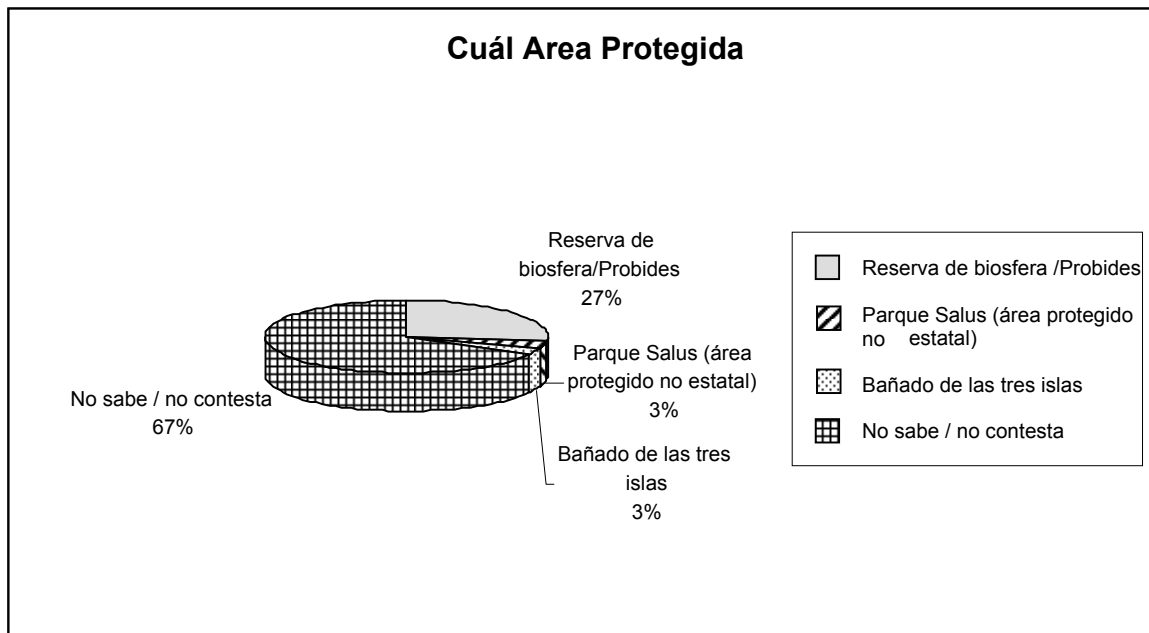


Gráfico 59

Ahora bien, de los que dicen integrar un área protegida sólo algunos reconocen claramente a qué área pertenecen. En este tema, parece abrirse un interesante espacio para trabajar en el futuro en coordinación con Probides y el SNAP³, comunicando e informando acerca de las dimensiones y las características de las áreas protegidas, especialmente aquellas que quedan comprendidas en la Reserva de Biosfera de Bañados del Este.

³ Sistema Nacional de Áreas Protegidas – DINAMA - MVOTMA

5.8. FODA PRELIMINAR

Fortalezas:

1. Un número importante de establecimientos con una trayectoria de por lo menos 10 años en el sector.
2. Estar ubicados en una región con abundancia de recursos naturales.
3. Tener alto grado de conciencia del valor de los recursos en juego y la necesidad de la conservación.
4. Los emprendimientos con más años han capitalizado aprendizajes como por ejemplo la necesidad de darle mayor continuidad a la actividad.
5. Mayor espectro en cuanto a la procedencia de los visitantes que llegan a los establecimientos.

De los formularios surge el Gráfico 60. La gran mayoría de los establecimientos identifican a los recursos naturales, al entorno en el que se encuentran insertos como la principal **fortaleza**. En segundo lugar ubican a la calidad del servicio que brindan y la calidez de los recursos humanos con los que cuentan. En último término (con 4 menciones) se ubica el tipo de actividades que ofrecen a los visitantes.

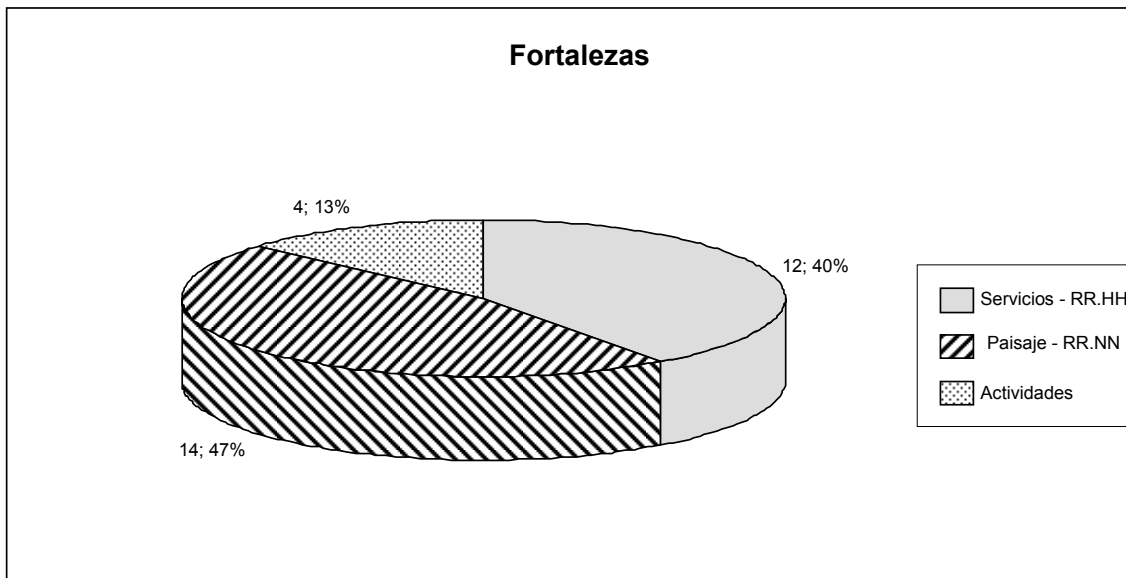


Gráfico 60

Debilidades:

1. Escasez de recursos humanos capacitados en la región y para la actividad
2. Aquellos que ven en el turismo una explotación “monocultivo”
3. Estado regular a malo de caminos y carreteras
4. Diversidad de precios muy grande. Entre los que brindan alojamiento desde 10 dólares a 125. Promedio 50 dólares
5. No poder atender con este tipo de oferta el mercado más próximo como es Brasil porque no se compite con lo que Brasil puede ofrecer
6. Insuficiente encadenamiento – estructuración de productos y servicios al turista en la región
7. Insuficiente difusión de la oferta en internet
8. Centrar la posibilidad de mejora, en construcción de habitaciones
9. Escasa información estadística llevada por lo emprendimientos
10. Estrategia de mercadeo y colocación de la oferta eco-turística que no garantiza un flujo de turistas más o menos constante.
11. Falta de estudios de mercado para el ecoturismo en la región, no se percibe una adecuada caracterización de la demanda (política reactiva de los emprendimientos)

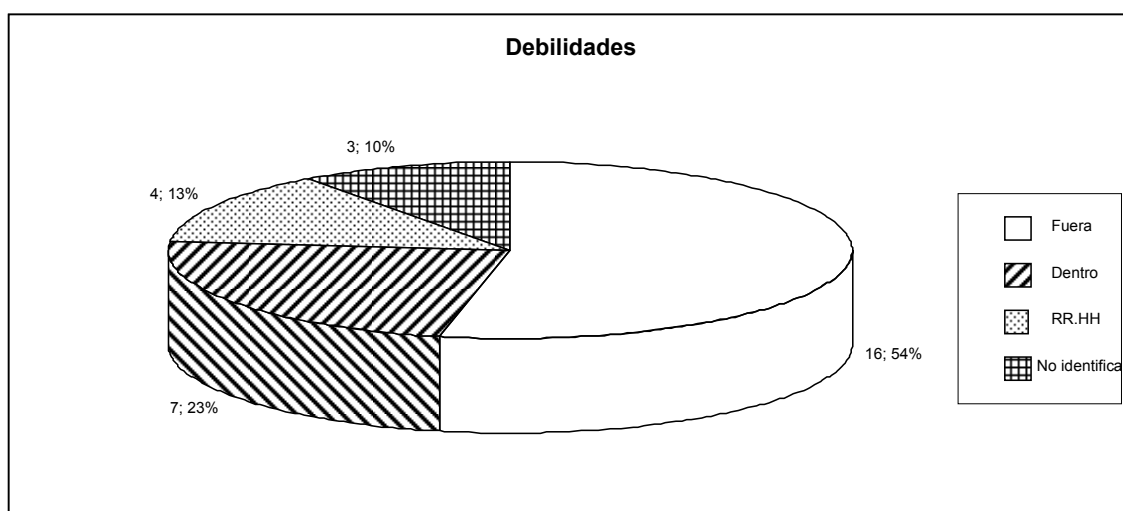


Gráfico 61

Del Gráfico 61 surge que, 16 establecimientos no identifican debilidades propias y las ubican afuera: caminería, electrificación, acceso a internet.

7 establecimientos explican sus debilidades por cuestiones que deben mejorar como: calidad de los servicios, mejora en alojamiento y promociones.

4 establecimientos refieren las debilidades a la escasa mano de obra calificada, rotación del personal, o sea, a los recursos humanos.

Amenazas:

1. Otros modelos territoriales de uso extensivo de la tierra como la forestación con lo que ello significa: pérdida de paisaje (línea del horizonte) de de fauna. En términos generales: afectación de los Recursos Naturales (biodiversidad).
2. Basar toda la estrategia del emprendimiento en la búsqueda de un estilo de vida o una filosofía de vida de sus dueños. En algún caso dicha estrategia puede dar resultado como estrategia de marketing pero debiera de valorarse la sustentabilidad económica del mismo y los cambios que va experimentando la demanda.
3. Hacer depender al establecimiento únicamente de los ingresos que sólo provengan del turismo.
4. Escasos planes de negocios y estrategias de comunicación y marketing.
5. Falta de estudios de mercado – caracterización de la demanda muy débil.

Oportunidades:

1. Mejorar la comunicación en el sector, entre emprendimientos, entre instituciones y entre instituciones y establecimientos.
2. Innovar en los modos de comercialización.
3. Integrar la oferta – Trabajar sobre la Cadena de valor del Ecoturismo – Turismo Rural.
4. Coordinar acciones entre emprendimientos.
5. Trabajar la oferta turística en los establecimientos durante todo el año o gran parte del mismo.
6. Coordinar acciones con Intendencia de Rocha – Probides – SNAP – MINTURD – MIEM (Pacpymes), otros.
7. Mejorar las tecnologías asociadas a la comunicación, en la medida que se abaratan los costos para la conexión inalámbrica a internet en el medio rural.

Se sugiere, también, ver en página 91 un análisis FODA realizado para la “Zona VII Potencial de Influencia de Probides” en el año 2005. De dicha comparación se concluye que el FODA a la fecha se ha enriquecido pero que la información presentada entonces, tiene vigencia en el actual estudio.

5.9. TRANSCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS FODA SURGIDO DE LOS 3 GRUPOS DE TRABAJO CONFORMADOS DURANTE EL TALLER FINAL

FODA GRUPO I



FORTALEZAS

- Paisaje
- Atención Personalizada
- Calidad del Servicio
- Producción Local y venta
- Conservación de la Naturaleza
- Recursos Históricos – Culturales
- Variedad de actividades a ofrecer al turista
- Contacto con la Naturaleza
- Identificación de Flora y fauna
- La noche y las estrellas

DEBILIDADES

- Acceso deficiente – caminos internos
- Falta de locomoción pública hacia y desde el establecimiento
- Acceso a Internet
- Personal estable por competencia
- Cartelería insuficiente

OPORTUNIDADES

- Ubicado dentro de la Reserva de Biosfera Bañados del Este
- Cerca de atractivos (Quebrada de los Cuervos)

AMENAZAS

- Forestación
- Desconocimiento del buen uso de los recursos naturales por parte de los vecinos

FODA GRUPO II



FORTALEZAS

- Potencial Natural de la Región
- Aprovechar el turista extranjero que busca el ecoturismo responsable

DEBILIDADES

- Falta de apoyo del Municipio
- Estamos trabajando aislados – necesidad de agruparse
- Falta de agrupamiento para la difusión
- Falta de accesos (caminos) y en tecnología (energía e internet)

OPORTUNIDADES

- Recién se está comenzando a desarrollar el ecoturismo – El Estado recién lo ha comenzado a impulsar
- Falta marketing en turismo – Necesidad de recibir capacitación en el tema

AMENAZAS

- La instalación de empresas que atenten contra el medio ambiente (papelera / súper puerto)
- Despoblamiento del medio rural
- Falta de oferta laborales en el medio

FODA GRUPO III



FORTALEZAS

- Recursos paisajísticos
- Calidad Humana
- Seguridad mejor percibida
- Poca distancia entre destinos turísticos

DEBILIDADES

- Articulación del trabajo privado – público
- Escasa segmentación en la propuesta
- Falta de capacitación en recursos humanos en: marketing, servicios, idiomas
- Caminería en estado inadecuado
- El Estado como socio en las ganancias tiene poca o nula compatibilidad con los privados

OPORTUNIDADES

- Crecimiento y Expansión del Ecoturismo
- Agregado de valor a las propuestas
- Integrarse a la propuesta regional
- Explotación del Turismo enfocado en áreas específicas (avistamiento, senderismo, dunas, fauna, flora)

AMENAZAS

- Pérdida de competitividad ante nuevos mercados en la región (Argentina y Brasil)
- Política de prevención de desastres naturales (incendios)

- Poca claridad en la visión de futuro
- Política Ecoturística demasiado “Light”
- Costos altos de acceso a Uruguay (transporte aéreo)
- Fluctuación de la moneda
- Incertidumbre en el manejo de las áreas protegidas



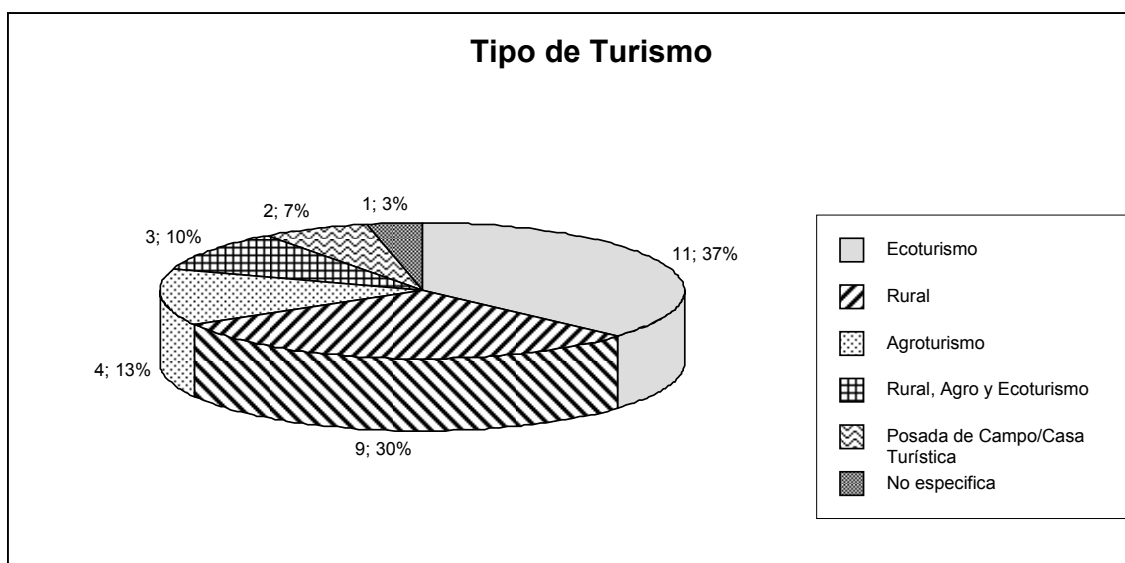
6. CONCLUSIONES

Los recursos naturales de calidad, entre los que destaca el paisaje, aparecen como activo principal en el estudio. Conservar el paisaje parece ser un objetivo tanto puesto de manifiesto por los encuestados como de los resultados que emergen del taller de devolución pública de resultados de la investigación. La forestación aparece como una de las primeras amenazas en este sentido.

Detrás de la mayoría de los emprendimientos está muy presente la creación de auto - empleo y trabajo por cuenta propia en actividades turísticas, en la mayoría de los casos como complemento de una actividad principal vinculada a la agropecuaria.

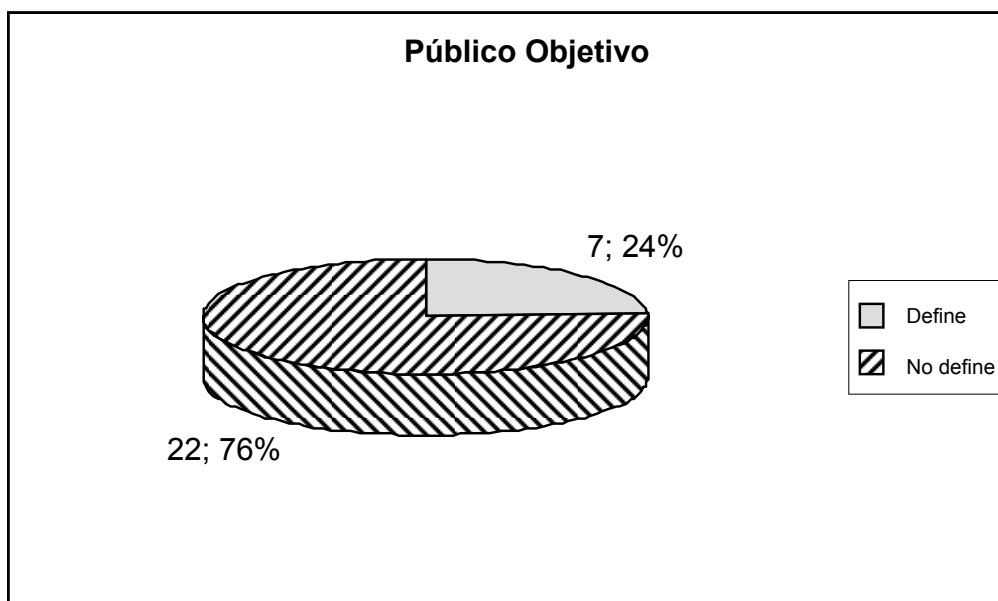
A excepción del Parque de Vacaciones UTE, son todas micro y pequeñas empresas de servicios (por personal ocupado), y con inversiones significativas en infraestructura. El 90% de los establecimientos son micro y pequeñas empresas, lo que se compadece con el modelo de desarrollo que mejor se adapta al tipo de actividad que se trata.

La tendencia es a aproximar la oferta hacia el Ecoturismo sin perder algunas actividades que devienen del quehacer en el medio rural. Podría afirmarse que en los próximos años el agroturismo como modalidad tiende a retirarse y la oferta de Turismo Rural deberá reposicionarse. El Ecoturismo parece ser la modalidad de turismo más demandada y difundida por el tipo de turista que muchos establecimientos desean captar: larga distancia.



En la región predomina la oferta de Ecoturismo (11 establecimientos) y en segundo lugar, la oferta de Turismo Rural; tres establecimientos se ubican en las tres modalidades de turismo y 4 establecimientos ofrecen agroturismo.

La demanda no es trabajada proactivamente. No hay segmentos de mercado claramente identificados. El público objetivo cuando lo definen queda muy restringido al propio país. Muy pocos establecimientos definen su público objetivo en el folleto (apenas 7). Probablemente esto se relacione con la diversificación de la oferta presente en la mayoría de los establecimientos en función de la gran diversidad de actividades que brindan. Baja especialización y gran diversificación es causa y consecuencia de no definir mercados “meta”.



Se deja muy librado el mercado a los vínculos personales y origen de la familia que aún preserva lazos originales especialmente en Europa (Rumania, Italia, Francia, Alemania, Inglaterra, España)

La búsqueda de un estilo de vida y una filosofía propia, asociada a una mayor calidad de vida también está muy presente entre las personas que gestionan o poseen los establecimientos.

No queda demostrado que se trabaje en base a la conformación de la cadena de valor en el sector, ni entre establecimientos, ni como destino – región.

La calidad de los servicios resulta difícil de medir pues no se aplica medición de la satisfacción del turista. Podría decirse que parte de la misma está asegurada porque varios establecimientos son atendidos por sus propios dueños, usan insumos de la zona para preparar platos típicos y tradicionales, se manejan varios idiomas, les interesa participar de instancias de capacitación.

No se percibe la necesidad de trabajar en forma individual ni colectiva en el establecimiento de alguna marca de calidad en lo que respecta a personas, servicios, establecimientos o destinos. Menos aún, procurar certificaciones de calidad.

Se constata una alta estacionalidad, (mayor a la esperada en los momentos previos al relevamiento); la actividad de turismo Rural y Ecoturismo parece estar territorialmente correlacionada con la actividad de Sol y Playa, alimentada en una demanda surgida por la presencia máxima de turismo en los meses de verano.

Hay posibilidad de profundizar en la marca más genérica que podría aglutinar a la oferta en la región que es la denominación UNESCO como Reserva de Biosfera. Allí hay un público global al que se puede acceder vía internet que valoraría la misma, a la hora de definir el viaje.

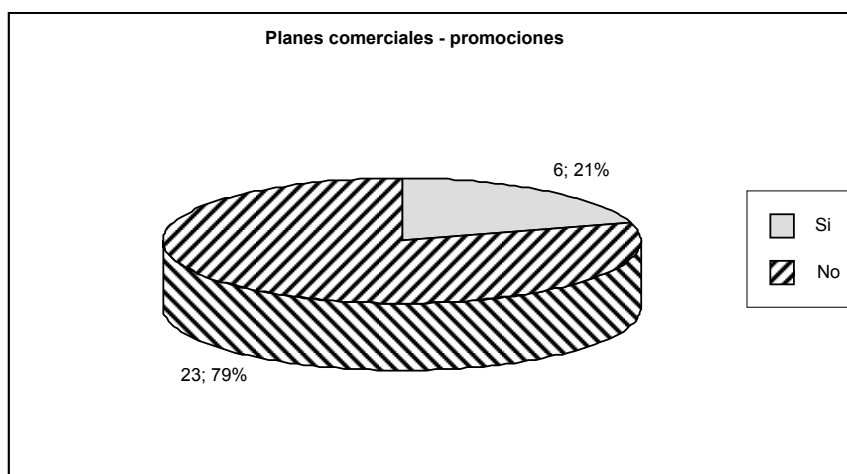
Canales de comercialización propios del establecimiento muy centrados en el mercado más accesible que es Montevideo; distribución de la información y promoción se concentra en los centros de informes públicos de la región; todo ello le resta posibilidades ciertas de sostenibilidad a la oferta.

Escaso uso, apropiación y actualización - mantenimiento de las tecnologías de la información y la comunicación (página web – correo electrónico). Sólo dos establecimientos permiten hacer reservas online de los treinta relevados.

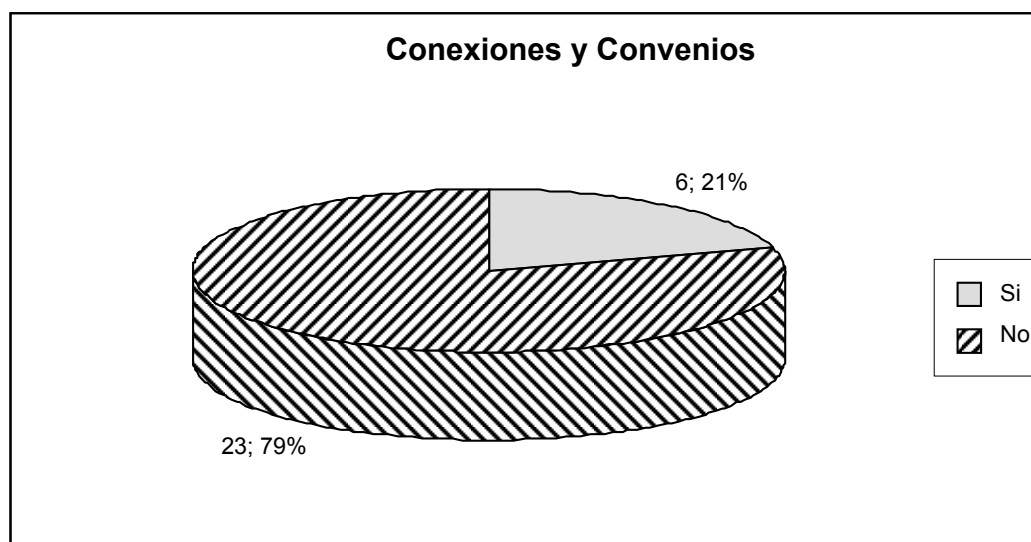
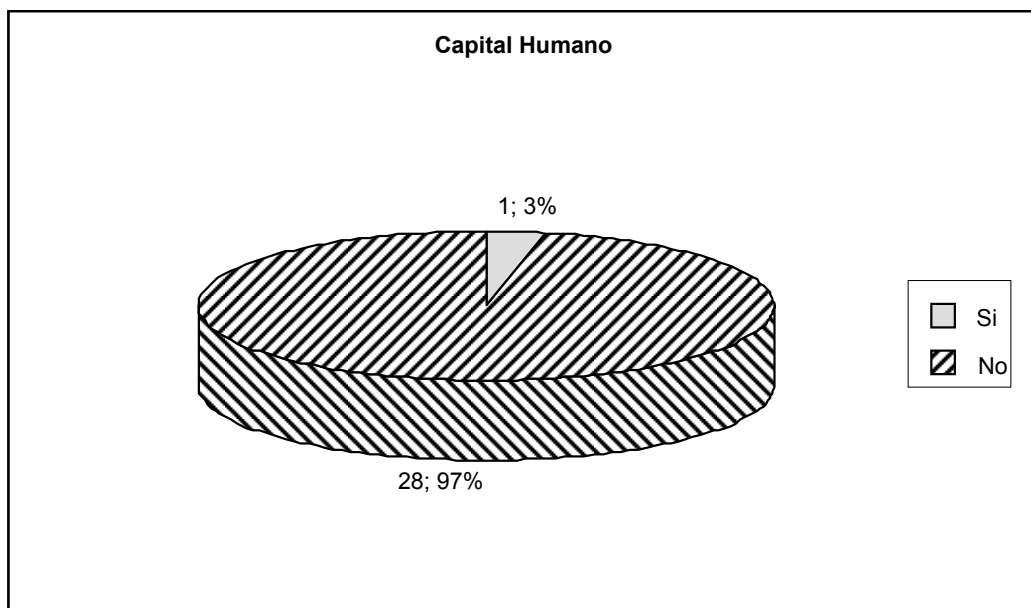
Sólo 20 establecimientos (69%) realizan una descripción de los servicios que ofrecen, lo que llama la atención, pues ello dificulta la selección del establecimiento. Es allí donde queda muy evidente que la estrategia casi exclusiva para dar a conocer los mismos es el “boca – oído”

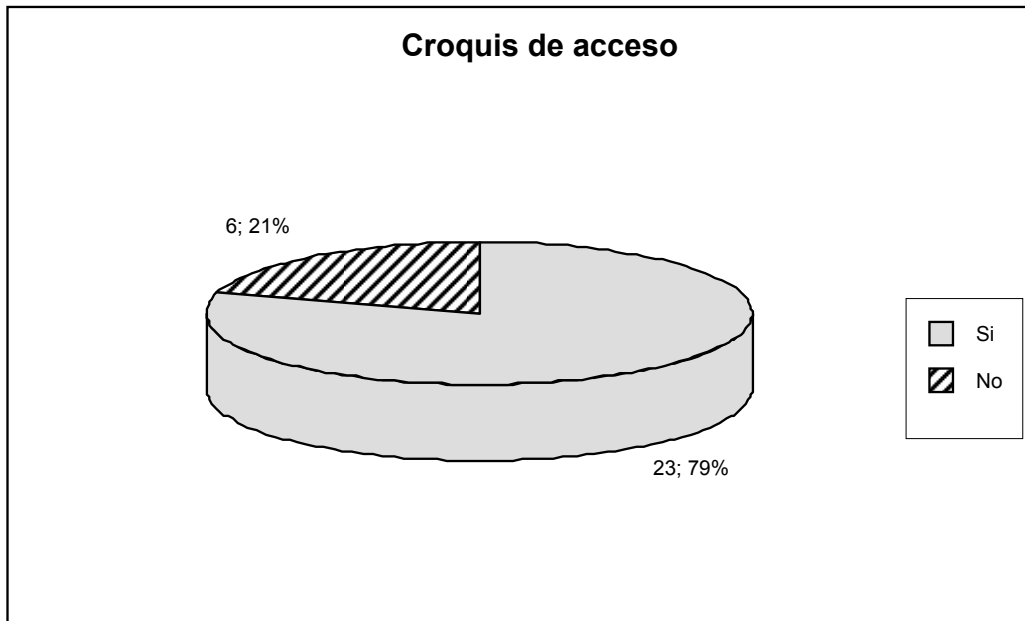
No se trabaja en base a planes comerciales, promociones e incentivos. Apenas 6 de los 30 establecimientos utilizan esta estrategia.

Sólo un 20% de los establecimientos ofrece ofertas, promociones, paquetes o alguna especificación de su plan comercial en los folletos. A la vez, sólo un 20% de los establecimientos nombra algún tipo de convenio con otros emprendimientos de la zona. Este es un aspecto que debiera de ser trabajado en forma asociativa, integrando los diversos productos y asegurando una buena comunicación y coordinación interinstitucional pública – privada.



Del análisis de la folletería surge que el capital humano instalado en el propio establecimiento no se utiliza en los materiales de promoción. No se dice nada acerca de quiénes reciben a los turistas. Apenas 1 establecimiento hace referencia al capital humano con el que cuenta. Este dato resulta interesante y contradictorio a la luz de lo declarado como principales atractivos reconocidos y como fortalezas identificadas, donde el capital humano -la calidez del trato- es un elemento a resaltar.





Un número importante de establecimientos (79%) adjunta en el folleto un croquis de acceso que facilita la llegada al lugar.

El estado de las rutas 17, 14 y de los caminos de acceso, la señalización escasa, la falta de conectividad terrestre, se detallan como debilidades para el buen desarrollo del turismo en la región.

6.1. Algunas recomendaciones:

Reafirmar el concepto de turismo sostenible con el que se han venido identificando los establecimientos que promueven las actividades turísticas denominados alternativas, concepto que debiera de permear también la planeación del turismo masivo (sol y playa).

Debiera de cuidarse que el Ecoturismo y el Turismo Rural no contribuyeran a la degradación del medio ambiente incluyendo tanto los recursos naturales, materiales, y culturales y la estructura social. Asegurarle a la actividad una estructura socioeconómica que no sea exclusivamente dependiente del turismo, conformando más de un negocio los que debieran ser administrados por separado.

Los procesos de deterioro ambiental alcanzan cada vez más situaciones preocupantes lo que no se condice con los anhelos de las sociedad locales / regionales / nacionales / internacionales, que cada vez son más consciente de los problemas de pérdida de calidad de vida y de sus rasgos identitarios. He allí un espacio para la cooperación público – privada y para el diseño de políticas de apoyo a un modelo de desarrollo que combine en buenos términos elementos y valores que provienen del mercado, del Estado y de la sociedad civil incluyendo al empresariado.

La sostenibilidad debiera de vincularse a la competitividad de los destinos y a la definición de la estrategia turística local/ regional /nacional para estas modalidades de turismo estudiadas. Es frecuente la mención a la sostenibilidad pero el alcance y la orientación de este punto, considerando la apreciación que se realiza desde cada establecimiento, es aún diversa. He allí un obstáculo para continuar progresando, profundizando y consensuando a pesar de la gran difusión que ha logrado el paradigma de la sostenibilidad, para lograr un modelo de desarrollo turístico sustentable de alcance regional, con cierto grado de consenso entre los actores directa e indirectamente vinculados al turismo.

La sostenibilidad fuerte defiende la imposibilidad de sustituir el capital natural por otras formas de capital y el mantenimiento del stock de capital natural se estima central; la sostenibilidad débil sí permite sustituciones. Ambas ideas de sostenibilidad perviven en la región y podría afirmarse que se está en un momento crítico respecto de concepciones – imágenes e imaginarios asociados.

La concreción del equilibrio entre las dimensiones ambiental, económica y sociocultural de la sostenibilidad supone una revalorización de la escala local de la planificación y gestión del turismo, sin restar importancia a la escala regional, nacional o global, donde también pueden reconocerse importantes interrelaciones entre la actividad turística y el desarrollo sostenible.

En la escala local, los diagnósticos pueden ser más precisos y la definición de la estrategia turística puede ser objeto de consenso mediante la participación de la sociedad local. Por todo ello, se ha propuesto identificar el desarrollo turístico sostenible **“con un proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo”** (Vera, 2001).

La sostenibilidad se define, por tanto, como un proceso de cambio y no como un estado utópico, prácticamente inalcanzable para destinos o empresas, que conduce, en ocasiones, a justificar la perpetuación de viejas inercias y factores de insostenibilidad.

El presente estudio, apenas y de forma muy exploratoria, logra sentar las bases para posteriores trabajos de corte local, regional, microregional, o nacional, que retomen el tema ya en su global o con un grado mayor de enfoque en algún tema o aspecto en el tema.

Como bien indica el título, el documento da cuenta del Estado de Situación del Ecoturismo y el Turismo Rural en la Reserva de Biosfera Bañados del Este, acorde a los recursos humanos, temporales y materiales disponibles para la concreción del mismo.

HASTA LA REALIZACIÓN DEL PRESENTE ESTUDIO podemos decir que se ha avanzado en la identificación de los establecimientos que ubicados en la región Este – de influencia de Probides – así como en un Diagnóstico Interno de lo que representa el Turismo Alternativo ya sea al modelo tradicional de turismo como a las actividades

agropecuarias que tradicionalmente han predominado y predominan en la región; o sea estaríamos en condiciones de saber “quiénes y cuántos somos”.

Además se cuenta con un análisis FODA que debiera de ser ampliado con la participación de otros actores (públicos y privados) vinculados directamente e indirectamente al sector.

Lo que surge inmediatamente es la falta de un Diagnóstico Externo, o sea “cómo nos ven”. Si bien se tienen algunas devoluciones que aparecen hechas por turistas extranjeros, vía internet, que han visitado la región y que hablan de la calidez humana y la calidad – variedad de los recursos naturales encontrados. Pero este aspecto debiera de profundizarse mejor tomando en consideración la opinión de turistas, tour operadores, agencias de viaje, comercializadoras especializadas, entre otras.

Entre las oportunidades de trabajo que se sugieren

1. Organizarse para fortalecer espacios de trabajo conjunto a nivel regional entre los dueños – administradores de los establecimientos y entre dicho espacio y los actores públicos con competencias en el tema (Acuerdo de una Estrategia de coordinación con Intendencias y organismos centrales MINTURD – SNAP – otros). Fijar metas y cómo hacerlo. Provides puede actuar en esta instancia como entidad soporte y proveedora de algún tipo de asistencia técnica para encauzar el proceso de organización.
2. Diseñar la Estrategia Comercial: previamente se necesita un Estudio de Mercado y Diagnósticos de los mercados meta (a quién quieren dirigir la oferta), así como construir algún indicador de Capacidad de Carga. Coordinando con UNESCO – Provides – Intendencias – Ministerios, se debieran de propiciar instancias de intercambio de experiencias y conocimientos adquiridos en otras Reservas de Biosfera donde el turismo rural y el ecoturismo han pasado estas etapas.
3. Registrar y compartir mucha información acerca del Comportamiento del Consumidor (estudio de frecuencias en visitas, aplicación de encuestas de satisfacción de forma sistemática). Estar atentos a los cambios que va experimentando la demanda.
4. Análisis de la Competencia (otros destinos – reservas donde se promueve el ecoturísticos) acá es importante hacerlo de forma global, analizando los flujos mundiales y la tendencia para la región (prospectiva)
5. Revisar los Canales de Comercialización: promoción y difusión para poder tomar alguna alternativa más de conjunto.
6. Si bien la diversidad de actividades parece a priori una fortaleza, debieran de ponerse de acuerdo en acordar entre 2 o 3 idea fuerza que compartan todos los establecimientos. Se sugiere utilizar la marca Uruguay Natural y la de Reserva de Biosfera – UNESCO
7. Asegurarse un Programa de Capacitación bi anual para el sector coordinado organismos públicos y privados (Provides – Ministerios – Intendencias – Udelar – Instituciones Privadas – ONGs – Organismos Internacionales). Este aspecto debiera de encararse de forma colaborativa entre sectores, es decir: co-financiados. Temas posibles: planes de negocio y presupuestos de inversión para saber si es conveniente invertir en generar habitaciones en el establecimiento o coordinar con la

infraestructura ociosa que ya existe en el litoral costero este, diseño comunicacional, marketing para ecoturismo y turismo rural, entre otros.

8. Mejorar en el uso de las tecnologías: diseño de web conjunta, reservas online, trabajo profesional con intrenet. Destacar todo lo que tenga que ver con las ecotecnologías en materia de energía.
9. Identificar de forma conjunta cuáles son las obras de infraestructura, conectividad y equipamiento a ser creadas y/o mejoradas.
10. Analizar de forma conjunta las Líneas de Crédito y Microcrédito a nivel nacional para el tipo de establecimiento que se trata.
11. Considerar las Fuentes de Financiamiento para proyectos de carácter regional en el tema con énfasis en la conservación del patrimonio cultural y natural; analizar fondos regionales e internacionales.
12. A los actores públicos en coordinación con privados, realizar Análisis de Sustentabilidad de las acciones que se toman en la región en forma integral. Es posible que se produzcan cambios relacionados con la forestación, transporte, logística. Es importante en tal caso, mantener un buen nivel de información circulando entre los actores directa e indirectamente involucrados.
13. Participar activamente de los proyectos en ejecución, a continuación se identifican algunos:
 - a) PROGRAMA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS ESTRATÉGICOS (UR - L1018), BID – MINTURD
<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=902941>
 - b) PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DEL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS DE URUGUAY (URU/05/001)
<http://www.snap.gub.uy/>
 - c) PROGRAMA DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
<http://www.pacpymes.gub.uy/web/turismo/inicio>
http://www.pacpymes.gub.uy/web/turismo_en_Rocha/inicio
 - d) Múltiples proyectos que tienen en cuenta al turismo y que se vienen desarrollando a impulso de los Gobiernos Departamentales y las Direcciones de Turismo como mejora en las Estadísticas del Turismo y Fortalecimiento de las Políticas del Sector en el nivel departamental.

BIBLIOGRAFÍA

La cadena de valor y la ventaja competitiva. Autor: M. Porter en:
<http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catadprod/material/AO 8 porter 2.pdf>

Las tecnologías de información y las alianzas estratégicas como fuentes de ventaja competitiva en el sector turístico. Autores: Fernando Garrigós Simón, Daniel Palacios Marqués, Rafael Lapiedra Alcamí de Dpto. Administración de Empresas y Marketing - Universidad Jaime I de Castellón en:
<http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec99/pdf/itpe2.pdf>

Visión estratégica de las organizaciones virtuales en el turismo: Aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas. Autora: Oriol Miralbell Izard - Dirección General de Turismo Generalitat de Catalunya en:
<http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec99/pdf/itpe5.pdf>

MANUAL N° 3: PASOS PRÁCTICOS PARA MERCADEAR LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA
<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028848>

Instituto de Turismo Responsable – España en:
<http://www.biospherehotels.org/>

ANEXOS

Anexo 1.

Invitación al Taller de Devolución de Resultados de la Consultoría



Taller de Devolución de Resultados

En la fase de cierre de la Consultoría **ESTADO de SITUACIÓN del ECOTURISMO en la RESERVA DE BIOSFERA BAÑADOS DEL ESTE** se ha programado un **Taller de Devolución** de los resultados alcanzados.

El público objetivo lo integran los **directores de Turismo y los informantes turísticos** de las cinco intendencias de la Región Este – Cerro Largo, Treinta y Tres, Maldonado, Lavalleja y Rocha - **los empresarios** del sector que ofrecen Ecoturismo – Turismo Rural y Agroturismo en dicha región y los **técnicos** de Probides.

Programa

14:00 hs. APERTURA a cargo de representante de Probides.

14:20 hs Presentación de los asistentes – Lista de participantes.

14: 30 hs. Presentación a cargo de responsable del Estudio, Téc. Rosa Coria.

15:15 hs. Presentación del Análisis F.O.D.A., a partir del relevamiento.

16:00 hs. Acuerdos para el documento final.

17:00 hs. Plan de actividades futuras.

18:00 hs. Cierre.

Fecha: Viernes 7 de diciembre de 14:00 hs. a 18 hs. en la sede de Probides, **Ruta 9 km 204.**

Rocha,

Teléfonos: (047) 25005 y 28021

E-mail: probides@probides.org.uy

Anexo 2.

Asistentes al Taller de Devolución Pública de los Resultados

Viernes 7 de diciembre de 2007 - Probides

N°	Nombre	Institución	Teléfono
1	Luis A. Miller	Secretaría de Medio Ambiente I.M.C.L.	(0642) 6558
2	Juan B. Zerpa	Empresario Ecoturístico C.L.	(0679) 8045
3	Ivonne Moreno	Comuna de Rocha – Complejo Andresito	(0479) 6081
4	Gabriela Olid	Dir. Turismo Comuna de Rocha	(0472) 9728
5	Silvia Robaina	Dir. Turismo Comuna de Rocha	(0472) 9728
6	Patricia Bentancur	Comuna de Rocha- Complejo Andresito	(0479)6081
7	Mónica Lozano	Ministerio de Turismo y Deporte	mlozano@mintur.gub.uy
8	Viviana Miraballes	Of. de Turismo Lavalleya	094 012 807
9	Adriana Balsadan	Of. de Turismo Lavalleya	099 001 681
10	Walter R.Cabrera	Campo Chico- Maldonado	099 810 118
11	Carlos Rodríguez	Publicitario- Maldonado	094 983 389
12	Mónica Gonzalés	Of. de Turismo Lavalleya	099 843 622
13	Ivonne Castillo	Of. de Turismo Lavalleya	099 000 927
14	Manuela Sarasola	Directora de Turismo de Treinta y Tres	096 814 765
15	Veldad Domínguez	Informante Turística	094 846 482
16	Nestor Contini	Estancia “El Abra”	099 370 807 /0440 2869
17	Gleber Pereira	Guía Quebrada de los Cuervos	098 985 280
18	Claudia Ponce	Of. de Promoción I.M.C.L.	094 104 447
19	Serrana Fratti	Secretaría de Medio Ambiente I.M.C.L.	096 155 673
20	Gerardo Evia	Director Interino de Probides	(0472) 5005 / 4853
21	Oscar Iroldi	Consultor independiente	099 873 929
22	Valeria Colombo	Consultora CLAEH	099 108 494
23	Ana Amorín	Consultora independiente	099 872 993
24	Rosa Coria	Consultora responsable del Estudio	096 412 609

Anexo 3.

Formulario Base

Formulario N°: _____

Fecha: ____/____/2007

Encuestador:

Establecimiento ubicado en el Departamento de: _____

Ficha del establecimiento

1. Nombre del establecimiento:

2. Nombre propietario: _____ Nacionalidad _____

3. Nombre administrador: _____ Nacionalidad: _____

4. Dirección/Ubicación: _____
(Indicar Km sobre Ruta Principal / Ruta secundaria)

5. ¿Recuerda el padrón de catastro? _____ (a los efectos de luego hacer un mapa)

6. N° de teléfono: Característica (_____) N° _____ CELULAR: _____

7. Usa computadora: **SI** **NO**

8. CONEXIÓN A INTERNET: **SI** **NO**

9. MAIL: _____ WEB: _____

Veces que abre su casilla de correo a la semana: Indicar: _____

10. Rubro principal:

a) Ganadería _____

b) Agricultura _____

c) Forestal _____

- d) Minería _____
- e) Turismo _____
- f) Combinado ¿cuáles? _____
- g) Otro (indique) _____

11. AÑO DE COMIENZO CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: _____

12. Como empresa es:

- a) Unipersonal _____
- b) SRL _____
- c) Cooperativa _____
- d) S.A. _____
- e) Otra (especificar) _____

13. ¿Cómo identifica su oferta en turismo? (Marcar la o las Opciones)

A) Como TURISMO RURAL _____ **Def.** Aquella actividad turística realizada en espacios rurales, compuesta por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto respetuoso con el entorno natural y humano y que tiene interrelación con la población local. Se caracteriza por la autenticidad por lo tanto no es masivo. Se realiza sin dejar de lado las labores habituales del campo. Tiende a arraigar a la población en su lugar de origen y es una alternativa de trabajo para jóvenes y mujeres del medio rural.

B) Como AGROTURISMO _____ **Def.** Reúne las actividades realizadas en un establecimiento rural en producción, que ofrece al visitante alojamiento y participación en las actividades cotidianas agrícolas y/o ganaderas y alternativas de alimentación a partir de la elaboración de productos caseros -artesanales.

C) Como ECOTURISMO _____ **Def.** Aquella modalidad turística, ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve a conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

APRECIACIONES: _____

14. Atención al público, marcar

				Horarios	
Todos los días	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	_____
Vacaciones de verano	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	_____
Semana Santa o de Turismo	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	_____
Fines de semana largos	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	_____
Día del Patrimonio	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	_____
Otros	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	_____
Zafra	SI	<input type="checkbox"/>			Períodos: _____

15. Indique época del año en que recibe **más turistas:**

Enero – Marzo Abril – Junio Julio – Setiembre Octubre – Dic.

Otras épocas: Indicar: _____

16. Indique época del año en la que recibe **menos turistas:**

Nombrar: _____

17. De dónde provienen la **mayoría de los turistas (1°, 2°, 3°)**

- a) Montevideo
- b) Otros dptos. de Uy
- c) Región - Mercosur
- d) América Latina
- e) EUA
- f) Europa
- g) Otros
- h) Del propio departamento
- i) De los dptos. De la Región ESTE

18. ¿Cuál es el PROMEDIO DE ESTADÍA de los turistas en su establecimiento?

0 a 2 días 3 a 7 días 8 a 30 días más de 30 días

19. ¿Cuánto gasta un turista, por día, en su establecimiento, aproximadamente?

10 dólares (230 pesos) 50 dólares 100 dólares Más de 100

20. Diría que el margen de ganancia por turistas es:

Alto Medio Bajo POR QUÉ _____

21. Los turistas que lo visitan, vuelven siempre a veces o no vuelven

22. Si piensa en el perfil de sus turistas, ellos son:

A) En cuanto a edades:

NIÑOS

JOVENES

ADULTOS

ADULTOS MAYORES

B) Como viajan:

INDIVIDUAL EN PAREJA EN FAMILIA EN GRUPO

C) Son:

EMPRESARIOS TRABAJADORES PROFESIONALES

ESCOLARES / LICEALES Otros

23. ¿Cuál es el PRINCIPAL ATRACTIVO de su establecimiento?

CULTURA LOCAL

FLORA FAUNA PAISAJE

CONFORT DEL ALOJAMIENTO

CALIDAD DE LA GASTRONOMÍA

SEGURIDAD / Tranquilidad

BUEN TRATO

ARTESANIAS

OTROS

24. Medios de TRANSPORTE ¿Cómo llegan los turistas a su establecimiento?

Vehículo Propio Vehículo del Establ. Ómnibus Otros Indicar __

25. ALOJAMIENTO: SI brinda NO brinda

TOTAL HABITACIONES:

TOTAL PLAZAS:

PRIVADAS

COLECTIVAS

26. ALIMENTACIÓN: SI NO

TODO INCLUIDO SOLO DESAYUNOS Otras Indicar __

Tipo de plato	Marque la que corresponda
Tradicional (familia del establecimiento)	
Rápida	
Típica (de la zona)	
Internacional	
PROVEEDORES	Marque lo que corresponda
Con insumos propios del establecimiento	
Con insumos de la zona	

Otros proveedores	
OTROS	

27. Sirve VINOS? SI NO Indique Procedencia del Vino _____

28. RECREACIÓN: SÍ NO

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	Marcar
Cabalgatas	
Observación del cielo y estrellas	
Avistaje de aves – Reconocimiento de otros animales	
Reconocimiento de flora	
Interpretación ambiental - actividades educativas	
Caminatas - Senderismo	
Circuitos en carro	
Bicicleta	
MOTOCROSS	
Deportes Náuticos	
CUATRICICLO	
Circuitos 4 x 4	
Actividades rurales: ordeño, pastoreo, alimentación del ganado, sanidad del ganado, labranza de la tierra...	
Elaboración de bebidas y alimentos	
Safaris Fotográficos	
BUCEO	
Paseo en GLOBO AEROSTÁTICO	
PISCINA climatizada o no	

Instalaciones Deportivas (ej. canchas)	
PLAYA	
CAZA	
PESCA	
Canoa	
Compra de productos típicos de la zona	
Fiestas tradicionales	
Visita a Museos – Iglesias - Cementerios	
OTRAS	

***Agregar actividades que no están previstas en el cuadro pero que si existe**

29. PERSONAL ¿Es un emprendimiento Familiar? SI NO

30. ¿Los empleados provienen de la zona? SI NO

31. Del Total son: MUJERES VARONES

32. Edad promedio: Entre 18 y 30 Entre 30 y 50 Más de 50

33. ¿ALGUIEN HABLA OTRO IDIOMA? SI NO ¿CUÁL? _____

34. ¿Ha recibido el personal, capacitación en el último año? SI NO

¿Qué tipo de capacitación: _____

35. PRECIOS: Solicitar y adjuntar Tarifario

36. Imagen que usa para promover el establecimiento _____ Adjuntar Folleto

37. ¿Tiene Materiales de Promoción? ¿Cuáles?

Materiales de Promoción	Marque
Folleto	
Hoja - Tarifario	
GUIAS	
CD	
Página Web	
“Boca a boca”	
Videos	

Otros: especifique

Lugares de Promoción	Marque
Ferias - Expo en Uy	
Ferias en la Región	
Ferias Extra Región	
Centros de Informes del dpto. IM	
Centros de Informes de la Región Este	
Prensa escrita de	
MINTURD	
Embajadas	
Amigos y/o familiares fuera del país	
Prensa televisiva de	
Radio de	

COMERCIALIZACIÓN POR:	Marque
Agencia de Viaje ESPECIALIZADA	
Agencia de viaje Mayorista	
WEB	
Propia del establecimiento	
Asociaciones Profesionales de Turismo	
Central de Reservas	
Otras (indicar)	

38. Trabaja en colaboración con otros emprendimientos de la región: SI NO

¿CUÁLES? Nombrarlos: _____

39. CALIDAD: Realiza encuesta de satisfacción al visitante SI NO

40. Tiene a disposición un sistema de quejas y/o sugerencias SI NO

41. Aplica alguna norma de calidad SI NO

42. ¿Cómo? Sólo Con apoyo de alguna institución Con otros emprendedores

43. Su emprendimiento integra un ÁREA PROTEGIDA? SI NO Cuál? _

44. A su entender, ¿cuál es la fortaleza de su emprendimiento?

Nombrar: _____

45. ¿Cuáles son las principales debilidades? INDICAR: _____

46. NOMBRAR LO QUE SIGUE:

46.a) OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO: _____

46.b) METAS: _____

46.c) ESTRATEGIAS para lograr lo anterior: _____

47. Lo anterior lo tiene: ESCRITO o en el nivel de IDEA

48. Queremos seguir realizando entrevistas en la región: ¿podría nombrarme otros establecimientos que usted conozca y que trabajen en Ecoturismo – Agroturismo o Turismo Rural?

1. _____

2. _____

3. _____

49. CROQUIS ubicación establecimiento y centro poblado más próximo y observaciones del encuestador en cuanto a estado de los accesos y otros aspectos a tener en cuenta

--

OBSERVACIONES o NOTAS, POST ENCUESTA QUE SE PUDIERAN DEJAR POR ESCRITO Y QUE SERÁN DE UTILIDAD A LA HORA ANALIZAR, PRSENTAR – SISTEMATIZAR TODA LA INFORMACIÓN

Anexo 4.

BASE DE DATOS: ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS

N°	Departamento	Nombre del Establecimiento	Nombre Propietario/a	Nombre Administrador/a	Dirección	Teléfono	Celular	Mail	Web
1	Rocha	Los Mimbres	Daniel Revella	Daniel Revella/ Nery Coitinho	Ruta 15 Km. 99, 2 km, camino represa	0450 7021	99320559	losmimbres@hotmail.com/ losmimbres@adinet.com.uy	
2	Rocha	El Charabón	Jorge Zuasnabar	Graciela Sbarbaro	Ruta 9 km. 220 Paraje El Arbolito	0470 2403/ 02 71202 16	099127345/ 098801986		www.elcharabon.com
3	Rocha	Colonia Don Bosco	Salesianos		Ruta 16 Km.21,500	0470 6351	099 867827	ffrayos@adinet.com.uy	www.coloniodonbosco.com.uy
4	Rocha	Guardia del Monte	Rosina y Verónica Servetto	Alicia Fernandez	Ruta 9 Km. 261,5 camino rural 10 Km.	0470 5180	099 872588/ 0475 9064	guardiam@adinet.com.uy	www.guardiadelmonte.com
5	Lavalleja	Parador y Hostería Salus	Grupo Danque (?)	Alvaro Caruso (consecionario)	Ruta 8 Km. 109,500	641 11/53	99633756	paradorsalus@dedicado.net.uy	www.salus.com.uy
6	Lavalleja	Complejo Arequita	Gustavo Alzugaray		Cerro Arequita, gruta	0440 2731	94092514	grutaarequita@hotmail.com	
7	Lavalleja	Fundación Parque de Vacaciones UTE y ANTEL	UTE y Antel	Raquel del Pino	Ruta 12 Km. 347,500 Paraje San Francisco	044 30000	99632460	parquerecepcion@ute.com.uy/ rdelpino@ute.com.uy/ dpereira@ute.com.uy	www.parquedevacaciones.com.uy
8	Lavalleja	Valle del Hilo de la Vida	Gustavo Guerrero		Ruta 12 Km. 346		99663084	valledelhilo@hotmail.com	
9	Maldonado	El Centinela	Pedro Terra		Ruta 9 Km. 87 Gregorio Aznares. 6 km. hacia las sierras	049 02262	99278503	info@centinela.todouy.com	www.centinela.todouy.com
10	Maldonado	Solaz Pan de Azucar	Maviland S.A.	Jorge Fabeiro	Ruta interbalnearia Km. 94	0490 2314	99665433	solazpandearucar@adinet.com. uy	www.solazpandearucar.com.uy

11	Maldonado	Estancia Bellavista	Estela y Marcos Aznares	Marcos Aznares	Ruta Interbalnearia Km. 87	043 80414 / 81201	099603280/ 094382387	estanciabv@adinet.com.uy	
12	Maldonado	La Pampa	Alicia y Nidia Dalessandro		Km. 110 camino Nueva Carrara	042 49065			
13	Maldonado	La Pataia. Tambo El Sociego	Letitia D'aremborg	Carlos García Arocena	Camino Lusich, 4 km. De la Interbalnearia. 4 km hacia adentro.	042 22000	99446083	administracion@lapataiapuntadeleste.com	www.lapataiapuntadeleste.com
14	Maldonado	Haras Godiva	Carolin Mallmann	Leonardo Silbert	Ruta 10 Km. 184. 6 km. Por camino vecinal	0480 6112	99100057	info@harasgodiva.com	www.harasgodiva.com
15	Maldonado	Casa grande	Andrés y Alvaro De Giorgi	Andrés De Giorgi	Ruta 9 Km. 137. 2,300 Km. Camino vecinal	042 66804 0	96363467	casag@adinet.com.uy	
16	Maldonado	Las vertientes	Gilberta Toma		Ruta 9 Km. 130, 2 km. Al sur por camino de los ceibos	042 66999 7/ 66444 4	94616777	nerenber@adinet.com.uy	
17	Maldonado	La laguna	Raul Zabala		Ruta 39 Km. 67,500, 14 km. por camino vecinal	042 24845 2	94430900	lagunaz@adinte.com.uy	www.lalaguna.freeserviers.com
18	Maldonado	Stella Maris	Eduardo Hernández		Ruta 39 Km. 94,200	0440 6127			www.maldonadoturismo.com.uy
19	Maldonado	Campo chico	Walter Cabrera Silva		Ruta 39 Km. 34,200 Sierra de los Caracoles (8 km. Por camino a Carapé)	0410 2259	99810118	wacasi@adinet.com.uy	
20	Rocha	El Paraíso	José Luis Méndez		Ruta 10 Km. 275	0470 5266			

21	Rocha	Barra Grande	Mario Servetto		Ruta 9 Km. 249 Paraje Sarandí del Consejo	0470 5327	99050631	la_barra_grande@hotmail.com	
22	Rocha	Cerro del Indio	Octavio de los Campos	Karina Pijuan	Ruta 14. Camino del Indio. Km. 493	0470 4003	99872646	carpincho1@adinet.com.uy	
23	Lavalleja	El Abra	Nestor Contini		Ruta de Santa Lucía, 3ra. Sección (camino a barriga negra 17 km. Y 6 km. Camino vecinal)	0440 2869	99370807	elabra@adinet.com.uy	www.lavalleja.com/elabra
24	Lavalleja	Parque Salto del Penitente	Alberto Vignale		Ruta 8 Km. 125,500	0440 3096	99844386	parquedelpenitente@adinet.com.uy	www.saltodelpenitente.com
25	Lavalleja	La Calaguala	Graciela Grillo/ Anibal Correa	Graciela Grillo	Villa Serrana, calle Córdoba. Ruta 8 Km. 145 y 5 km. Camino vecinal	0440 2955	99387519	lacalaguala@adinet.com.uy	www.paysandu.com/lacalaguala
26	Lavalleja	Los Nietos	María del Huerto Martínez	Juan José Martínez	Continuación Avda. Flores frente al camping municipal. 10 km. De Minas. Arequita	0440 2570/ 044 26577			
27	Treinta y Tres	La Soledad	Dardo Rodríguez Recoste	Nelly Fabeiro	Ruta 8 Km. 306,500. Camino vecinal al este 3,400 km.	0450 2197	99857314	la-soledad33@hotmail.com	http://www.imtt.gub.uy/
28	Treinta y Tres	Cañada del Brujo	sucesión	Pablo Rado	Ruta 8 Km. 306,700 Camino a la quebrada, 14		99297448	cdelbrujo@latinmail.com	www.pleka/delbrujo.com

					km. Paraje				
29	Treinta y Tres	El capricho	Cesar Alvez Doprado	Ana María Alvarez	Ruta 8 Km. 306,700 Camino La Quebrada de los Cuervos. A 27 km. de la ruta 2 km. después de la Quebrada Yermal Chico. 4ta. sección	0450 2266	099267238/ 094808623/ 095110062/ 096865012	contaminacion14@hotmail.com	
30	Cerro Largo	Zerpa S.R.L.	Juan Zerpa		Ruta 18 a 250 m. del balneario Lago Merin	0679 8045	99805231	juanbzerpa@adinet.com.uy	

OTROS ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS*

31	Rocha	Reserva Ecológica La Laguna	Claudia Von Greavenitz	Idem	A 2km de Aguas Dulces por sendero	0475 2118	099602410	lalaguna@adinet.com.uy	www.lalaguna.netfirms.com
32	Rocha	Sierra de los Pensadores	Eisenhower Cardoso	Idem	Camino del Indio 30 km de Castillos	0470 5004	099867899		
33	Rocha	Monte Grande	Juan Carlos Olivera	Marcos Olivera	Ruta 10 km 267	6228629	099295177	montegrande@adinet.com.uy	www.portaldeldiablo.com.uy
34	Treinta y Tres	Los Plátanos	Marina Cantera	Idem	Ruta 7km 234 Valentines	0460 6232	099 855 603	losplatanostyt@hotmail.com	www.losplatanostyt.galeon.com

* Fueron encuestados luego de que se procesada la base de datos.

Anexo 5.

FORMULARIO MEDICIÓN SATISFACCIÓN DEL TURISTA – SURGIDO DEL CURSO A INFORMANTES DICIEMBRE DE 2006 – MINAS

Formulario

“Satisfacción al Turista”
Región Este

1. ¿Por qué razón escogió esta localidad/ciudad/región. (Marque todas las opciones que se apliquen)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Visita a amigos y/o familiares | <input type="checkbox"/> 2. Negocios / Convención |
| <input type="checkbox"/> 3. Sol, playas, recreo | <input type="checkbox"/> 4. Paseo |
| <input type="checkbox"/> 5. Parques nacionales, Reservas | <input type="checkbox"/> 6. Historia y Cultura |
| <input type="checkbox"/> 7. Ecosistemas, vida silvestre | <input type="checkbox"/> 8. Otros |

(especifique) _____

2. ¿Qué le impulsó a escoger este destino de su viaje? (Marque todas las opciones apropiadas)

- 1. Idea propia
- 2. Recomendación de amigos o familiares
- 3. Propaganda (especifique)
- 4. Documental en TV o revistas (especifique)
- 5. Otros (especifique) _____

3. ¿Hasta que punto influyeron las áreas naturales de este país (por ejemplo, parques nacionales, reservas, etc.) en su decisión de venir aquí? (marque una sola opción)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Motivo principal | <input type="checkbox"/> 2. Importante, influyó en mi decisión |
| <input type="checkbox"/> 3. Relativamente importante | <input type="checkbox"/> 4. No influyó en mi decisión |

4. ¿Cuál es su nacionalidad? _____

5. ¿En qué país vive? _____

6. Hombre Mujer

7. Edad 15 a 20 21 a 30 31 a 40 41 a 55
 56 a 69 más de 70

8. ¿Es su primera visita a este lugar?
 Sí No En este caso ¿cuántas veces ha venido anteriormente?

9. ¿Cuántos días pasó en este país/localidad/ciudad/región?

1 día	<input type="checkbox"/>
Fin de Semana	<input type="checkbox"/>
Una semana	<input type="checkbox"/>

Dos semanas	<input type="checkbox"/>
Tres semanas	<input type="checkbox"/>
1 mes	<input type="checkbox"/>

10. ¿Quién le acompaña durante este viaje?
 1. Nadie 2. Familiares (especifique número) _____

3. Amigos o colega 4. Grupo turístico

Otros _____

11. ¿Qué medios de transporte utilizó?

12. ¿Cuánto invirtió en su estadía?

Menos de 300 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 300 y 500 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 500 y 1.000 dólares	<input type="checkbox"/>

13. ¿Realizó algunas de las siguientes actividades durante su visita al país?

1. excursiones a montes autóctonos 2. observación de aves
 3. observación de vida silvestre 4. botánica

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 5. pesca y caza | <input type="checkbox"/> 6. acampar |
| <input type="checkbox"/> 7. excursionismo y caminata | <input type="checkbox"/> 8. visita a lugares históricos |
| <input type="checkbox"/> 9. paseos en lancha o bote | <input type="checkbox"/> 10. otros |

14. ¿Qué áreas protegidas/parques visitó? _____

15. Sabe usted que esta en un área protegida?

SI	
NO	

16. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Hotel de Cadena Internacional | <input type="checkbox"/> 2. Hotel local de buena calidad |
| <input type="checkbox"/> 3. Hotel sencillo | <input type="checkbox"/> 4. Albergue |
| <input type="checkbox"/> 5. Camping | <input type="checkbox"/> 6. Refugio |
| <input type="checkbox"/> 7. Alquiler de Casa de familia | <input type="checkbox"/> 8. Alquiler de casa |
- otros (especifique)
- _____

17. En general, ¿se considera satisfecho (a) por su visita al país/región/localidad?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. sí, muy satisfecho (a) | <input type="checkbox"/> 2. relativamente satisfecho (a) |
| <input type="checkbox"/> 3. no, desilusionado (a) | |

18. Anote (hasta 4 cosas) lo que más le gustó de su visita.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

19. En su opinión ¿qué podría hacerse para mejorar la calidad de la visita y de la experiencia? Tome en cuenta transporte, guías, información en mapas y guías turísticas, alojamiento, comida y actividades

20. ¿Se siente satisfecho (a) con la atención recibida?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. si | <input type="checkbox"/> 2. no |
|--------------------------------|--------------------------------|

Si contesto negativamente, explique las razones:

21. Piensa volver a este país/región/localidad.

1. si 2. no

Anexo 6.

**NÓMINA DE ESTABLECIMIENTOS IDENTIFICADOS PERO NO RELEVADOS
POR DIFERENTES MOTIVOS**

Departamento	Nombre del Establecimiento	Total no encuestados	Otros datos (dirección, teléfono, mail)
LAVALLEJA	La Fortaleza	3	Ruta 8 Km 145 VILLA SERRANA Tel: (598) 02 7071492 (598) 02 7093896 099 613564
	La Olla		Ruta 8 Km 145 VILLA SERRANA - LAVALLEJA Tel: (598) 0440 2799 (598) 044 23892
	Laguna de los Cuervos		Camino Valeriano Magri (entrada al Cerro Arequita) - LAVALLEJA Tel: (598) 0440 2746
MALDONADO	Laguna José Ignacio	1	Flia. Aguiar-Arrarte. Tel: (0480) 6041 agrotlagunajignacio@hotmail.com www.lagunajignacio.com.uy

Anexo 7.

FICHAS: Actividades y Publicaciones de PROBIDES vinculadas al turismo y de organismos nacionales

1. Cursos de formación

- Curso de Guías Turísticos: La Paloma, 18 de noviembre al 4 de diciembre de 1993.
- Curso de Guías de Naturaleza: La Paloma, 16 al 22 de octubre de 1995.
- Curso de Guardaparques: Colonia Don Bosco (laguna Negra), 11 al 15 de octubre de 1994.
- Curso de Formación de Personal de Áreas Silvestres Protegidas: Estación Regional de PROBIDES y salidas de campo al Potrerillo de Santa Teresa y a las lagunas de Rocha y Castillos; 25 de agosto al 14 de octubre de 1995.
- 1er. y 2do. Curso de Conocimiento y Reconocimiento de Flora Indígena: 13 al 17 de abril de 1994 y 18 al 22 de abril de 1995.
- Curso “Nuestro pasado cultural desde la perspectiva arqueológica”: Estación Regional de PROBIDES, 24 y 25 de marzo de 1995.
- Curso de Monitores Ambientales: Colonia Don Bosco, 7 al 13 de diciembre de 1997.
- Tres cursos de guías de turismo naturaleza para la Reserva de Biosfera Bañados del Este en los años 1999 y 2000 con participantes de Aiguá y Maldonado (Maldonado), Minas (Lavalleja), Treinta y Tres y Charqueada (Treinta y Tres), La Paloma, Castillos, 18 de Julio, Rocha y La Esmeralda (Rocha).

2. Publicaciones de divulgación turística

- Guía Ecoturística de Rocha

Esta publicación, de 1995, es el primer intento de ordenar la presentación de una oferta rica y variada de sitios y circuitos turísticos. Está organizada en capítulos que incluyen datos generales sobre el departamento: historia, geografía, economía, flora, fauna, cultura y tradiciones. Luego se desarrolla en circuitos a partir de un punto central y su entorno: las sierras de Rocha, la laguna de Castillos, la laguna Negra, San Luis, Chuy. Finalmente, se incluyen datos sobre cada localidad del departamento, servicios que tradicionalmente se ofrecen al turismo (infraestructura hotelera, campings, restaurantes, opciones de esparcimiento) así como las nuevas alternativas de ecoturismo y turismo rural y producciones artesanales por localidad. Incluye mapas e ilustraciones a color.

- Guía Ecoturística de la Reserva de Biosfera Bañados del Este

Publicación de 1999 continuadora de la anterior y de similares características y estructura. Amplía la cobertura territorial a todo el ámbito de la Reserva. Incluye ocho circuitos que se desarrollan en los departamentos de Rocha, Treinta y Tres, Maldonado, Lavalleja y Cerro Largo.

- Mapa de los Humedales del Este

Representa en forma gráfica una visión aérea del área de los Humedales del Este. Este mapa ha tenido mucha importancia desde el punto de vista didáctico, porque integra visualmente la casi totalidad del área geográfica de la Reserva de Biosfera Bañados del Este.

- Catálogo de artesanías de la Reserva de Biosfera Bañados del Este

Es el producto de un relevamiento realizado por PROBIDES del conjunto de actividades artesanales en la Reserva de Biosfera Bañados del Este. Contiene datos de más de 450 artesanos de los departamentos de Rocha, Maldonado, Lavalleja, Treinta y Tres y Cerro Largo.

- Serie Fichas Didácticas

N° 1: Cazando huellas

Autores: Diego Queirolo, Mónica Retamosa, Ricardo Rodríguez-Mazzini y Juan C. Rudolf. 1995.

Describe el método más utilizado para coleccionar huellas de animales, especialmente de mamíferos, a partir de la elaboración de moldes de yeso. Presenta además diez ejemplos de estos animales con sus respectivas huellas.

N° 2: La flora entre las manos

Autores: Carolina Leoni, Flora Veró y Eduardo Alonso. 1995.

Enseña paso a paso a elaborar un herbario, explicando como se realiza la colecta, prensado, montaje y conservación de las plantas. Incluye diez ejemplos de especies autóctonas.

N° 3: Cerritos de indios

Autores: Roberto Bracco, Carlos Fagetti, José López Mazz y Leonel Cabrera. 1995.

Presenta los resultados de recientes hallazgos arqueológicos realizados en "cerritos de indios" del departamento de Rocha.

N° 4: El palmar, la palma y el butiá

Autores: M.C. Lucy Cardoso, Con apoyo técnico de Eduardo Alonso, Mario Clara, Carolina Leoni, Carlos Fagetti y Juan Muzio. 1995.

Se refiere a los usos, costumbres, tradiciones, creencias y oficios vinculados al palmar. Se rescatan usos tradicionales e industriales, algunos de los cuales tienden a desaparecer, así como aquellos que, por su valor comercial, han venido incrementándose como las variadas formas de preparar el "licor de butiá".

N° 5: Planeta azul

Autores: Pablo Rodrigo y Carmen Velasco (redactores). 1998.

Presenta las características del océano y de las costas, su importancia como fuente de recursos y como regulador climático. Describe en particular las características de las costas uruguayas y algunos trabajos realizados por PROBIDES en las lagunas costeras de la Reserva de Biosfera Bañados del Este.

N° 6: Ballenas y delfines en la Reserva de Biosfera Bañados del Este

Autor: Rodrigo García. 1998.

Presenta las ballenas y delfines que frecuentan las costas de la Reserva y se refiere en profundidad a las más comunes y fáciles de avistar. Describe diversos aspectos de la biología y ecología cetácea incluyendo alimentación, reproducción, sistemas sensoriales, estructuras sociales y migraciones.

- *Serie Cuadernos del Potrerillo de Santa Teresa*

N° 1: Mamíferos, N° 2: Anfibios y reptiles, N° 3: Aves, N° 4: Flora.

Estos Cuadernos describen las principales características de las especies que habitan los distintos ambientes de la Estación Regional Potrerillo de Santa Teresa. Las mismas fueron registradas durante los estudios realizados por el equipo de investigadores de PROBIDES.

- **Serie Documentos de Trabajo**

N° 14: Misión de apoyo sectorial efectuada en Uruguay. Asistencia para el desarrollo de una propuesta ecoturística en el marco de la preservación del patrimonio natural de la Reserva de Biosfera Bañados del Este/ José Luis López Sancho.—Rocha: PROBIDES, 1997.

Contiene las recomendaciones de este consultor español para el desarrollo del turismo ecológico en el área de la Reserva.

N° 23: Isla del Padre (Río Cebollati). Propuesta de manejo y recomendaciones para el desarrollo turístico de su entorno / Carlos Fagetti, Bethy Molina, Carlos Prigioni y Javier Vitancurt.—Rocha : PROBIDES, 2000. 14 p. y anexos.

Presenta una propuesta para gestionar adecuadamente los recursos naturales de la isla mediante un uso ordenado del territorio. Incluye cartografía en color y un anexo con información biológica sobre el área.

- *Folletería*

Materiales de divulgación que apoyan el trabajo de guías en Potrerillo de Santa Teresa, Parque Nacional Laguna de Rocha, Parque Nacional San Miguel, Bañado de los Indios y senderos de interpretación en establecimientos privados. Folletos de promoción de productos naturales.

3. Implementación de la propuesta turística en áreas protegidas públicas

- *Estación Biológica Potrerillo de Santa Teresa.*

Desde 1993 es administrada en forma coordinada por PROBIDES y la Dirección Nacional de Medio Ambiente (DINAMA) del Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA).

Cuenta con las siguientes instalaciones destinadas al turismo: muelle, casa del Guardaparques, Centro de Interpretación (incluye exposición de materiales extraídos de un “cerrito de indios”), dos senderos de interpretación, plataforma de madera en el bañado, observatorios de aves. Las visitas son acompañadas por guías de naturaleza.

Durante la temporada de verano de 2001 se realizaron nuevamente traslados de visitantes a Potrerillo a través de la laguna Negra, a partir de la creación de la Cooperativa de Turismo Náutico (COTUNA), formada por un grupo de pescadores de Punta del Diablo, quienes adquirieron una barcaza mediante un préstamo otorgado por el Fondo de Fideicomiso. Desde el 4 de enero hasta el 28 febrero de 2001, casi 800 personas visitaron el área.

- Parque Nacional Lacustre Laguna de Rocha

En 1995, PROBIDES elaboró una propuesta de manejo y control del área para ordenar las actividades turísticas de la zona. Fue aprobada por organismos e instituciones competentes: Intendencia Municipal de Rocha, Ministerios de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente y de Ganadería, Agricultura y Pesca, y Prefectura Nacional Naval.

Cuenta con las siguientes instalaciones y materiales didácticos orientados al turismo: barreras de canalización vehicular y cartelería, refugio para el avistamiento de aves, sendero de interpretación, folletería acompañante, cartelería orientadora y educativa para los visitantes. Las visitas son acompañadas por guías de naturaleza.

Durante la última temporada (enero y febrero de 2001), los guías atendieron a los visitantes de miércoles a domingo, de 14 a 19 horas. Durante ese período, 4200 personas llegaron a la zona del observatorio y 1960 ingresaron al mismo y recibieron información.

- Área Protegida Bañados de San Miguel

El Área Protegida Bañados de San Miguel está ubicada al noreste del departamento de Rocha, dentro del Parque Nacional del mismo nombre. Actualmente en el territorio del Parque operan tres instituciones públicas: el Ministerio de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente, el Ministerio de Defensa Nacional y el Ministerio de Turismo.

El área protegida es un predio de 864,5 hectáreas perteneciente al Ministerio de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA) que alberga importantes sitios de patrimonio arqueológico, así como ecosistemas muy valiosos desde el punto de vista paisajístico y de diversidad biológica. El ingreso se encuentra sobre Ruta 19, a ocho kilómetros de Chuy y a 346 de Montevideo.

En 1997 PROBIDES, a través de un Convenio con el MVOTMA, preparó un sendero de interpretación ambiental que se interna en la Sierra de San Miguel y permite disfrutar de vistas panorámicas y formaciones rocosas, así como apreciar el bosque indígena y la fauna que lo habita.

- Bañado de los Indios

El Bañado de los Indios es una muestra representativa de los ambientes acuáticos palustres del sudeste de Uruguay. Es uno de los sitios más importantes en cuanto a la concentración de fauna de vertebrados y asiento permanente de los mayores contingentes de aves acuáticas para la zona de humedales de la laguna Negra. La alta biodiversidad del lugar está principalmente representada por gran variedad de aves y plantas acuáticas.

Se ubica a lo largo de los kilómetros 487 y 488 de la ruta 14, a unos 17 kilómetros de la ruta 9. En este tramo, la ruta 14 es conocida como "Camino del Indio". En 1998 PROBIDES instaló un observatorio de aves sobre este camino, que cuenta con el servicio de un guía de naturaleza durante los días sábados y domingos de los meses de temporada.

4. Desarrollo de la línea de Productos Naturales Artesanales de la Reserva de Biosfera Bañados del Este orientados al mercado turístico

Existe un número importante de habitantes del área de la Reserva cuya ocupación principal o secundaria es la elaboración de productos en base a materias primas provenientes de los recursos naturales locales. El uso de estos recursos naturales debe ser realizado respetando los ciclos biológicos de los mismos y permitiendo su renovación a través del tiempo. Se deben guardar asimismo criterios de viabilidad económica para las distintas producciones e incorporar como valor agregado los rasgos de identidad y origen de cada producto.

Dentro de esta línea de trabajo se desarrollaron experiencias de investigación aplicada para validar productos que integran la llamada línea de Productos Naturales Artesanales de la Reserva de Biosfera Bañados del Este que incluye: miel de abeja de origen botánico de palma (*Butia capitata*), ahumados y marinados de la pesca artesanal, vermicompost de cáscara de arroz para la producción hortícola orgánica, productos artesanales en general.

Durante el año 2000, ADEATUR y PROBIDES desarrollaron una serie de actividades de capacitación para mejorar y diversificar la variedad de platos presentados en las propuestas de turismo rural. Contaron para ello con el apoyo de la Asociación de Restauradores de La Paloma, la Sociedad Agropecuaria de Rocha y el Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL). Como fruto de esta iniciativa, se conformó un grupo de trabajo interinstitucional para el estudio y desarrollo de los ovinos criados en pasturas naturales que crecen en campos ubicados cerca del mar. El objetivo es brindar a los productores rurales una nueva opción productiva y a los establecimientos gastronómicos una carne de calidad y sabor característicos.

Para promocionar este producto se organizaron los dos primeros **Festivales Gastronómicos “Ovinos de la Costa Rochense”** durante dos fines de semana de enero y de febrero de 2001. En los mismos, los restaurantes incluyeron en sus cartas platos especialmente preparados con cortes de carne ovina de calidad. En marzo, y tras los excelentes resultados de los dos primeros festivales, se organizó el tercer **Festival Gastronómico “Lagunas y Camarones”**, buscando resaltar y potenciar otro recurso de alta calidad y fragilidad que se cosecha en las lagunas costeras rochenses. Esta vez, la organización estuvo a cargo de la Asociación de Restauradores de La Paloma, PROBIDES y la Liga de Fomento de La Paloma y contó con el auspicio de la Dirección Nacional de Recursos Acuáticos del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP).

5. Trabajo con la Corporación Rochense de Turismo

Apoyo al fortalecimiento institucional de la Corporación integrando el grupo de creación del Patronato de Turismo de Rocha y el Grupo de Planificación.

6. Apoyo a la creación y funcionamiento de la Asociación de Eco y Agroturismo de Rocha (ADEATUR) y promoción de áreas privadas

Desde 1997 PROBIDES ejerce la secretaría técnica de ADEATUR que incluye, entre otras actividades:

- Asesoramiento técnico para el diseño de senderos de interpretación, folletería, guía de establecimientos y cartelería.
- Formación de recursos humanos (cursos de guías de naturaleza y guardaparques, cursos de reconocimiento de flora y fauna autóctonas, promoción y mercadeo).
- Preparación de paquetes de servicios a ofrecer a otros agentes turísticos y al público en general.
- Apoyo al fortalecimiento institucional y coordinación grupal de la asociación.

FICHAS OTROS TRABAJOS

TÍTULO: MISIÓN DE APOYO SECTORIAL EFECTUADA A URUGUAY

AUTOR: CONSULTOR: DR. JOSÉ LUIS LÓPEZ SANCHO

ORGANISMO: PROBIDES *Informe de Consultoría*

AÑO: FEBRERO – MARZO 1997

OBJETO DE LA MISIÓN:

Asistencia para el desarrollo de una propuesta ecoturística en el marco de la preservación del patrimonio natural de la Reserva de Biosfera de los bañados del Este.

Objetivos de la Consultoría:

- Evaluar la oferta ecoturística existente en el departamento de Rocha, surgida en los últimos tres años, tanto de carácter público como privado.
- Apoyar los estudios sobre ordenamiento territorial de la Laguna Garzón y su área de influencia en que participa PROBIDES.
- Apoyar los trabajos de ordenamiento territorial y a la realización de planes de manejo y gestión en las áreas protegidas que integran la Reserva.

Conclusiones del informe del consultor en 1994. Análisis de un conjunto estimado de puntos débiles, fuertes y estrategias para el futuro del turismo en Uruguay.

Se señala el potencial y la importancia de desarrollar un turismo ecológico alternativo, tanto en el plano socioeconómico como en el medioambiental.

Turismo ecológico como alternativa de desarrollo

Después de realizar un análisis de la situación y las posibilidades del departamento de Rocha se concluye que “dentro del conjunto de posibles alternativas de desarrollo, la actividad turística sería la que podría aportar un mayor nivel de estabilidad económica a la población sin poner en peligro la conservación de los valores naturales de la zona.” (pág.22)

Continúa realizando un análisis de la situación actual y las perspectivas de desarrollo turístico en Rocha. En este sentido se señalan una cantidad de factores que estarían condicionando este potencial de desarrollo así como una serie de oportunidades y condicionantes favorables para el desarrollo turístico de la zona.

Culmina con un capítulo que contiene las **Conclusiones y Recomendaciones**. En este capítulo figura un apartado específico de recomendaciones en relación con el desarrollo del ecoturismo.

Se anexa una **propuesta para la redacción de un plan para la ordenación y el fomento del ecoturismo**.

TITULO: ISLA DEL PADRE (RÍO CEBOLLATÍ) Propuesta de manejo y recomendaciones para el desarrollo turístico de su entorno

AUTOR: Carlos Fagetti, Bethy Molina, Carlos Prigioni, Javier Vitancurt

ORGANISMO: Programa de Conservación de la Biodiversidad y Desarrollo Sustentable en los Humedales del Este. PROBIDES, 2000. (Documentos de Trabajo: 23)

AÑO: 2001 Rocha, marzo del 2000

Resumen del Contenido

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA

Características generales- Valores biológicos - Valores históricos y culturales - Valores paisajísticos - Valores ecoturísticos - Uso actual de la isla - Impactos encontrados

PROPUESTA: GESTIÓN DEL ÁREA PROTEGIDA MUNICIPAL ISLA DEL PADRE

Objetivos

- *Conservar la naturaleza*, para lo cual se definirán programas de actuación en relación con la erradicación de especies alóctonas y manejo del área con criterios de conservación.
- *Realizar educación e interpretación ambiental*, para lo que se propone el trazado de senderos de interpretación que sean visitados con fines educativos y/o recreativos.
- *Promover la recreación* mediante la habilitación de zonas de descanso y pesca deportiva.

ANEXO 2. Evaluaciones Ecológicas Rápidas aplicadas a la Reserva de Biosfera Bañados del Este. Área de trabajo: Isla del Padre, Río Cebollatí.

Objetivos particulares de la presente evaluación

El objetivo particular de este trabajo fue evaluar un área que había sido contemplada en la zonificación inicial de Bañados del Este, se trata de la Isla del Padre, ubicada sobre el río Cebollatí a corta distancia de su desembocadura en la laguna Merín. Esta isla integra, junto a los bosques ribereños al río y los bañados adyacentes, el área protegida con Recursos Manejados de la Laguna Merín. A su vez, las islas del Padre y del Parao junto a los ecosistemas asociados mencionados fueron propuestas como un Área Natural Silvestre dentro de la unidad de manejo mayor de la Laguna Merín (PROBIDES 1999).

En este trabajo se realizó una evaluación del área desde el punto de vista de la descripción de su biodiversidad y se obtuvo información sobre el uso del suelo, estado de conservación actual y amenazas. En particular se propuso para esta evaluación: relevar la flora y caracterizar grandes tipos de vegetación; relevar la fauna de anfibios, reptiles, aves y mamíferos; identificar sitios de interés biológico y determinar la presencia de especies de particular interés de conservación (endemismos, especialistas de hábitat, especies raras y especies amenazadas). Además, se procuró realizar observaciones sobre el grado de perturbación del área en términos de las actividades humanas desarrolladas y al mismo tiempo, identificar zonas con escaso grado de transformación.

TITULO: GUÍA PARA EL MANEJO DE LA ESTACIÓN BIOLÓGICA POTRERILLO DE SANTA TERESA

AUTOR: COORDINACIÓN Y REDACCIÓN DEL PLAN: LAURA GARCÍA

ORGANISMO: PROBIDES *Programa de Conservación de la Biodiversidad y Desarrollo Sustentable en los Humedales del Este*

AÑO Rocha, junio de 2000

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La Guía para el Manejo de la Estación Biológica Potrerillo de Santa Teresa pretende contribuir en el corto y mediano plazo, al adecuado manejo del área con miras a su conservación. En ella se establecen los objetivos de la Estación Biológica, normas, una zonificación y una serie de programas y subprogramas de manejo. Toda esta información debe servir de base para la elaboración de sucesivos planes operativos (anuales y bianuales) así como para la formulación de planes de acción específicos (por ejemplo, plan de investigaciones, plan de interpretación y educación ambiental, etc.)

- Por otra parte, la Guía propone un organigrama, donde quedan claramente definidas las responsabilidades y relación de dependencia del personal a cargo de la unidad.
- Como ya se dijera, esta guía debe considerarse un documento dinámico, que deberá revisarse y actualizarse periódicamente. Eventualmente, deberá ajustarse al Plan de Manejo que pueda elaborarse en el futuro para el Área Protegida Laguna Negra.
- Se recomienda que el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente apruebe oficialmente este documento, a fin de contar con un mayor respaldo para la ejecución de las propuestas aquí planteadas.

TÍTULO: TURISMO DE NATURALEZA. UNA OPCIÓN PARA LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN ESTABLECIMIENTOS RURALES DE LA RESERVA DE BIOSFERA BAÑADOS DEL ESTE.

AUTOR: Carlos Daniel Fagetti Piaggio

ORGANISMO: *Programa de Conservación de la Biodiversidad y Desarrollo Sustentable en los Humedales del Este.* PROBIDES, 2001. (*Documentos de Trabajo; 33*) Tesis de Maestría de la Universidad Internacional de Andalucía

AÑO: 2001

Resumen del Contenido

Definición de Ecoturismo/ Agroturismo/ Turismo de aventura/ Turismo de pueblos/ Turismo cultural

OBJETIVOS DEL TRABAJO

- Analizar las principales características del turismo uruguayo y en especial la modalidad del ecoturismo.
- Releva los recursos con potencial ecoturístico de la Reserva de Biosfera Bañados del Este y estudiar sus posibilidades de constituirse en una de las herramientas principales para la conservación de los recursos naturales y culturales de la región.
- Sistematizar la información sobre productos ecoturísticos tanto públicos como privados en el territorio de la Reserva.
- Evaluar al ecoturismo como complemento del turismo tradicional de sol y playa en el área de la Reserva y como forma de mejorar la rentabilidad de los productores rurales del área.

- Realizar recomendaciones para el fortalecimiento y desarrollo futuro del sector ecoturístico en el territorio de la Reserva.

RELEVAMIENTO DE SITIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS DE AGRO Y ECOTURISMO EN FUNCIONAMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DE ROCHA

- Realizar un diagnóstico de las ofertas de turismo rural y ecoturismo a nivel público y privado en el área de la Reserva.
- Definir componentes, propuestas y carencias de la oferta ecoturística local.
- Evaluar las tendencias previsibles del mercado en cuanto a la oferta y demanda ecoturística.
- Delinear futuras acciones para el desarrollo del sector.

Datos relevados

- Datos generales de cada establecimiento: nombre del titular, dirección, croquis rutero de accesos, superficie, nombre del establecimiento y fecha de inicio de las actividades turísticas.
- Definición del producto y del cliente al que va dirigida la oferta y formas de promoción utilizadas.
- Servicios y equipamiento de cada propuesta destinados a la oferta turística, así como los lugares de interés natural o cultural que el mismo presenta y las actividades de conservación realizadas.
- Capacitación de los recursos humanos participantes en los distintos servicios ofrecidos, así como el asesoramiento técnico recibido.
- Necesidades de capacitación, equipamiento, personal y asesoramiento técnico que presentan en este momento.
- Número de personas que han visitado cada establecimiento, tarifas de los servicios prestados, ingresos económicos e importancia que el rubro turismo ocupa en el giro de la empresa. En este capítulo se relevaron también otros rubros, proyectos presentados y destino que han tenido.

TÍTULO: El turismo rural en Uruguay: perspectiva desde la óptica asociativa

AUTOR: Margalet MAGLIO (Presidenta de SUTUR)

SEMINARIO SOBRE TURISMO RURAL Y SU CONTRIBUCIÓN A LA CREACIÓN DE EMPLEO Y A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

AÑO: Asunción (Paraguay), 12 y 13 de mayo de 2003

Presentación de un brevísimo resumen de datos del estudio de la oferta solicitado por SUTUR y realizado por el Ministerio de Turismo, que en cierta medida se corresponde con investigaciones internas de SUTUR:

Características de los establecimientos de Turismo Rural del país

De 84 establecimientos relevados en el país (emprendimientos privados), la mayoría de los establecimientos está ubicado en el sur del país y tienen entre 10 y 5000 hectáreas.

¿TURISMO RURAL o ECOTURISMO?

En general, el hecho de que una actividad sea turismo rural o ecoturismo depende del enfoque con que se propongan estas actividades. El turismo rural, en Uruguay no ha sido considerado hasta el momento como opción complementaria con el Ecoturismo, más bien se ha mantenido a distancia.

El nombre SUTUR Sociedad Uruguaya de Turismo Rural surge de varias investigaciones que nos llevaron a entender que dentro del Turismo Rural están otras formas alternativas de turismo en áreas rurales tales como: turismo de naturaleza, agroturismo, turismo aventura, turismo cinegético, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo ecuestre, turismo científico y por supuesto incluye también el ecoturismo.

La ponencia finaliza haciendo un recuento de las acciones emprendidas por SUTUR dentro de lo que denomina Programa de Calidad:

- Programa de capacitación de empresarios de turismo rural
- Programa de capacitación a operadores relacionados al turismo rural
- Asesoramiento técnico a empresarios de turismo rural
- Organización de encuentros en el interior del País y Argentina
- Participación en cursos y seminarios
- Participación en ferias y workshops
- Presentación de proyectos

TITULO: “Circuitos Turísticos Regionales Integrados” INFORME DE CONSULTORÍA

AUTOR: Rosa Coria – Coordinadora del Proyecto junto a Alejandra Camejo y Matilde González. Coordinador del PDL – CLAEH. Daniel Biagioni

ORGANISMO: Proyecto OEA / AICD - Ministerio de Turismo y Deporte

AÑO: Montevideo, Uruguay Agosto 2005 Rocha

Objetivos

El presente documento comprende un análisis de zonificación turística del Uruguay donde se consideraron zonas con desarrollo real de la actividad, así como las zona con potencial desde el punto de vista turístico; un relevamiento de recursos y atractivos turísticos; la identificación de productos turísticos a nivel nacional y la caracterización de las zonas en el marco de Proyecto con OEA de “Circuitos Turísticos Integrados” a nivel regional.

Así, los objetivos del proyecto son:

- Relevar información existente a partir de datos primarios e información secundaria, no realizándose en esta instancia trabajos de salida de campo.
- Analizar zonas turísticas.
- Identificar actores vinculados a iniciativas turísticas por zonas.
- Sistematizar y procesar la información relevada en una base de datos digital (programa Winisis).
- Identificar y categorizar productos turísticos.
- Jerarquizar las zonas y las propuestas turísticas según los siguientes criterios: (i) consolidados; (ii) potenciales

Zona VII Potencial de Influencia de Probides

Fortalezas

- Biodiversidad en una amplia zona con vocación turística
- Presencia de PROBIDES como entidad que propende a la articulación, fortalecimiento y capacitación de los actores locales

Oportunidades

- Complementar producto Sol y Playa
- Desarrollar el Ecoturismo de calidad
- Desarrollar fuentes de energía alternativa para reforzar el criterio de sustentabilidad

Debilidades

- Algunas áreas dentro de la zona quedan aisladas; ejemplo: la comunicación entre Rocha y Treinta y Tres es regular en el caso que no esté funcionando balsa de la Charqueada.

Amenazas

- La forestación, el avance del cultivo de arroz y sus subproductos.
- Grupos económicos interesados en la explotación minera en Quebrada de los Cuervos.

Base de Datos

Establecimientos de Turismo Rural, Agroturismo o Ecoturismo

Departamento	N° del Establecimiento en la Base de Datos (Fichas)
Maldonado	21- 95 – 96 – 97 – 98 – 99 – 100 – 140 – 141
Lavalleja	93 – 94
Rocha	143 – 145 – 146
Treinta y Tres	166
Cerro Largo	173

TITULO: FORTALECIMIENTO DE ALTERNATIVAS DE ECOTURISMO EN LA RESERVA DE BIOSFERA BAÑADOS DEL ESTE

ORGANISMO: PROBIDES *Programa de Conservación de la Biodiversidad y Desarrollo Sustentable en los Humedales del Este*

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

- El proyecto se propone el desarrollo de infraestructura básica que potencie los valores y atractivos en un circuito ecoturístico que abarque los departamentos de Maldonado, Lavalleja, Treinta y Tres y Rocha vinculado a las áreas protegidas de la región.
- Para ello se diseñarán e implementarán actividades de capacitación de los recursos humanos y fortalecimiento de las instituciones públicas y privadas vinculadas al ecoturismo de manera de mejorar la articulación de las mismas y la calidad de las propuestas a ofrecer a los visitantes.
- El proyecto se dirige a productores rurales y operadores turísticos públicos y privados de los departamentos mencionados.

Principales problemas detectados:

- Infraestructura inadecuada de la oferta ecoturística local.
- Ineficiente e inadecuada articulación público-privada.
- Bajo nivel de preparación de los recursos humanos.
- Desconocimiento de la oferta ecoturística de la Región de la Reserva de Biosfera Bañados del Este por parte de la población urbana del Uruguay y del MERCOSUR.

En función del diagnóstico anterior se proponen los siguientes objetivos:

- Infraestructura para mejorar la oferta ecoturística local.
- Mejorar la articulación público-privada.
- Capacitación de recursos humanos y fortalecimiento de los actores locales interesados en el uso sustentable.
- Promoción de la oferta ecoturística de la Región de la Reserva de Biosfera Bañados del Este hacia la población urbana del Uruguay y del MERCOSUR.

Anexo 8.

PRESENTACIÓN DE ALGUNAS GUÍAS TURÍSTICAS IDENTIFICADAS

Guía TB, estancias, hoteles, posadas, hosterías, Argentina y Uruguay

Como utilizar la guía- El Noroeste- La Mesopotamia- Los Andes y las sierras centrales- La Pampa y sus costas- La Patagonia- Alternativas regionales- Mapas de rutas- Índice de establecimientos

AUTOR: de la Colina Lisandro

FORMATO: 15x22

ENCUADERNACION

Rústica

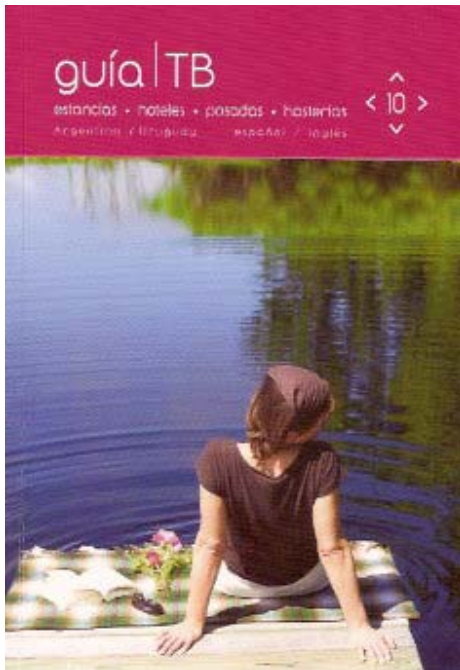
PAGINAS: 192

EDICION: 2006

CODIGO: 47855

ISBN: 987-21184-2-6

PRECIO: \$ 25.00



"Uruguay Guía Azul"

- Introducción
- Antes de viajar
- Información general
- Montevideo Imprescindible

- La Costa Este
- La Costa Oeste
- El litoral
- El interior

AUTORES

MANUEL MONREAL / JESUS GARCIA

FORMATO: ENCUADERNACION rústica

PAGINAS: 344

EDICION: 2007

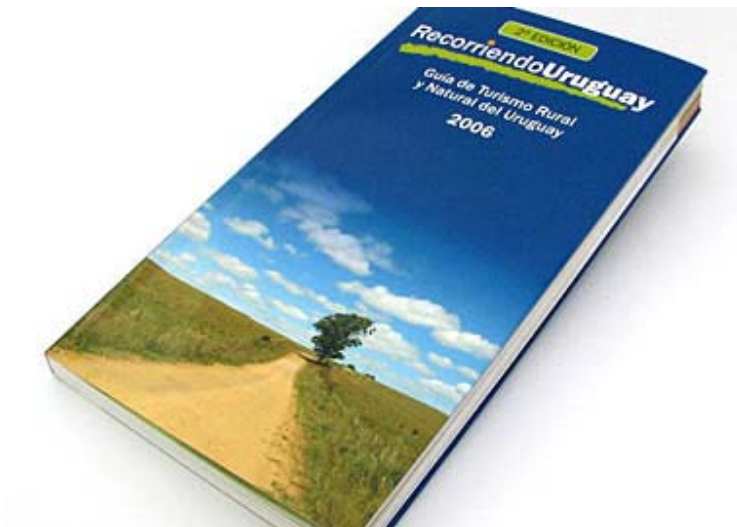
CODIGO: 49025

ISBN: 978-84-8023-587-7

PRECIO: \$ 110

Guía Recorriendo Uruguay (en librerías)

<http://www.recorriendouruguay.com.uy/>



Guía de Probides

<http://www.probides.org.uy/ecoturismo/index.htm>



Guía de Turismo GUAMBIA

<http://www.guiadeturismo.com.uy/guiaweb/>

