

HACIA NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS REGIONALES

CONVENIO MINTUR - UDELAR

INFORME FINAL - SETIEMBRE 2020



Coordinación general

Gabriela Campodónico - Gabriel de Souza — CURE AET FHCE UDELAR

Región Este

Gabriela Angelo - Facundo Bianchi - Ismael Lugo — CURE AET FHCE UDELAR
Ximena Insua — FADU UDELAR

Región Centro-Sur

Mariciana Zorzi - Fabiana Pontón - Elvira Demasi — CURE AET FHCE UDELAR
Valentina Levrero — FADU UDELAR

Centro Universitario Regional del Este CURE UDELAR

Área de Estudios Turísticos — FHCE UDELAR

Diseño de Comunicación Visual — FADU UDELAR

MINTUR

Soledad Viera, Kristina Bula, Gabriel Buere - Coordinación Regional

NOTA DE AGRADECIMIENTO

Este trabajo fue posible gracias a la colaboración en Centro Sur de la directora de turismo Cristina Otero (Colonia) y directores Andrés Viana (Durazno), Eugenio Bidondo (Flores), Gervasio Martínez (Florida) y Eduardo Rapetti (San José) y a todos sus equipos de trabajo.

En la Región Este se agradece la colaboración de las directoras Ana Caram (Rocha) y Virginia Porto (Treinta y Tres) y los directores Eduardo Yañez (Cerro Largo), Luis Borsari (Maldonado) y Daniel Fernández (Lavalleja). También fue relevante el contacto directo con los equipos técnicos instalados en cada uno de los departamentos.

Se agradece también a todo los emprendedores turísticos, grupos de turismo e instituciones locales que colaboraron con la investigación.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
Objetivo general	9
Beneficios de la articulación	11
Plan de trabajo	13
Apuntes metodológicos y proceso de elaboración	14
Revisión de documentos y recolección de datos	14
Trabajo de Campo	16
Supuestos de partida y limitaciones	17
Contextualización a partir de los datos y tendencias	17
Turismo interno	17
Caracterización de la demanda	19
Turismo receptivo y nuevas formas de viajar	21
Contenidos generados por los visitantes	23
SABORES DE LA REGIÓN	29
Presentación del Proyecto	29
Justificación y antecedentes	30
Proyecto reflexivo e inclusivo	32
Sitios de interés	38
Recomendaciones para el desarrollo del producto	47
Casos y prácticas innovadoras	52
TRENES Y PUEBLOS	54
Introducción	54
Contexto	57
Justificación y antecedentes	61

Antecedentes	62
Mal Abrigo - (sobre Ruta 23)	62
Cardal - (sobre Ruta 77)	63
Blanquillo - (sobre Ruta 43)	63
25 de Agosto (sobre Ruta 77)	64
Trinidad	64
Estancia Indare	65
Antecedentes a nivel nacional	65
Recomendaciones para el desarrollo del producto	67
Comentarios sobre las recomendaciones	69
TURISMO ECUESTRE	73
Introducción	73
Ruta del Caballo y del Jinete	76
Ejes temáticos a desarrollar	76
Caballos, tradiciones y deportes ecuestres	76
Del mundo del caballo y la calidad de vida	81
Pueblos del caballo: turismo ecuestre	86
Posible demanda de turismo ecuestre	88
Recomendaciones para el desarrollo del producto	91
ACTIVIDAD INTEGRADORA	95
Festival Gastronómico 4 Estaciones	95
BIBLIOGRAFÍA	99
ACRÓNIMOS	105
GLOSARIO	109
ANEXOS	116
Sitios de interés - Proyecto Sabores de la Región	116
Departamento de Durazno	116
Departamento de Florida	118
Departamento de Colonia	124

Departamento de San José	126
Departamento de Flores	128
Información adicional Proyecto Trenes y Pueblos	132
Comentarios sobre el patrimonio ferroviario y los ejes de ruta	132
Estado de las estaciones visitadas	134
Datos de la Encuesta Continua de Hogares relevantes para esta investigación.	139

INTRODUCCIÓN

El presente documento muestra los resultados del trabajo de investigación desarrollado en el marco del convenio de cooperación técnica entre el Ministerio de Turismo y la Universidad de la República a través del Centro Universitario Regional Este (CURE). El objeto de dicho convenio es estudiar, evaluar y colaborar en propuestas de gestión de recursos y diseño de productos turísticos en la Región Este (Cerro Largo, Lavalleja, Maldonado, Rocha, Treinta y Tres) y la Región Centro Sur (Durazno, Flores, Florida, San José y Sureste de Colonia). Para ello, se plantea diseñar nuevas oportunidades de desarrollo turístico que apunten a valorar sitios de interés de las regiones, a través de proyectos que articulen la oferta de las localidades y departamentos. Esto implica la coordinación con referentes técnicos territoriales en productos turísticos del Área de Planeamiento Estratégico del Ministerio de Turismo, equipo de las Direcciones de Turismo y otras áreas de las Intendencias Departamentales y Municipios, actores del sector empresarial y/o de organizaciones de las comunidades locales.

Una región puede ser definida como “un territorio que adquiere distinción del resto del espacio en base a la presencia de algún atributo que le otorga un grado de homogeneidad interna” (Arocena, 2011:18). Los proyectos regionales responden al desafío de integración y coordinación entre departamentos pero también entre políticas y acciones vinculadas al ambiente, la cultura y al fomento del emprendedurismo.

Por otro lado, las regiones no son simples unidades espaciales, sino más bien “redes de conexiones que vinculan población y lugares” (Agnew, 2001: 204). En este sentido, **algunos de los proyectos aquí planteados no implican necesariamente un recorrido o una conexión espacial, sino más bien la integración de actores a un modelo de gestión y/o un programa de acciones sobre una temática de interés turístico.**

Para conocer qué recursos territoriales le proporcionan identidad y contenido a los proyectos turísticos regionales, la planificación estratégica de estas regiones necesita del análisis del sistema turístico y sobre todo, de las diferentes formas de conocimiento acumulados en el territorio mediante proyectos y experiencias de gestión. Estos antecedentes aportan aprendizajes que permiten la reflexión acerca de los diferentes momentos de un diseño flexible, en un proceso cíclico de desarrollo y evaluación. Además de las interrelaciones entre oferta, demanda, elementos del medio físico e institucionales que interactúan entre sí (OMT, 1994), “la gestión territorial del turismo debe estar atenta a la conservación patrimonial, al respeto de los recursos naturales y a las comunidades. Lo que significa, por una parte, solidaridad social y, por otra, el resguardo de valores que han dado lugar a atractivos y diferenciales” (MINTUR, 2019:44). En este marco, el diseño de la propuesta de proyectos regionales se elabora bajo un enfoque integrador y sistémico del turismo, como instrumento para el desarrollo local sostenible.

El abordaje se orienta a una planificación que busque el equilibrio entre las dimensiones económicas, socioculturales y ambientales del desarrollo turístico “que optimice el derrame económico turístico, valorando la identidad local, el patrimonio natural y cultural, capitalizando el esfuerzo de la comunidad en materia de ordenamiento territorial y de gestión sostenible y asegurando que los recursos estén disponibles para las generaciones futuras” (MINTUR, 2019:48).

Las propuestas, aportan al fortalecimiento institucional del turismo en el marco del Plan Nacional 2030 (MINTUR, 2019), así como a la integración intersectorial, en el entendido de que es necesario: “capitalizar la vocación multidisciplinaria, plurisocial de proyección territorial del turismo, desarrollando la capacidad de articulación e integración público-privada, pública-pública y privada-privada que permita el diseño, la financiación y la gestión de los proyectos” (MINTUR, 2019:47).

Para que los proyectos favorezcan la articulación de los actores turísticos públicos y privados en torno a una temática e intereses en común, es necesario liderar procesos que fomenten la interdependencia estratégica. Según Wang y Xiang (2007), los actores del sector entienden que la colaboración los posiciona mejor para minimizar costos y mejorar las condiciones para competir y crear valor en conjunto a partir del conocimiento, la toma de decisiones, la participación y la corresponsabilidad (Wang y Xiang, (2007:78). En este sentido, el diseño de proyectos regionales construye la práctica de la conectividad y la capacidad creativa para tejer vínculos y optimizar los beneficios.

“Uruguay vive una realidad de diversificación de oferta (...) En relación directa con el crecimiento del poder adquisitivo de la población, también los habitantes tienen posibilidades de tomar información y contacto con esas nuevas oportunidades, haciendo del turismo interno y el turismo social factores que aportan a la sostenibilidad del Sistema Turístico” (MINTUR, 2019).

Los proyectos aquí planteados aportan contenidos a las marcas turísticas regionales, dinamizando recursos y atractivos que por sí solos tendrían poca capacidad de atracción. A su vez, plantean nuevas respuestas sobre cómo diseñar vías, redes y fórmulas para la articulación entre los prestadores de servicio privados y los actores públicos con diferentes intereses y voluntades. De esta forma, desarrollar “instrumentos para alcanzar el acceso al mercado de nuevos emprendedores, vinculados a las necesidades de destinos y regiones” (MINTUR, 2019).

Al comenzar el trabajo, nadie podía prever la conmoción de la pandemia e imaginar la situación en que se encuentra el país y el mundo en este momento.

Esta situación ha producido cambios drásticos en la vida social en general y, en especial, aquellos que tienen que ver con la movilidad (o la inmovilidad) a la que estamos sometidos.

El sector turístico se encuentra entre los más afectados por la situación. La OMT ha estimado los impactos de la pandemia en el turismo, a nivel internacional, calculando entre 850 y 1.100 millones de turistas internacionales menos; entre 910 mil y 1,2 billones de dólares no percibidos en ingresos de exportación del turismo, y entre 100 y 120 millones de empleos directos del turismo amenazados (OMTa, 2020).

La pandemia de COVID-19 afectó a los viajes y al turismo pero, a su vez, ofrece una oportunidad para la reflexión y la reorganización con el fin de crecer de una forma sostenible. En el informe que elaboró la OMTb (2020) se plantean recomendaciones que se dividen en tres ámbitos: 1) Gestión de la crisis y mitigación de sus efectos 2) Suministro de estímulos y aceleración de la recuperación 3) Preparación para el futuro. Por el carácter interrelacional del sistema turístico, un pequeño cambio de una condición (por ejemplo, la apertura de las fronteras con Argentina) crea un fuerte impacto en varios aspectos que interactúan y deben ser tomados en cuenta. “Todavía no sabemos cuál será el impacto de la COVID-19 en el turismo mundial. No obstante, debemos apoyar al sector desde ahora, mientras nos preparamos para que, cuando vuelva el crecimiento, sea más fuerte y sostenible” (OMTc, 2020).

Por otro lado, los cambios provocados por la crisis sociopolítica y económica asociados a la pandemia implican transformaciones en la imagen de los destinos, de acuerdo a las asociaciones cognitivas y afectivas. Este contexto puede crear profundas marcas en el pensamiento, la actitud y la forma en que viajan los turistas, predispuestos a elegir cada vez más destinos nacionales sobre extranjeros y, a apoyar las economías locales y nacionales. Este comportamiento ha sido estudiado como “etnocentrismo turístico” (Wang y Xiang, 2007: 78) y ha dado paso a cierta reflexividad en las prácticas. Temas referidos a la convivencia social y al medioambiente aparecen en el debate, y se hacen visibles problemas no abordados. En este contexto de cierre de fronteras, el turismo interno se ha convertido en la modalidad predominante de los viajes. Una oportunidad de consolidación y posicionamiento de destinos a ser aprovechada por aquellos destinos dispuestos a reorientar su estrategia de acuerdo a los nuevos perfiles de demanda.

A la vez, emerge la posibilidad de pensar en formas de actuar alternativas desde lo sociocultural, económico y ambiental. El sector turístico se encuentra entonces interpelado por este escenario, desde la perspectiva de fortalecer a las comunidades locales y los emprendimientos turísticos de las regiones.

Las propuestas presentadas en este trabajo aportarán recursos a los destinos turísticos, para ser más resilientes y manejar mayor cantidad de respuestas ante eventos críticos tales como el COVID 19 o los efectos del cambio climático.

La investigación en turismo se vuelve un imperativo para que el MINTUR y las intendencias departamentales lideren estrategias creativas para la gestión pública. La acción colaborativa promueve la inteligencia en los destinos como respuesta para articular los diferentes formas de conocimiento y los recursos ante la situación. Tanto los recursos económicos para la gestión, como aquellos vinculados al conocimiento del sector: el generado por profesionales en materia turística, el acumulado por parte de los gestores públicos del MINTUR e intendencias, los saberes de las comunidades locales y el de los actores turísticos en especial.

Desde hace unos años, el MINTUR cuenta con técnicos en el territorio, fundamentales para liderar estos procesos y trabajar junto a las direcciones de turismo departamentales. Dependerá de estos técnicos el desarrollo de agendas de trabajo para la integración “en el camino que pasa por la regionalización y la desconcentración hasta alcanzar una descentralización que signifique la instalación de recursos humanos y materiales, así como el poder de decisión en la ejecución, constituyendo espacios de gobernanza” (MINTUR, 2019:47).

La diversificación geográfica de la actividad turística promueve también el desarrollo de experiencias turísticas que comprometen y benefician directamente a los residentes. Las propuestas deben contemplar la calidad de vida de los residentes como una marca turística de los destinos y desarrollar la identidad territorial en torno a esa imagen. De esta forma, favorecer la autoestima y la convivencia entre residentes y turistas (MINTUR, 2009). El desarrollo de los proyectos supone un aporte a la vida social de los pobladores y a la mejora de los espacios públicos de las localidades.

Los proyectos planteados en este documento se proponen estimular nuevos vínculos entre los lugares, sus poblaciones y los sectores productivos significativos para las regiones

Objetivo general

Diseñar nuevas oportunidades de desarrollo turístico que apunten a valorar sitios de interés de las regiones, a través de proyectos que articulen la oferta de las localidades y departamentos.

BENEFICIOS DE LA ARTICULACIÓN

La articulación de los proyectos que serán presentados en este documento contemplan potenciales beneficios, tanto para la comunidad local, emprendedores, gestores y visitantes, como para la región en un sentido más amplio.

comunidad local



- > Inclusión de nuevos destinos y localidades a la actividad turística.
- > Una oportunidad de reparar los desequilibrios territoriales de la actividad turística y aprovechar las nuevas formas de hacer turismo, visitantes más activos y más responsables con los destinos que visitan.
- > Puesta en valor de bienes culturales: actividades, oficios, sitios de interés y servicios vinculados.
- > Incremento del desarrollo de sus capacidades como residentes anfitriones.
- > Oportunidades de empleo en entornos rurales y pequeñas localidades de la región.
- > Diversificación de la oferta de productos y servicios locales.
- > Inclusión de nuevos actores al sistema turístico.

emprendedores



- > Creación de nuevas unidades de negocio vinculadas al turismo
- > Mejorar la calidad de la prestación de servicios
- > Acceso a fondos concursables acordes a su rubro o actividad
- > Vinculación con otros actores y emprendedores locales y regionales.
- > Promoción de sus productos o servicios en conjunto con otros emprendimientos - disminución de los costos de promoción.
- > Complementariedad de las propuestas de los emprendimientos según rubro.
- > Mayores posibilidades de captar nuevos mercados y segmentos específicos.
- > Generación de nuevas capacidades.

Beneficios

visitante



- > Enriquecimiento personal a través de experiencias transformadoras y memorables.
- > Beneficios desde la perspectiva de la calidad de vida.
- > Posibilidad de realizar actividades con toda la familia, para todas las edades.
- > Acceso a una oferta de servicios turísticos sólida.

gestores



- > Creación de espacios de trabajo público/privado.
- > Diversificación de la oferta
- > Captación de inversiones para la mejora de la competitividad de los destinos.
- > Profundización en el mejoramiento de los servicios.
- > Creación de espacios de trabajo con otras áreas y sectores.
- > Implementación de buenas prácticas, estándares de seguridad y calidad en las actividades a mediano y largo plazo.
- > Co creación de proyectos de extensión e investigación con la Udelar sobre temáticas específicas.
- > Co creación de programas de capacitación en segmentos específicos con instituciones como Inefop y Udelar.

Los proyectos regionales tienen por objetivo crear nuevas oportunidades de desarrollo turístico que aporten a valorizar sitios de interés de la región, articulando la oferta de las localidades y departamentos.

TRABAJAR
JUNTOS PARA
LOGRAR
MEJORES
RESULTADOS

Plan de trabajo

Actividades		Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12
Diseño metodológico	Reunión con referentes del MINTUR e Intendencias						
	Reunión/presentación de equipo de trabajo y responsables del Proyecto						
	Reunión con direcciones de turismo						
	Ajustes al plan de trabajo en reuniones de equipo						
	Definición de prioridades, información a incluir y temáticas para el diseño de proyectos regionales						
	Definición plan de trabajo y metodología para el relevamiento de sitios de interés turístico						
Recolección de datos	Revisión de antecedentes: investigaciones y proyectos de regionalización						
	Relevamiento de proyectos turísticos						
	Relevamiento de programas y planes						
	Relevamiento de formación de capacidades para el turismo en el territorio						
	Datos estadísticos del Ministerio de Turismo y de las Intendencias sobre la demanda: Microdatos de la Encuesta de Turismo Interno; Informe de Turismo Receptivo del MINTUR (2018)						
Diagnóstico de la situación inicial - Primer informe							
Trabajo de campo	Relevamiento a los sitios de interés turístico, existentes o potenciales						
	Relevamiento de empresas, actividades y servicios según sitios de interés						
	Gestión y logística para las salidas de campo						
	Visita a los sitios: relevamiento primario						
	Entrevistas en profundidad a los actores relevantes						
	Identificación de acciones e inversiones clave						
	Reunión de evaluación y diagnóstico con referentes MINTUR						
Recolección de datos	Redes sociales turísticas.						
	Relevamiento de información y notas de prensa en páginas Webs y Redes Sociales						
	Relevamiento de documentos, informes, proyectos de inversión, infraestructura y equipamiento						
	Microdatos del Módulo de Turismo Interno de la Encuesta Continua de Hogares del INE; Otros datos acerca de los visitantes y prestadores de servicios turísticos de las intendencias.						
Presentación de avances - Segundo informe							
Informe de Avance	Presentación de avances de proyectos a las direcciones de turismo						
	Devolución sobre los avances de proyectos						
	Diseño de tres productos turísticos regionales						
	Diseño de recomendaciones de gestión para la viabilidad de los proyectos						
Informe Final							

Apuntes metodológicos y proceso de elaboración

La estrategia metodológica del presente trabajo es de carácter fundamentalmente cualitativo, en tanto se centra en los análisis de los documentos y de discursos de distintos actores clave en el desarrollo de proyectos turísticos en la región Centro-Sur y Este. A su vez, un relevamiento de datos cuantitativos, permite contextualizar algunos aspectos estructurales en relación a la oferta y la demanda de turismo, así como caracterizar a las zonas en donde se desarrolla el proyecto.

La investigación comprendió dos fases que funcionan como ventanas en el camino para diseñar proyectos turísticos regionales. Estas fases fueron: revisión de documentos y recolección de datos; y el trabajo de campo.

Revisión de documentos y recolección de datos

La primera etapa de la recolección de datos estuvo orientada a identificar y analizar las distintas dimensiones de la gestión turística relativas a los ejes de proyectos aquí planteados.

En esta etapa se relevaron y categorizaron distintos proyectos antecedentes, principalmente aquellos tendientes a la regionalización, finalizados o en ejecución, en los departamentos que forman parte de la Región Este y Centro Sur, directa o indirectamente relacionados al sector turismo.

- [Relevamiento de Proyectos Región Centro Sur](#)
- [Proyectos Región Este](#)

Como fuentes para el relevamiento de proyectos fueron consultadas las bases de datos online de las siguientes instituciones: Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP)¹, Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII)², Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE)³ y Comisión Sectorial de Investigación Científica (CSIC) de la Universidad de la República (UDELAR). También fueron consultadas las páginas webs de instituciones como Ministerio de Turismo (MINTUR) y Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA) y de programas específicos como el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD). Además, el equipo se reunió con los referentes del Ministerio de Turismo con el fin de verificar la existencia de otros proyectos en el territorio y validar la información colectada.

La información fue sistematizada en una base de datos por departamento, y los proyectos fueron clasificados en A y B, según su finalidad.

1 <https://otu.opp.gub.uy/mirador>

2 <https://www.anii.org.uy/proyectos/>

3 <http://ande.org.uy/>

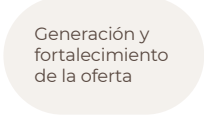
Tabla 1: Categorías y criterios para clasificación de proyectos.

Categoría		Criterio
	>	Proyectos vinculados directamente al turismo.
	>	Proyectos vinculados indirectamente al turismo.

Fuente: Elaboración propia.

A su vez, fueron clasificados en función del tipo de proyecto, objetivos y resultados alcanzados, pudiéndose observar en la tabla 2 las categorías y los criterios utilizados:

Tabla 2: Categorías de proyectos y descripción de criterios.

Categoría		Criterio
	>	Proyectos que promueven o estimulan la articulación productiva, intersectorial y territorial.
	>	Proyectos que están centrados en la creación de un producto turístico para una localidad o zona.
	>	Proyectos vinculados a mejora de la infraestructura (vial, saneamiento, electricidad, etc) que agregan valor y mejoran las condiciones de localidades y ciudades.
	>	Proyectos y acciones que generan capacidades y mejoras vinculadas a disponibilidad y calidad de recursos humanos.
	>	Proyectos y acciones que fomentan la cultura emprendedora, la creación y mejora de emprendimientos turísticos.
	>	Proyectos que están centrados en la promoción y comunicación de un producto turístico o de un destino.

Fuente: elaboración propia.

Nota: las categorías son un ejercicio analítico. En la realidad de los proyectos conviven distintas dimensiones. Por ejemplo, en un proyecto clasificado como de “generación y fortalecimiento de la oferta”, quizá se encuentren asuntos vinculados a “la infraestructura”.

Por otro lado, la recolección de datos también incluyó la revisión de antecedentes de investigaciones académicas sobre las temáticas planteadas por los proyectos y el relevamiento de documentos, informes, proyectos de inversión, infraestructura y equipamiento.

Por último, se avanzó en el análisis de los contenidos generados por los usuarios de las plataformas más influyentes para los proyectos (*Tripadvisor, Google Maps y Booking*). El análisis tomó en cuenta cómo se concentran los comentarios de los usuarios según las localidades y permitió captar, en parte, las huellas digitales de los turistas que dejan tras el consumo de los espacios que transitan (Van der Zee et. al., 2018). Captar estos datos, permitió introducir el análisis sobre las valoraciones y los flujos turísticos y a su vez, ilustrar algunas herramientas de monitoreo para los gestores y emprendedores del sector.

Trabajo de Campo

Una vez realizado el análisis de los antecedentes y el relevamiento de proyectos por departamento, se seleccionaron las localidades para realizar un calendario de salidas de campo⁴.

El trabajo de campo consistió en el relevamiento de los sitios de interés turístico, existentes o potenciales de las regiones estudiadas, según los ejes temáticos, para poder delimitar el universo a ser investigado. Dentro de los elementos del sistema turístico, el análisis aquí presentado puso énfasis en los recursos y atractivos, actividades, servicios y empresas turísticas, infraestructura y equipamiento turístico de apoyo.

A su vez, fue fundamental el proceso de diálogo con los actores implicados para comprender la acumulación del conocimiento del sector en el territorio. El acercamiento al territorio permitió conocer en los sitios de interés a los actores turísticos clave; las características de la conectividad; acceder a datos sobre la institucionalidad turística y las experiencias de asociatividad turística en las localidades; los contenidos de la imagen e identidad turística; el empleo turístico y las capacidades de algunos actores de la comunidad anfitriona y; el relevamiento de las principales fiestas, eventos y acontecimientos programados.

El trabajo de campo permitió identificar los grados de articulación de los actores turísticos como variable importante para argumentar acerca de la viabilidad del diseño de proyectos comunes y la visualización de beneficios colectivos.

Supuestos de partida y limitaciones

El estudio se basó en el supuesto de que entrevistar a ciertos actores turísticos (públicos y privados) es una forma razonable de obtener una visión general actualizada de los sitios de interés y la viabilidad de los proyectos regionales.

Sin embargo, todo método contiene en sí mismo sus posibilidades y este enfoque puede tener algunas limitaciones que incluyen: el sesgo de selección de los actores turísticos; sesgo de la opinión de los actores entrevistados; interpretación de las opiniones en relación a los enfoques por proyectos temáticos; conocimiento parcial de los sitios de interés.

El diálogo entre el conocimiento de los actores y la revisión de los documentos repara, al menos parcialmente esta limitación, sirviendo de complemento de la información proporcionada por los actores.

Contextualización a partir de los datos y tendencias

Las tendencias internacionales, la coyuntura local y el comportamiento de la demanda son elementos importantes para los Proyectos Regionales. A continuación se busca aportar a la comprensión de las características de los flujos turísticos, las demandas reales y potenciales, a partir de diversos relevamientos estadísticos y análisis de datos.

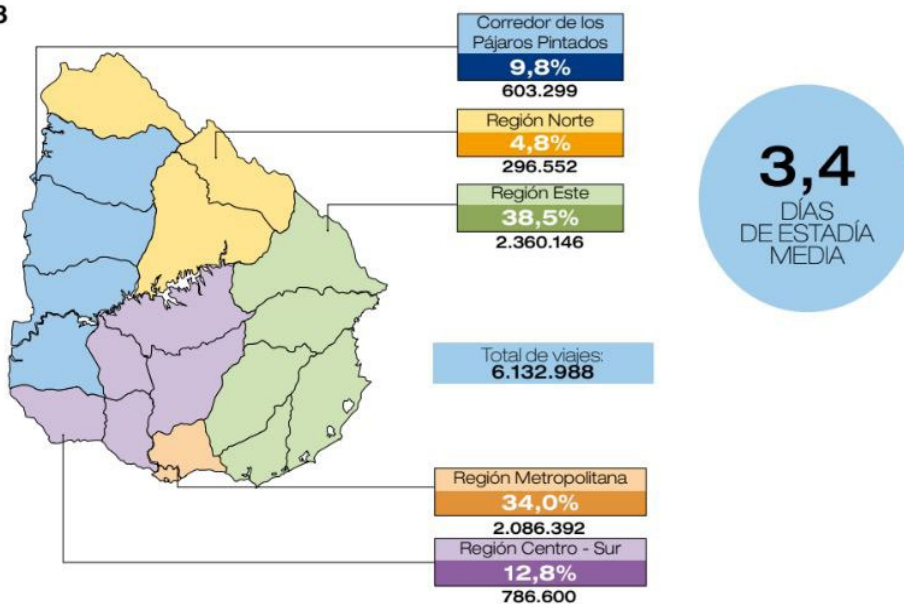
Según el Anuario Estadístico (MINTUR, 2019 b), durante el 2018 ingresaron a Uruguay 3.711.948 visitantes y registrándose un gasto de 2.163 millones de dólares corrientes. Del total de estos visitantes, 62,5 % fueron argentinos, 12,6 % brasileños, 12,4 % uruguayos que residen fuera del país y 12,5 % restante de diversas nacionalidades. Comparativamente con el año anterior, los uruguayos residentes en el exterior y los norteamericanos fueron los que registraron mayor crecimiento (MINTUR, 2019 b: 6).

La principal motivación del viaje de los turistas que llegan a Uruguay es la recreación y el paseo (81%), seguida de la visita a familiares y amigos (16%). En cuanto a la conformación del gasto total de los visitantes, se observa que el 64,9% proviene de turistas argentinos, 12,4 brasileños y 8% uruguayos.

Turismo interno

En 2018 los uruguayos que viajaron dentro de nuestro país superaron los **6.132.000 viajes**, según el informe de turismo interno (MINTUR, 2018). **El destino principal de los residentes en Uruguay ha sido la Región Este (38,5%)** que acumula el 50% del gasto de turismo interno, que fue de unos 899 millones de dólares.

2018



Distribución de los viajes de turismo interno, según región de destino.

Fuente: (MINTUR, 2019 b)

La Región Centro Sur recibió 786.600 viajes, el 12,8% sobre el total del turismo interno (MINTUR, 2019 b). De estos viajes, la región metropolitana conformada por **Montevideo y Canelones, es la principal emisora de visitantes (57%)** y dos de tres de sus destinos principales son la región Este 46% y Centro Sur 14% (MINTUR, 2018).

Los viajes regulares del turismo interno son importantes dentro del total de viajes (48,4 %) mientras que las excursiones el 15,7 % (MINTUR, 2019 b:29).

En este contexto, el Sistema Nacional de Turismo Social tiene un papel relevante en la gestión y desarrollo de los proyectos regionales aquí planteados.

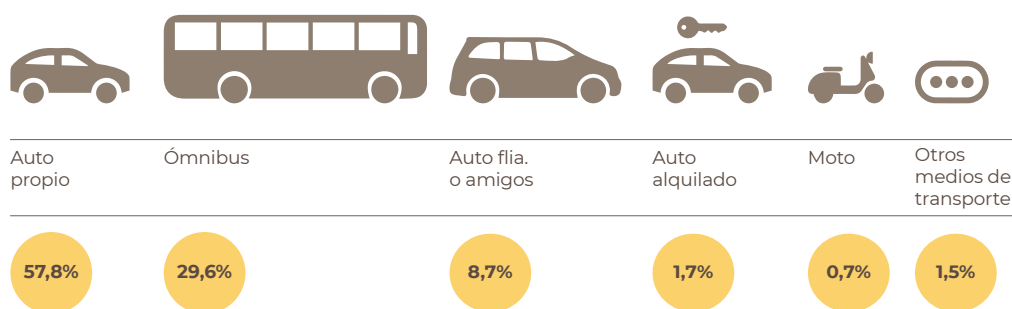
Durante el año 2018 se realizaron un total de 133 salidas, alcanzando a unos 4.901 usuarios de los distintos programas (adulto mayor 35,3% del total; jóvenes y quinceañeras 16,5% cada uno respectivamente, trabajadores 13,5 %). La relevancia de este programa radica en la posibilidad de distribuir geográficamente las excursiones y poner en valor por ejemplo los pueblos turísticos del MINTUR (Mal abrigo, Cerro Chato y otros).

Caracterización de la demanda

En Uruguay, durante el 2018 el 53% de las personas que viajaron lo hicieron en grupos familiares mientras un 24,5% lo hizo en pareja (MINTUR, 2018). Esta relación va en la misma línea con las tendencias internacionales para el mismo año.

Así, el aumento del parque automotriz⁵ y la proporción de personas con acceso a un automóvil de uso privado del hogar son relevantes a la hora de estimar demandas potenciales en los proyectos aquí presentados.

Los datos de turismo interno durante el 2018 indican que el principal medio de transporte utilizado en los viajes fue el auto propio 57,8%, seguido del ómnibus 29,6% (MINTUR, 2018). Se destaca un crecimiento en la modalidad de auto alquilado (12,6%) y ómnibus (11,4%) respecto al año 2017” (MINTUR, 2018:10).



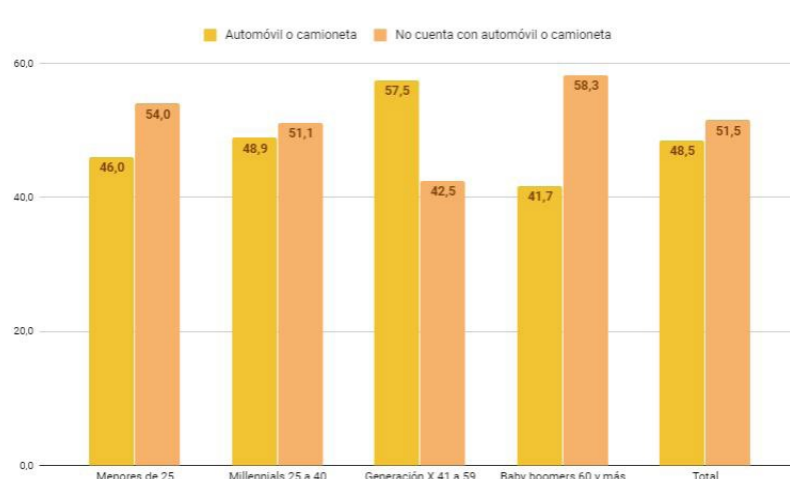
Principales medios de transporte utilizados en el turismo interno.

Fuente: MINTUR, 2018

Según la Encuesta Continua de Hogares (INE, 2018), el 48,5% de la población perteneciente a Montevideo y Canelones (departamentos más importantes en la emisión de turistas hacia la región este y centro – sur) vive en hogares con automóvil o camioneta de uso exclusivo del hogar.

Tal como es posible observar en la siguiente figura, es mayor la proporción de personas entre 41 y 59 años (57,5%) que tienen disponibilidad de dicho recurso, seguido de las personas de 25 a 40 años (48,9%).

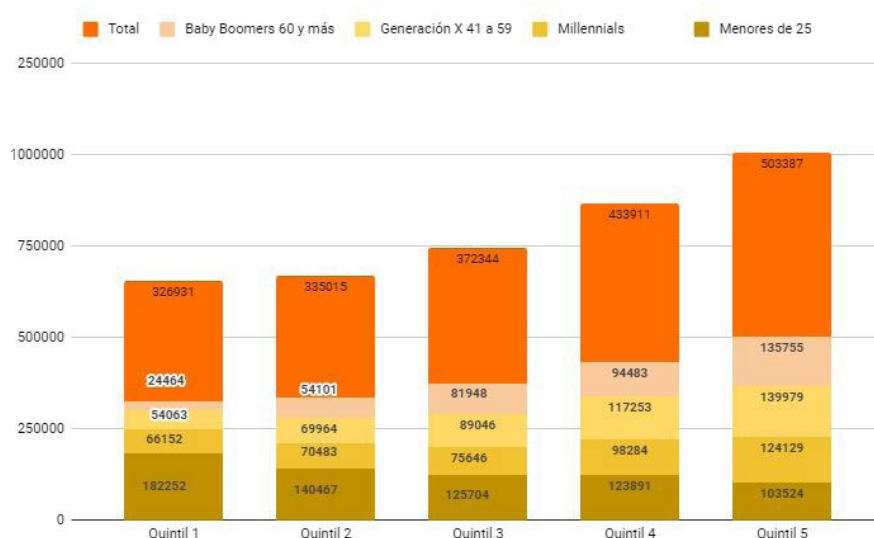
⁵ Según la Asociación del Comercio Automotor del Uruguay, entre 2018 y 2019 se han comercializado 87.793 vehículos.



Porcentaje de personas que viven en hogares que cuentan con automóvil o camioneta para uso del hogar, por tramos de edad. Total Montevideo y Canelones, 2018.

Fuente: Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay. Fuente: Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Por otra parte, el envejecimiento poblacional en un contexto de una amplia cobertura de protección social, delinea a las personas mayores como un potencial público objetivo de los proyectos aquí presentados. Los datos de la ECH (INE, 2018) permiten observar que 135.755 personas de 60 años o más, pertenecen al 20% de los hogares de Montevideo y Canelones con mayores ingresos per cápita (quintil 5). De estas personas, el 37,8 % (51.433), son inactivos mayores de 60 años (rentistas, pensionistas o jubilados) y viven en hogares con automóvil o camioneta de uso particular. Según el censo del Instituto Nacional de Estadística (2011), cerca de 457.500 habitantes de Uruguay tienen más de 64 años, lo que representa el 14% del total de la población.



Cantidad de personas por tramos de edad y quintiles de ingresos per cápita. Total Montevideo y Canelones, 2018.

Fuente: Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Turismo receptivo y nuevas formas de viajar

En relación a la demanda internacional, se consideran como potenciales consumidores de los proyectos propuestos a los visitantes que ingresan en el país con auto propio o que disponen de recursos para alquilar un coche. En este grupo se destacan los brasileños del sur del país (auto propio) o ingresantes vía aeropuerto de Carrasco⁶ y turistas extra región (norteamericanos y europeos).

Se trata principalmente de parejas mayores de 40 años, que utilizan automóvil para desplazarse por cuestión de comodidad, de alcanzar lugares que con ómnibus no es posible (ej. caminos rurales) y por la libertad en el manejo de los tiempos de permanencia en cada lugar. Si bien se trata de un público incipiente (aproximadamente el 7% del total de arribos, según MINTUR (2019), es considerado un mercado potencial para los Proyectos Regionales. Según testimonio de la presidenta de SUTUR, este segmento normalmente visita Uruguay y otros países de la región, totalizando no menos de 10 días de viaje. A su vez, suelen utilizar guías impresas como *Lonely Planet* y *GuruGuay*, conocer los imperdibles o *highlights*, pero también buscan aquellos lugares que no están incorporados en las guías centrales de turismo. Este perfil de visitantes asociado al turismo rural tiene especial interés por la cultura gaucha y las tradiciones locales y valoran la amabilidad y hospitalidad de las personas del interior de Uruguay (Entrevista a Marina Cantera, 2020).

A nivel global, el turismo está marcado por una tendencia de cambio de paradigma del turismo pasivo al activo, del turismo “para ver” al turismo para “hacer”. Los cambios en el comportamiento del turista están fuertemente marcados por esta transición del espectador al partícipe y los destinos comienzan a diferenciarse para competir por las actividades y emociones que ofrecen al turista.

En la era digital, la influencia de las plataformas colaborativas, de los contenidos generados por los usuarios en Internet y de las redes sociales provocan que los turistas sean parte del proceso de formación de imágenes e identidad de los destinos que visitan. La revolución de las TIC permite a los turistas usar plataformas como *TripAdvisor*, para generar información y compartir experiencias, llegar sin mediación a sus pares y construir una comunidad turística online. “De esta manera, cambia la posición de un consumidor relativamente pasivo a un productor o cocreador de información, imágenes y experiencias turísticas” (Van der Zee et. al., 2018). Esta democratización de la producción y provisión de información turística, no solo ayuda a los turistas a tomar decisiones más informadas y precisas, también podría inspirar a los turistas a comprender mejor el destino que visitan, mejorando así la experiencia turística (Sigala, 2017).

⁶ Según el Anuario Estadístico de la Dirección Nacional de Migraciones, en 2019 ingresaron en el aeropuerto de Carrasco 135.884 brasileños. Aunque no se dispone de cifras, se puede inferir que un número considerable de ellos ha alquilado un coche.

Según el barómetro de *TripAdvisor*, los *millennials* (25 a 40 años) tienen más probabilidades de reservar atracciones *online* que los viajeros mayores, como también tienen mayor predisposición a los viajes cortos conformando el 39 % del total de los *City Breaks* (*Tripadvisor*, 2018:7). Estos cambios repercuten en las nuevas generaciones (Z y *millennials*) como también en la generación X y baby boomers en menor medida. El 30% de los usuarios de *TripAdvisor* realizan *City Breaks* y de éstos, el 62% son mayores de 35 años.

La tendencia a vacaciones cada vez más fraccionadas es confirmada por las estadísticas del MINTUR que registran 3, 4 días de estadía media para el turismo interno durante el 2018 (MINTUR, 2019 b:29).

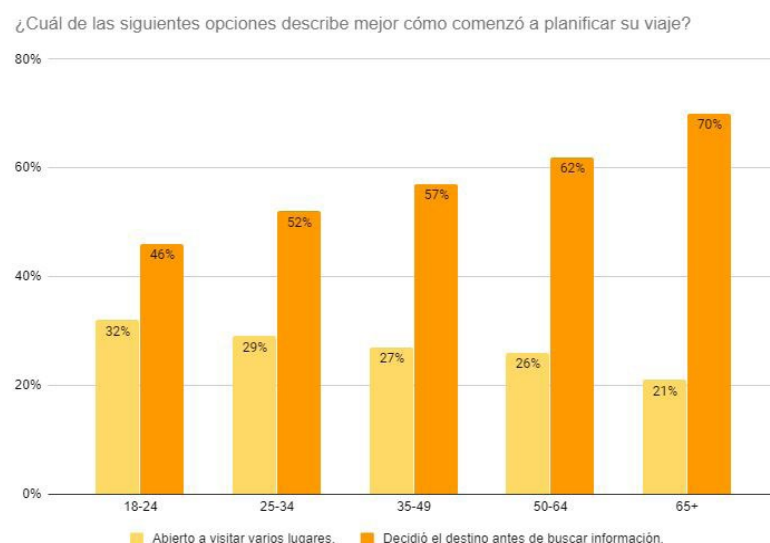
Este escenario abre oportunidades de extender la actividad turística a nuevos territorios y reconfigurar las fuerzas de atracción de las regiones.

Los viajes de corta duración a destinos cercanos son resultado de la fragmentación de las vacaciones laborales anuales en períodos más breves y a la mayor flexibilidad de disponer de tiempo libre. El tiempo anual dedicado a viajar “se está fragmentando progresivamente y diversificando temática y territorialmente del lado de la demanda” (Vera et al. 2013: 23) Esta tendencia se asocia al segmento de demanda vinculado a los “*Short-Breaks*” o ‘*City Breaks*’, potenciada por el aumento de las promociones de ofertas de fines de semana, cada vez más baratas y accesibles.

El turista de viajes de corta duración también suele informarse en las plataformas colaborativas y en las redes sociales sobre los destinos. Según *Tripadvisor* (principal plataforma mundial), el 56 % de estos viajes internacionales de corta duración suelen realizarse con amigos o familiares mayores de 18 años (*Tripadvisor*, 2018:56).

Recientemente, algunos autores comenzaron a analizar el papel que pueden desempeñar las TIC en los nuevos flujos, cambios de comportamiento y motivaciones, incluso un cambio de tendencia que rompe con las formas tradicionales de turismo. Éstos coinciden en afirmar que *TripAdvisor* es la más influyente de estas plataformas y proporciona un importante conjunto de datos para la investigación turística (Ganzaroli et al., 2017; Van der Zee et. al. 2018).

Según el barómetro de *Tripadvisor* (2018) nuevos tipos de viajeros (más jóvenes) están más abiertos a cambiar o directamente a encontrar el destino de su viaje durante su búsqueda en Internet. Mientras tanto, los mayores de 50 años (dos de cada tres) deciden un destino antes de buscar su viaje en la plataforma.



Proceso de planificación de un viaje, según rango etario.

Fuente: *Tripadvisor*.

Los intereses de los turistas en el mundo están cambiando y esto repercute en la diversificación de actividades y destinos asociados a la búsqueda de experiencias enriquecedoras. Estos nuevos viajeros, conscientes del presupuesto que manejan, utilizan los contenidos generados por los usuarios en las plataformas para comparar cuidadosamente todas las opciones y encontrar la que mejor se adapta a sus intereses y capacidad de compra (*Tripadvisor*, 2018).

Estas tendencias internacionales marcan ciertos cambios en las motivaciones de los viajeros que están interesados en visitar nuevos destinos y ya no consideran a la hora de elegir el destino el clima u otros aspectos, antes trascendentes. Actualmente, para el 57% de los encuestados, “es más importante la historia y cultura local que el clima”, mientras el 89 % “está de acuerdo” con que lo trascendente de su viaje es “ver y experimentar nuevos lugares y culturas nunca antes visitados” (*Tripadvisor*, 2018:20). Si bien, según estos datos, sólo el 13 % de los viajeros eligen lugares “fuera de lo común”, el 52% prefieren “un viaje recorriendo múltiples destinos, en tanto que es mejor que quedarse en un lugar” (*Tripadvisor*, 2018).

Contenidos generados por los visitantes

Estudiar las plataformas colaborativas y los contenidos generados por los usuarios puede contribuir a nuevas formas de gestión de destinos basada en el conocimiento. Esto da como resultado un número creciente de herramientas que tienen el potencial de convertir la información sobre el comportamiento turístico en conocimiento sobre los destinos turísticos para la planificación de políticas adaptadas a las necesidades y oportunidades locales (Van der Zee et. al. 2018).

Los avances en este sentido se orientan a marcar un camino para nuevos análisis, de mayor utilidad, para que los destinos cuenten con herramientas de monitoreo desde diferentes fuentes, en tanto diferentes perfiles, dejan diferentes huellas en Internet. De esta forma, es posible monitorear los flujos turísticos, captar cómo los turistas son asistidos por usuarios en los que confían y, cuáles son los emprendimientos que prestan un servicio según su calidad percibida, las debilidades y fortalezas tanto de la oferta como de la imagen del destino.

Incrementar la inteligencia de los destinos de la región es una estrategia que aporta resiliencia en tiempos de crisis, en tanto que se fomenta un uso recursivo de la información generada por los usuarios de manera horizontal. Las plataformas “no solo promueven viajar sino que también incentivan la compra de servicios de calidad y la prestación de servicios más competitivos en el mercado (...) *TripAdvisor* da la posibilidad a los prestadores de crear un perfil Propietario y responder los comentarios que dan los usuarios o bien agradecer los mismos” (OPP, 2017:141). Así también, *TripAdvisor* entrega “Certificados de Excelencia” a los prestadores mejores valorados del año, logrando posicionarse como un sello de calidad creado y reconocido por los viajeros. que tienen un fuerte reconocimiento dentro del mercado (OPP, 2017).

La planificación basada en el conocimiento es un gran desafío para los destinos en búsqueda de nuevos mercados, que quieran diversificar y desconcentrar geográficamente su oferta, incrementar la estadía media y el gasto turístico. Este escenario desafía la mejora del empleo turístico, mayores oportunidades y capacidad de comercialización para los prestadores de servicios turísticos de cada uno de los departamentos objeto de este estudio. Durante el 2018, el total de puestos de trabajo turísticos fue de 116.327 (6,5% del total de puestos de trabajo) y la Región Este alcanzó el 16 % en tanto la Región Centro Sur el 5 % de dichos puestos (MINTUR, 2019 b: 33). Este conjunto de datos no solo demuestra la importancia del turismo como fuente de trabajo y empleo, como también la necesidad de profundizar acerca de las características de estos puestos de trabajo, sus demandas de capacitación y de desarrollo en las empresas, aportando así al crecimiento de las y los trabajadores y a la mejora de la oferta.

Finalmente, se observa que la búsqueda de experiencias significativas y ligadas profundamente a la autenticidad de los territorios visitados implica nuevos comportamientos sociales y culturales de consumo que tienden a una mayor interacción entre residentes/turistas que requieren comunidades anfitrionas mejor preparadas.

REGIÓN CENTRO-SUR

COLONIA (SURESTE)
DURAZNO
FLORES
FLORIDA
SAN JOSÉ

PROYECTOS

PROYECTO

SABORES DE
LA REGIÓN

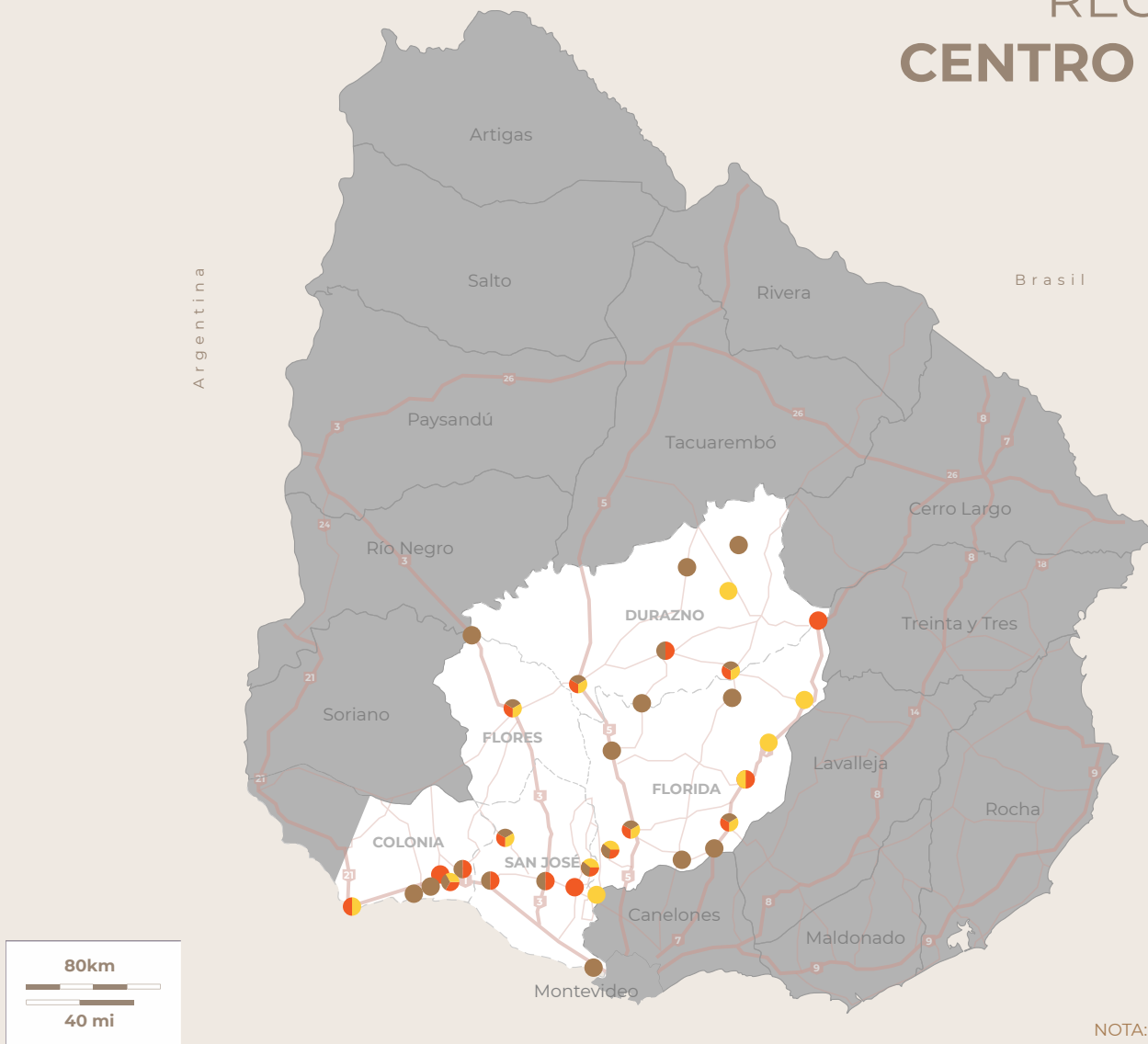
PROYECTO

TRENES
Y PUEBLOS

PROYECTO

TURISMO
ECUESTRE

REGIÓN CENTRO SUR



NOTA: Se presentan en este mapa solamente las localidades de interés para los proyectos.

Turismo ecuestre

- Sarandí del Yí
- Sarandí Grande
- Casupá
- Fray Marcos
- Villa del Carmen
- Veinticinco de Mayo
- Capilla del Sauce
- Durazno
- Trinidad
- Chamizo
- La Paloma
- Eclida Paullier
- Andresito
- Cardal
- Florida
- Colonia del Sacramento
- Colonia Valdense
- Juan L. Lacaze
- Nueva Helvecia
- Playa Penino
- Polanco del Yí
- San Jorge
- San José

Sabores de la región

- Cardal
- Casupá
- Cerro Chato
- Cerro Colorado
- Florida
- Veinticinco de Mayo
- Sarandí del Yí
- Villa del Carmen
- Trinidad
- Eclida Paullier
- Mal Abrigo
- Colonia del Sacramento
- Colonia Valdense
- Nueva Helvecia
- La Paz
- Durazno
- San José
- Rodríguez

Trenes y pueblos

- Veinticinco de Agosto
- Mal abrigo
- Trinidad
- Florida
- Durazno
- Nico Pérez
- Colonia del Sacramento
- Cardal
- Colonia Valdense
- Blanquillo
- Veinticinco de Mayo
- Casupá
- Illescas
- Sarandí del Yí
- Cerro Colorado
- Nueva Helvecia



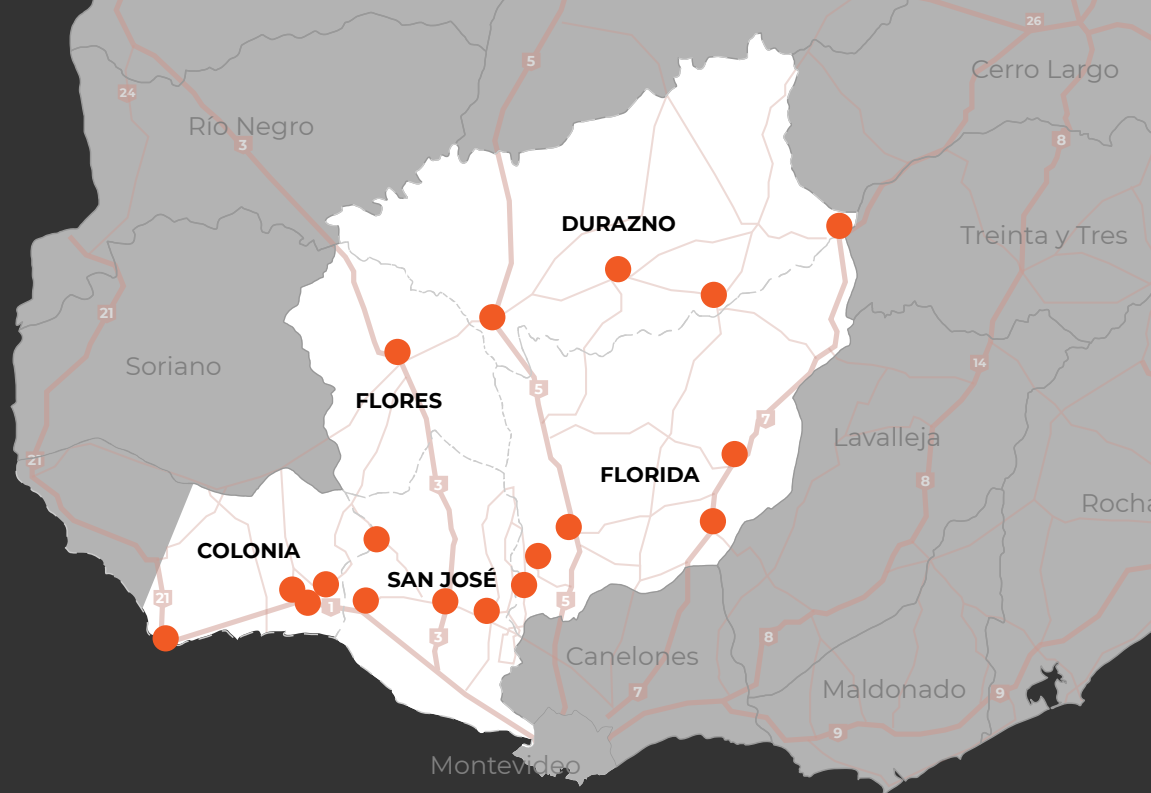
PROYECTO

SABORES DE LA REGIÓN

Fuente: Restaurante Las Liebres

SABORES DE LA REGIÓN

- Cardal
- Casupá
- Cerro Chato
- Cerro Colorado
- Florida
- Veinticinco de Mayo
- Sarandí del Yí
- Villa del Carmen
- Trinidad
- Eclida Paullier
- Mal Abrigo
- Colonia del Sacramento
- Colonia Valdense
- Nueva Helvecia
- La Paz
- Durazno
- San José
- Rodríguez



PROYECTO

SABORES DE LA REGIÓN

Presentación del Proyecto

Los cinco departamentos que integran la Región Centro Sur de Uruguay (Colonia, Durazno, Flores, Florida y San José) presentan un diversificado sistema productivo y elaboraciones destacadas a nivel nacional e internacional, tales como: la leche y sus derivados; horticultura; aceites y vinos; preparados con carne: pambona, asado de cordero, guisos; postres y mermeladas; mieles.

En los últimos años, algunos emprendimientos e iniciativas han capitalizado esa fortaleza creando propuestas vinculadas a la gastronomía y la producción local, como eventos, catas y degustaciones, talleres, visitas, venta de productos, circuitos e itinerarios. A su vez, se han realizado esfuerzos en relación al asociativismo, capacitación y mejora de la infraestructura y servicios turísticos.

Los cinco departamentos poseen rincones de saberes y sabores, destacados por su trayectoria productiva y gastronómica, tradiciones familiares que pasan de generación en generación, pero que a la vez se actualizan. Además, los depar-

tamentos cuentan con actores públicos y privados que trabajan en pos de dar a conocer las producciones y elaboraciones locales y, también se enfrentan a desafíos compartidos como: la articulación local, capacitación, promoción y comercialización.

Con base en ese escenario, se propone la creación de “Sabores de la Región”, una propuesta que busca articular e integrar diferentes iniciativas centradas en la gastronomía, con el objetivo de aunar esfuerzos para lograr mejores resultados. Poner en valor los sabores promueve el aumento del gasto turístico y alimenta con contenidos la marca e identidad de los destinos para diversificar la oferta turística regional. A su vez, los proyectos turísticos regionales configuran una nueva herramienta para la captación de fondos para el Mintur y las direcciones de turismo.

Con este proyecto se espera posicionar la Región Centro Sur de Uruguay como destino turístico gastronómico.

Justificación y antecedentes

El turismo alimentario tiene un papel importante para la sostenibilidad económica, social y ambiental por abordar las interrelaciones entre los alimentos, el lugar y las identidades, activando el patrimonio cultural y natural de los destinos. Esto configura uno de los argumentos más fuertes del territorio para aumentar el gasto turístico, diversificar la oferta, extender las temporadas (Everett, 2008) y mejorar la comprensión de los lugares y los saberes de las poblaciones residentes.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) “no se puede hablar de turismo gastronómico sin hablar de la identidad culinaria del territorio como elemento de diferenciación (OMT, 2019: 8). Al referirse a la cocina uruguaya, Gustavo Laborde menciona a la existencia de un “campo culinario”, entendido como: “(...) un ensamblaje de ingredientes, recetas y prácticas implicados en la preparación de la comida, así como de etiqueta para su consumo, y que pertenece básicamente al ámbito doméstico y está abierto a la improvisación y modificación” (Laborde, 2017: 281).

El turismo alimentario se basa en la visita a productores de alimentos primarios y secundarios, participar de eventos y festivales gastronómicos, visitar restaurantes, mercados y lugares para la degustación de alimentos. Si bien existe una discusión entre los autores al respecto de la definición (Hall et al, 2004), hay un consenso general de que en este tipo de turismo la comida es un factor importante que influye en el comportamiento de viaje y la toma de decisiones. Esto proyecta consumidores para quienes el interés por la comida y el vino por ejemplo, es una forma de “ocio serio” (Hall et al., 2004).

El auge del turismo gastronómico a nivel mundial está marcando una tendencia creciente de consumir los productos “in situ” y a partir de esa experiencia, exportar la imagen de los destinos a las redes y a los lugares de donde proviene el visitante (Hall et al., 2004). **Por lo tanto, el turismo gastronómico consume productos locales como así también produce “lugares turísticos”.** Estos aspectos son fundamentales para algunos de los emergentes destinos turísticos de la región Centro Sur.

Un estudio de demanda realizado por Dinamiza en 2017 consultó a 1162 residentes en España y concluyó que la razón por la cual la mayor parte de los viajeros gastronómicos eligen realizar este tipo de viajes es porque les gusta probar productos y platos tradicionales de otros lugares (68,02%). La plataforma Booking.com (2019) realizó un estudio a través de una encuesta a 22 mil personas, que mostró que 71% de los viajeros consultados consideran importante comer productos de origen local cuando están de vacaciones.

El ejercicio de valoración, reconocimiento y difusión de los sabores, cocinas y producción local no solo es importante para el turismo, sino para la autoestima de las poblaciones que sentirán orgullo de participar de un proyecto que los contiene y los motiva. A su vez, el valor otorgado a la experiencia por parte de los visitantes aumenta en la medida en que se enriquecen sus experiencias vividas en los destinos y se crean nuevos vínculos emocionales que circulan en Internet y en el boca a boca.

La gastronomía abre una ventana a las comunidades, sus tradiciones y memorias; las fiestas, productos y elaboraciones representan la materialización de lo inmaterial, del “saber hacer”. Para el diseño del producto “Sabores de la Región” se tuvo en consideración los sistemas productivos locales, dado que, más allá de lo que representan económicamente, tienen un fuerte vínculo con las identidades locales. En ese sentido, la actividad turística puede aportar a la valoriza-



Fiesta del Guiso Criollo en Trinidad.
Fuente: Portal Trinidad Ciudad

ción de esas prácticas culturales, que muchas veces se pierden en el tiempo, por desinterés de las nuevas generaciones o por cambios productivos o de consumo que las vuelven obsoletas.

La primera parte de la propuesta recorre los proyectos e iniciativas vinculadas al turismo gastronómico en la región, esta revisión de antecedentes fue realizada con base en documentos, publicaciones y entrevistas a referentes. Posteriormente se presentan las ciudades y localidades identificadas como necesarias para la conformación del Producto, así como la existencia actual de actores e instituciones que llevan adelante la oferta de productos o servicios (venta de productos, evento, visita guiada). La tercera parte contempla algunas recomendaciones y sugerencias para el desarrollo de Sabores de la Región.

Proyecto reflexivo e inclusivo

El Proyecto es reflexivo en tanto que utiliza la experiencia pasada para informarse, tomar mejores decisiones en el futuro y modificar comportamientos para responder mejor a las circunstancias cambiantes. Los procesos inclusivos enfatizan la necesidad de una consulta amplia y de tener “muchos lugares en la mesa” para lograr una visión conjunta apoyada en la capacidad de articulación. Varios actores turísticos públicos y privados de la Región Centro Sur ya vienen trabajando la temática de los sabores y sus aprendizajes son clave para la viabilidad de la propuesta.

Uno de los antecedentes es la **Ruta 5 Sentidos**, también denominada Paseo. Centrada en el eje Ruta N° 5, fue una iniciativa público – privada interdepartamental lanzada en 2009, que buscó vincular operadores privados de los departamentos de Montevideo, Canelones, Florida y Durazno. Actualmente, la propuesta no se encuentra operativa. Se pudo constatar que, inicialmente, 17 emprendimientos formaban parte de la iniciativa, de los cuales cuatro están ubicados en Florida y cuatro en Durazno.

En Florida se encuentra operativa la **Ruta de la Leche**, centrada en el eje Ruta Nacional N° 77. Este producto fue creado en 2011, por el Departamento de Turismo y Cooperación para el Desarrollo de la Intendencia de Florida, en el marco del Programa de Turismo Comunitario por los Pueblos y Zonas Rurales. En 2015, contó con el apoyo técnico de Agencia de Desarrollo de Florida (ADEF), a través del proyecto Empre Tur¹, financiado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP). Algunas capacitaciones en emprendedurismo y gestión fueron brindadas por docentes de la Universidad Católica del Uruguay (UCU).

Es importante destacar la incidencia que tuvieron los proyectos Florida Sustentable I (2010-2011) y Florida Sustentable II (2014)² en el proceso de desarrollo de la Ruta de la Leche, ya que el primero posibilitó la creación de ADEF y el segundo

1 El Proyecto Empre Tur tuvo como objetivo general: “consolidar y generar nuevos mercados para Mipymes, oportunidades de empleo, capacitaciones y acompañamiento técnico, a través de la promoción de actividades turísticas, como forma de poner en valor el patrimonio histórico, cultural y la identidad de las localidades intervinientes (OPP,2015:2). Fue financiado por el programa Uruguay Más Cerca. El proyecto también contempló el trabajo con emprendimientos y grupos locales vinculados a la Ruta de las Serranías (Eje ruta 7).

2 Ambos proyectos fueron financiados por el fondo de fortalecimiento del Programa Uruguay Integra de OPP.

tuvo como objetivo “dejar capacidades instaladas en el medio rural de Florida a través del fortalecimiento de referentes locales que operan en todo el territorio” (FLACSO 2015, citado en Cassarino, 2016:14-15)

Actualmente, la Ruta de la Leche es la ruta temática del departamento con mayor cohesión a nivel de grupo local y mayor demanda de visitas. Sin embargo, no se ha logrado aún generar una agenda de trabajo compartida con emprendimientos vinculados al sector lechero con experiencia en turismo de otros departamentos, como Colonia y San José. Algunos de los atractivos turísticos más importantes de esta Ruta no están necesariamente relacionados con la leche, como la visita a un establecimiento de hierbas nativas, murales y los vuelos en parapente. Por tanto, es fundamental aprovechar las experiencias antecedentes y sobre todo el espacio de trabajo en red construido con otros emprendimientos de la región para ampliar la temática hacia lo turístico - gastronómico y productivo. **De esta forma, propiciar una identidad de marca que contemple diferentes expresiones de los sabores y la producción que se encuentran en el territorio.**

Una de las cualidades de los destinos turísticos resilientes es el ingenio para reconocer formas alternativas de utilizar los recursos y capitalizar lo aprendido en esa experiencia para minimizar posibles riesgos en tiempos de crisis.

El departamento de Colonia posee una página web oficial de turismo³ que cuenta con un apartado denominado “experiencias” en donde se desarrolla la temática de “Sabores” y “Maridaje”. Este sitio es un ejemplo a seguir, en tanto se resalta el vínculo de la gastronomía con la historia local y se recomiendan actividades tales como: conocer el proceso de elaboración y degustar la variedad de dulces, mermeladas y conservas en la zona este coloniense, participar de fiestas o eventos. El mismo formato se aplica para la etiqueta “Maridaje”⁴.

En la pestaña “Circuitos” es posible elegir “Ruta al Este”. En ese apartado también se resalta la temática sabores y se presenta una lista de puntos de interés

3 <http://colonia.gub.uy/turismo/index.php>

4 Fuente: <http://colonia.gub.uy/turismo/unaExperiencia.php?x=356a192b7913b04c54574d18c28d46e6395428ab>



Mesada
Fuente: Portal Delicatessen

variados (naturaleza, cultura, historia), sin mencionar emprendimientos y detalles sobre el circuito. Al no hacer referencia a operadores turísticos, es muy difícil organizar un recorrido por la zona y se hace necesario buscar información en otros medios.

La Agencia de Desarrollo Económico del Este de Colonia (ADE)⁵ desde 2010, trabajó en el diseño y desarrollo de la **Ruta del Queso**, en conjunto con emprendedores de Nueva Helvecia y Colonia Valdense.

Fueron realizadas diferentes acciones en torno a ejes tales como: capacitación, difusión, articulación, comercialización. Dentro de éstas se destacan: la Cata Nacional del Queso, el Concurso Internacional de Quesos del Uruguay, Muestras de quesos de la región en Ferias, la Creación del “Grupo Los 30”, con queseros artesanales, edición de la Revista de la Quesería Artesanal, elaboración de plan de marketing para el Grupo y asesoramiento para el registro de su marca.

Actualmente la Ruta del Queso no se encuentra promocionada como un producto turístico. Según fue posible averiguar a través de las entrevistas a referentes locales, la principal problemática identificada fue en el diseño de la propuesta, ya que la Ruta estaba compuesta por un recorrido a emprendimientos dedicados únicamente a la producción del queso Colonia, resultando redundante y poco atractiva a los turistas. **Este aprendizaje es muy relevante para futuras acciones, ya que apunta a contemplar en el diseño de circuitos la articulación de diferentes propuestas complementarias, tanto gastronómicas como asociadas a otros segmentos de turismo como aventura, rural, histórico.**

Entre Mayo 2018 y Abril 2019 fue ejecutado por la ADE el proyecto “Identificación, fortalecimiento e integración de micro y pequeños emprendimientos orientados al turismo receptivo en la zona Este de Colonia”⁶. Ese proyecto logró una amplia participación de actores locales y además, tuvo como resultado la creación de una página web⁷ para la micro región, espacio para la promoción de los servicios turísticos locales e información sobre los puntos de interés de las ciudades y localidades. En dicha página web, es posible encontrar información sobre la gastronomía local, según tipo de emprendimientos (pizzería, chocolatería, etc).

Este proyecto dio impulso a la creación de “**Turismo al Este de Colonia**”⁸, iniciativa también de ADE, que busca contribuir a la mejora en la organización y disponibilidad de oferta turística del Este de Colonia. Según el equipo técnico del proyecto, los resultados previstos son: creación de una Mesa local de Turismo, acuerdos con agencias de viaje para comercialización de propuestas, capacitación de emprendedores y elaboración de materiales de promoción de la micro región (folletería y videos). Actualmente, participan de las actividades del proyecto aproximadamente 50 personas, emprendedores locales de diferentes

5 Asociación Civil sin fines de Lucro fundada en el año 2000, actúa principalmente en Nueva Helvecia, Colonia Valdense, Rosario y La Paz.

6 En el marco del Apoyo a Actividades de Fomento de la Cultura de Emprendimiento de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE).

7 <http://www.turismocoloniaeste.com.uy/>

8 Proyecto seleccionado en el llamado del Fondo de Desarrollo de Iniciativas Económicas Territoriales, del programa Uruguay Más Cerca, Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP). Las actividades iniciaron en 2018 y la finalización está prevista para junio de 2020

rubros (transporte, gastronomía, alojamiento, etc), con diferentes trayectorias y perfiles. Para el equipo técnico, la Agencia de Desarrollo del Este de Colonia tendrá un papel fundamental en la continuidad de las actividades en el territorio, en conjunto con la futura mesa de turismo.

Sabores de la Región puede aportar un espacio de trabajo para la creación de propuestas de rutas y circuitos gastronómicos interdepartamentales, que fomente la promoción y venta directa de los productos de los emprendimientos que participen.

En 2019, ANII y ANDE han apoyado el proyecto llamado **“La Ruta Gastronómica del Inmigrante”**⁹ en el marco de un concurso de validación de ideas de negocio en Turismo, realizado por la Unidad Pymes de la Intendencia de Colonia. El emprendedor propone un recorrido por diferentes establecimientos gastronómicos ubicados en la zona este del departamento de Colonia. Dado que se trata de una idea a ser validada, en el territorio y con turistas, todavía no se pudo averiguar detalles del producto.

9 Para más información. https://www.anii.org.uy/proyectos/IPE_X_2018_1_154101/validandoideas-turismo/



A continuación, se presenta una síntesis de las propuestas impulsadas a partir de proyectos locales.

Año	Nombre	Área de influencia	Instituciones y actores vinculados	Proyectos vinculados
2009	Ruta 5 Sentidos	Montevideo, Canelones, Florida, Durazno	Direcciones de turismo, Mintur, Emprendedores	-
2010	Ruta del Queso	Colonia Este	Dirección de Turismo, Agencia de Desarrollo Este de Colonia (ADE), Grupo local, Emprendedores.	Plan de Refuerzo de la Competitividad. Turismo en Colonia.
2011	Ruta de la Leche	Florida (25 de Mayo, Cardal, Independencia).	ADEF, Dirección de Turismo, OPP, Mintur, Emprendedores, Grupos locales.	Florida Sustentable I y II. Empre Tur.
2019	Turismo al Este de Colonia	Colonia Este	ADE, Dirección de Turismo, OPP, Grupo local, Emprendedores.	Identificación, fortalecimiento e integración de micro y pequeños emprendimientos orientados al turismo receptivo en la zona Este de Colonia.
2019	La Ruta Gastronómica del Inmigrante	Colonia Este	Emprendedor.	Concurso de Validación de Ideas (ANII/ANDE, Pymes Intendencia)

Síntesis de rutas/circuitos temáticos gastronómicos en la Región.

Fuente: Elaboración propia.

Estos antecedentes demuestran que la Región Centro Sur posee una trayectoria de productos turísticos vinculados a la temáticas: gastronomía, sabores y producción. Además, en los últimos años hubo un trabajo coordinado entre Agencias de Desarrollo Locales (ADEF y ADE), gobiernos y emprendedores en la elaboración y ejecución de proyectos de desarrollo turístico.

Estos espacios de trabajo integrados convocan sectores e instituciones para detectar oportunidades de lograr beneficios adicionales, a medida que los recursos se comparten y los actores trabajan en conjunto para lograr objetivos más grandes.

Contar con emprendimientos que ya trabajan en el turismo gastronómico o tienen experiencia de participación en rutas temáticas, es una gran ventaja para el producto Sabores de la Región, dado que cuentan con aprendizajes, formación, experiencia de trabajo en grupo, motivación y conocimiento de la demanda real.



Sitios de interés

El proceso de identificación de sitios de interés y productos gastronómicos del proyecto Sabores de la Región, contempló diferentes fases. En un primer momento, se realizó una revisión de antecedentes de proyectos vinculados a la temática gastronomía y turismo, cuyos resultados fueron presentados en la primera parte de este documento. A partir de esta revisión, se han consultado documentos e informes sectoriales (quesería, agricultura, vitivinicultura, leche) con el fin de entender el territorio desde la perspectiva productiva.

Posteriormente se ha realizado un relevamiento inicial de la oferta turística vinculada a la gastronomía, teniendo en cuenta tres categorías: existencia de eventos, venta de productos y visitas guiadas o experiencias. En esa fase, fueron consultadas algunas plataformas *online* como *Tripadvisor* y *Google Maps*, y redes sociales como *Instagram* y *Facebook*, así como páginas oficiales de turismo de cada departamento.

En la tercera fase, fueron realizadas visitas a los establecimientos identificados, reuniones con directores de turismo e informantes calificados.

Con el objetivo de presentar visualmente los diferentes niveles de información, se ha creado el **Mapa Sabores de la Región**, el cual contempla la identificación de los vínculos entre la producción, los eventos, la oferta de productos y servicios gastronómicos-turísticos. Es importante aclarar que en este mapa no se muestra la totalidad de los restaurantes existentes en la región, sino solo aquellos establecimientos que poseen propuestas gastronómicas singulares y/o que agregan valor a través de productos regionales, de proximidad u orgánicos.

También es importante mencionar que este relevamiento es una primera aproximación (a revisar y ampliar de parte de las direcciones de turismo) que puede servir como herramienta para planificar y gestionar acciones vinculadas al turismo gastronómico en los diferentes niveles de gestión: regional, departamental y municipal.

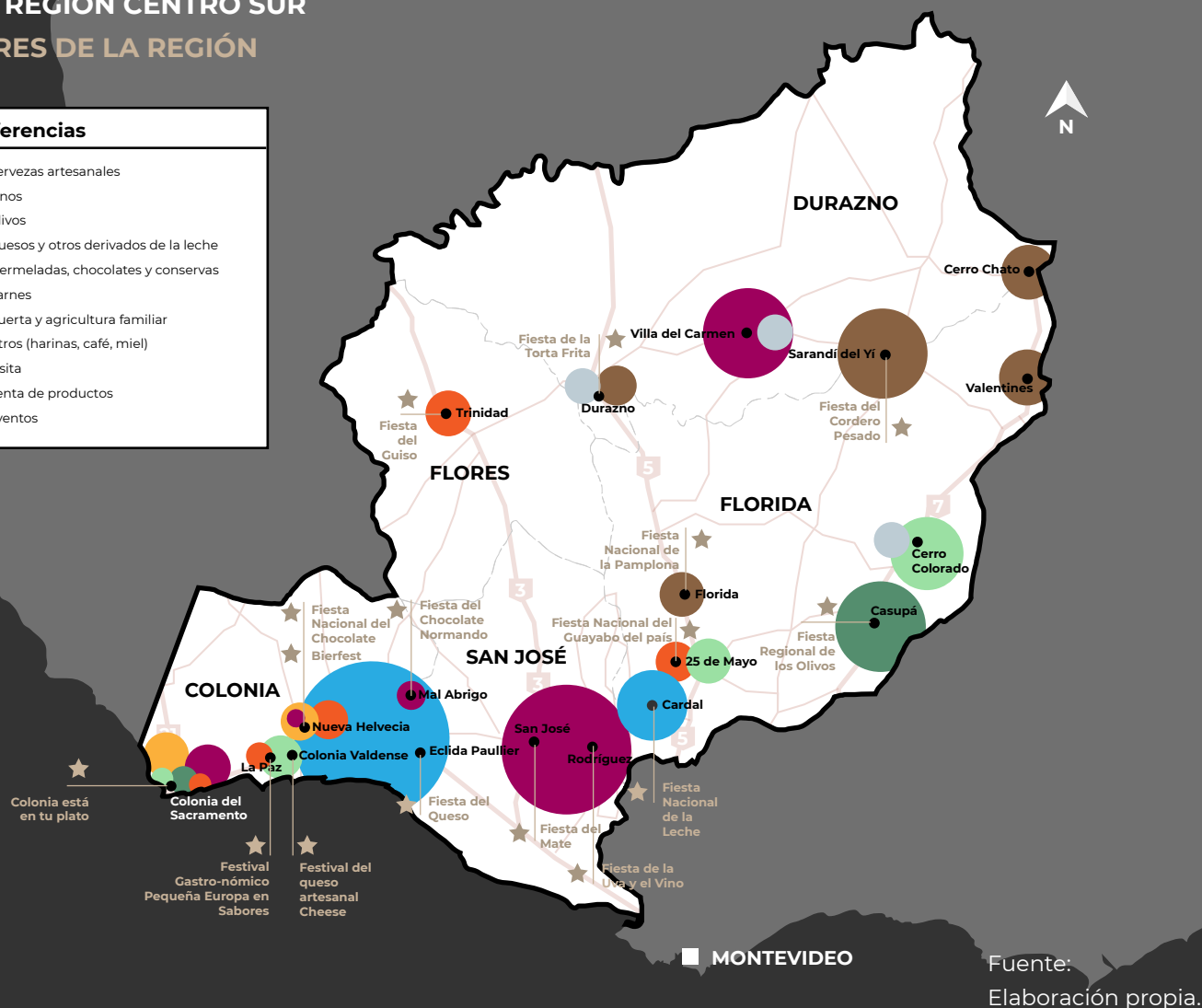
En los Anexos de este informe se encuentran las descripciones de los sitios de interés del Proyecto Sabores de la Región.

[Ir a Anexos](#)

MAPA REGIÓN CENTRO SUR

SABORES DE LA REGIÓN

Referencias	
	Cervezas artesanales
	Vinos
	Olivos
	Quesos y otros derivados de la leche
	Mermeladas, chocolates y conservas
	Carnes
	Huerta y agricultura familiar
	Otros (harinas, café, miel)
	Visita
	Venta de productos
	Eventos



Fuente:
Elaboración propia.

Colonia
del Sacramento

- Cervecería Barbot
- Cervecería OPB Colonia
- Cervecería Maltik
- Cervecería Mastra
- Bodega Bernardi
- Los Viñedos y Olivares del Quintón
- Granja Arenas
- Calíu
- Las Liebres
- Oliveras La Primavera

La Paz

- Los Nietitos

Colonia Valdense

- Posada La Vigna Ecolifestyle
- Los Criollitos
- Granja La Positiva
- Centro Emanuel
- Quesería La Bida

Nueva Helvecia

- Quesería Karlen
- Granja La Cumbre
- Granja Los Fundadores
- Escuela de Lechería
- Chocolatería Tante Eva
- Extrablatt Chocolates
- Cervecería Suiza
- Bodega Los Pinos

Mal Abrigo

San José

Cardal

25 de Mayo

Casupá

Cerro Colorado

Valentines

Villa del Carmen

Durazno

Trinidad

Finca Piedra

Bodega Rovere

Tambo La Oportunidad

Hierbas y Nativos del Severino

El Amarillo

Olivares de Casupá

Rincón Pandora

Productores locales

Estancia Turística Los Platanos

Bodega El Capricho

Centro Vitis

Café Sorocabana

Restaurante Pan y Vino

Sabores del Geoparque

Click en las localidades para ver más información

Este relevamiento previo identificó 18 ciudades/localidades de los 5 departamentos de la Región Centro Sur, con alguna oferta (visita, venta de producto, evento) vinculada a un producto local, como lo son la uva, la leche, la carne, el olivo, o elaboraciones como los guisos, la pamploña, postres, quesos y el chocolate.

Para traducir este potencial de la región en una oportunidad para desarrollar mayores fuerzas de atracción en las localidades, es necesario apoyar a los emprendedores que no pueden enfrentar solos el desafío de convertir sus emprendimientos en experiencias turísticas.

En general, los establecimientos gastronómicos o productivos no cuentan con unidades de negocio vinculadas al turismo, ni recursos económicos para invertir en personal o mejoras de equipamientos necesarias para recibir visitantes. Además, no cuentan con las herramientas de promoción ni las capacidades o dedicación para captar por sí mismos un flujo de turistas suficiente. En ese sentido, se hace necesario el desarrollo de una agenda de trabajo, local y regional, en torno a la creación y mejora de experiencias turísticas gastronómicas.

Por otro lado, el relevamiento permitió identificar la existencia de una diversificada agenda de eventos a lo largo del año. De los 18 sitios delimitados, solamente 5 localidades no poseen un evento vinculado a la producción y gastronomía local.

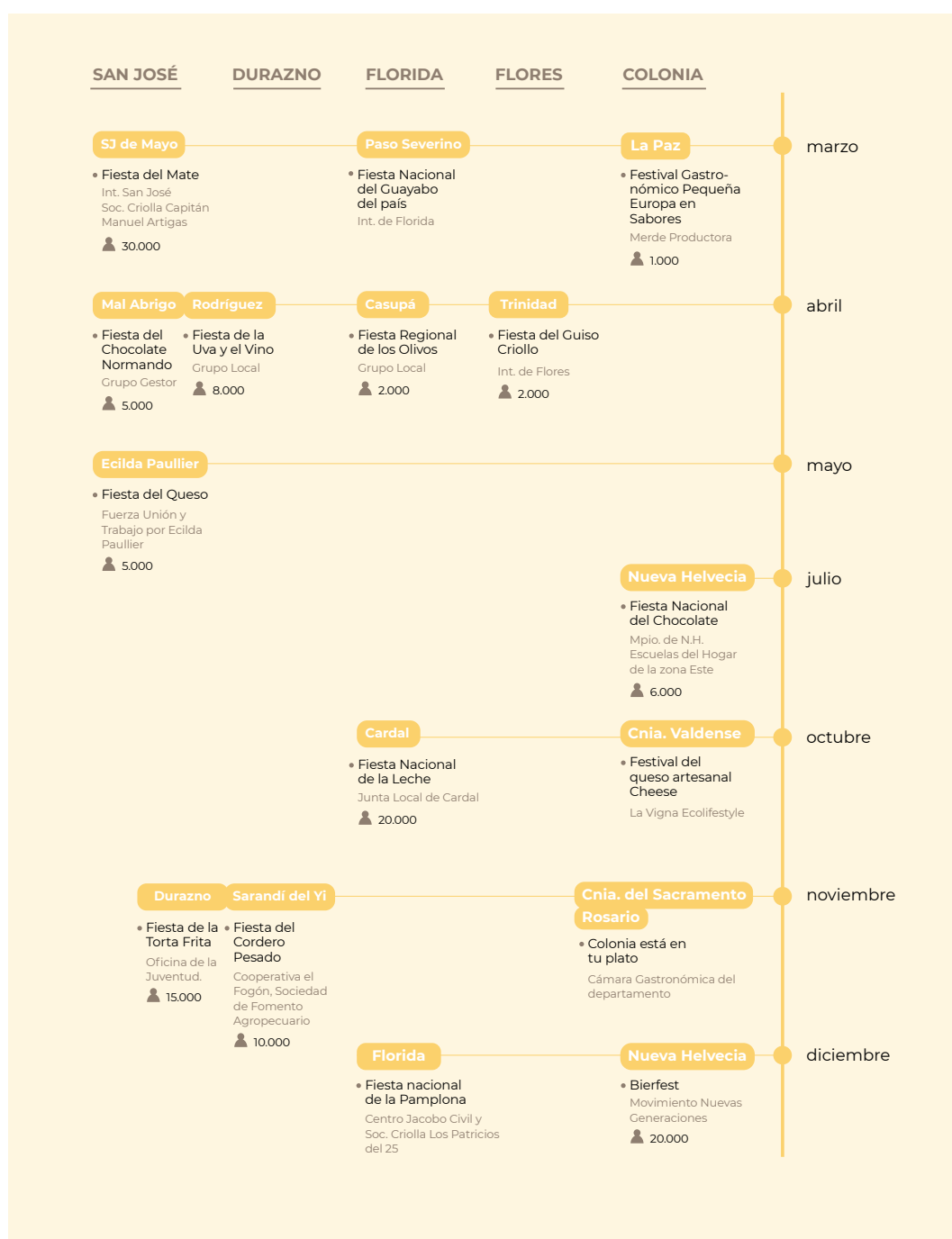
Con base en la oferta existente fueron identificados diferentes **actores e instituciones locales que son claves** para el desarrollo del turismo gastronómico en la región. En algunos casos como en Florida, predominan como referentes los grupos de turismo local y en otros casos **emprendedores** de manera individual. En relación a los eventos, predominan las **comisiones organizadoras**, que en su mayoría son instituciones sin fines de lucro, como Sociedades Criollas, que cuentan con el apoyo de las intendencias locales. Son instituciones clave porque tienen experiencia en organización de eventos y conocen el universo de actores y otras agrupaciones que participan de las actividades, como en los concursos de elaboraciones.

Del universo de eventos de la región, fueron identificados 16 cuya temática tiene relación con producción o elaboraciones locales. Presentan diferentes características, algunas fiestas son tradicionales, porque ocurren hace más de 10 años, como la fiesta del Queso en Ecilda Paullier o de la Uva y Vino en Rodríguez. Otros eventos tienen menos de 3 años, como la Fiesta de la Pamploña, en Florida y Festival Gastronómico Pequeña Europa en Sabores en La Paz. En lo que se refiere al público también se notan variaciones que van desde mil a 20 mil personas, con la participación de personas de todas las edades.

Es importante destacar que algunos eventos son de interés local con el objetivo de dar continuidad, integrar y en algunos casos, beneficiar económicamente

a alguna institución como escuelas y liceos. Otros, son de interés regional y/o nacional y buscan dar a conocer la localidad. Este es el caso de Mal Abrigo, que al transformar el parque ferroviario de AFE en un atractivo, creó una fiesta para dinamizar el lugar y dar a conocerlo.

En general, los eventos cuentan con concursos de elaboraciones de platos, con base en la temática del evento: uva, guiso, etc, venta de productos artesanales, comidas y bebidas, espectáculos de danza, música en vivo, juegos infantiles. Algunas festividades también incluyen actividades vinculadas a la tradición gaucha como jineteadas, desfiles.



Resumen de eventos de la Región Centro Sur asociados a la producción y gastronomía

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Guía de Fiestas del Uruguay (MEC,2015).

Integrar los productos de la región en torno a la cadena de valor de los alimentos orientará a la Región Centro Sur hacia una agenda de trabajo específica entre los directores de turismo con los actores privados que se adhieran a los proyectos.

La viabilidad de este proyecto dependerá de la apropiación y el control de los actores vinculados a los alimentos para generar las condiciones económicas que sostengan los procesos de producción y circulación de las cocinas, recetas, platos y experiencias turísticas.



Contenidos generados por los usuarios de la oferta gastronómica

Hoy en día cualquier persona que utilice plataformas como *Tripadvisor*, *Google* o redes sociales como *Facebook* o *Instagram* puede compartir con otros usuarios su experiencia y su percepción del servicio recibido en los establecimientos gastronómicos. Estos comentarios y calificaciones generados en internet influyen en las elecciones de los visitantes acerca de “¿dónde comer?” o “¿qué visitar?”. Una mala evaluación no contestada o esclarecida por un establecimiento, puede definir la opinión de otro usuario. Por otro lado, una buena calificación puede ser la excusa para probar nuevos sabores.

Cada detalle aporta a la valoración de la experiencia. Desde una buena foto de los platos o de los productos, la explicación de qué son y de dónde vienen los ingredientes, hasta su proceso de producción.

La experiencia gastronómica es compleja, porque involucra la atención recibida, la presentación de los platos, los sabores, colores y aromas, el lugar, la música, la iluminación y la ambientación u otros. En ese sentido, las evaluaciones de los clientes pueden ayudar a potenciar lo que está funcionando bien y mejorar lo necesario, en un ciclo constante.

Los emprendimientos gastronómicos también construyen la imagen de los destinos. En ese sentido, las plataformas y redes sociales pueden ayudar a la gestión turística local a identificar emprendimientos claves o que necesitan apoyo para mejorar su oferta, qué oferta es nueva y qué oferta está en consolidación, qué oportunidades para nuevas ofertas existen y qué espacios se encuentran saturados, entre otros aspectos.

Desarrollar la capacidad de interpretación y análisis de los contenidos generados por los usuarios en las plataformas de internet habilita nuevas herramientas que aportan a la inteligencia regional. Comprender el movimiento de los agentes influyentes que afectan el comportamiento turístico entre pares es una estrategia que aporta resiliencia en tiempos de crisis, en tanto que se fomenta un uso recursivo de la información de manera horizontal.

La importancia de las redes en el turismo se potenciará por los asuntos de seguridad e higiene vinculados al Covid-19 en tanto que aumentará la vigilancia entre pares acerca del cumplimiento de los protocolos y los servicios de calidad.

Con el fin de ilustrar las huellas gastronómicas de usuarios de plataformas online, a continuación se muestra un mapa con la ubicación de los principales establecimientos gastronómicos del departamento de Colonia, según *Tripadvisor* y *Google*¹⁰.

¹⁰ La clasificación adoptada para el tipo de comida fue delimitada a partir de los menús de cada establecimiento y constituyen categorías de elaboración propia.

MAPA COLONIA - REGIÓN CENTRO SUR

CONTENIDOS GENERADOS
POR LOS USUARIOS



Tipo de comida:



Cocina de autor



Carnes y Pastas



Pizzería



Parrillada



Pescados y Mariscos



Comida rápida y Minutas



Cerveza artesanal



Vinos, Olivos, Quesos y Embutidos

Cantidad de comentarios:



entre 1 y 100



entre 101 y 200



entre 201 y 300



más de 300

La delimitación de los establecimientos gastronómicos en el mapa ocurrió mediante la selección de los principales 40 restaurantes de cada plataforma. Se utilizó como término de búsqueda "departamento de Colonia" y los filtros "restaurantes" y "mejores calificaciones". La búsqueda ocurrió el día 17 de julio de 2020. Fueron eliminados de la selección los establecimientos ubicados en Carmelo, ya que no forman parte de la Región Centro Sur.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Tripadvisor* y *Google*.



COLONIA DEL SACRAMENTO - CENTRO

CONTENIDOS GENERADOS
POR LOS USUARIOS

Tipo de comida:



Cocina de autor



Carnes y Pastas



Pizzería



Parrillada



Pescados y Mariscos



Comida rápida y Minutas



Cerveza artesanal



Vinos, Olivos, Quesos y Embutidos

Cantidad de comentarios:



entre 1 y 100



entre 101 y 300



entre 301 y 700



más de 700



Recuperado agosto 2020

01

Dos 22
Restaurante



842 ★ 4,5

529 ★ 4,5

02

Napo



974 ★ 4,5

769 ★ 4,6

03

Bocadesanto



858 ★ 4,5

736 ★ 4,6

04

Charco Bistró



2.743 ★ 4,5

1.115 ★ 4,6

05

Buen Suspiro



1.696 ★ 4,5

487 ★ 4,6

06

Chopería
Mastra



540 ★ 4,5

1.029 ★ 4,6

07

Viejo Barrio



654 ★ 4

528 ★ 4,5

08

El Portón



1.578 ★ 4

1.500 ★ 4,4

09 La Bodeguita 🍕🍷🍔  1.137 ★ 4  969 ★ 4,3	10 Mesón de la Plaza 🍷🍔  853 ★ 4  960 ★ 4,3	11 El Drugstore 🍷  2.537 ★ 4	12 A la Pipetúa! 🍷🍔  572 ★ 4  487 ★ 3,9
13 La Florida 🍷🍔  433 ★ 4,5  70 ★ 4,6	14 Barbot Brew Pub 🍷🍔  595 ★ 4	15 La Pascana 🍷🍔  159 ★ 4,5  289 ★ 4,4	16 Gitana Gastrobar 🍷🍔  213 ★ 4  462 ★ 4,4
17 Los Farolitos 🍔  316 ★ 4,5  351 ★ 4,4	18 Marlo Parrilla 🔥  415 ★ 4	19 Anjo Preto 🍷🍔  424 ★ 3,5	20 La Casa de Páez Vilaró 🍷🍔  245 ★ 4  106 ★ 4,4
21 Lentas Maravillas 🍷🍰  371 ★ 4,6	22 Mi Carrito 🍔  58 ★ 4,5  489 ★ 4,6	23 Colonia Sandwich Coffee Shop 🍔  297 ★ 4,5	24 OPB Colonia 🍷🍔  90 ★ 5  115 ★ 4,7
25 Las Tres Gracias 🍕  81 ★ 5  54 ★ 4,8	26 La Trattoria 🍷🍔  269 ★ 4	27 Don Pedro 🍔  201 ★ 4  64 ★ 4,1	28 Vintage resto 🍔  105 ★ 4  167 ★ 4,2
29 Los Kamikazes 🍔  201 ★ 4,5	30 Irene's Restaurant 🍔  187 ★ 4,2	31 Casa Viera 🍷🍔  38 ★ 5	32 West Food 🍔  90 ★ 4,5
33 La Locanda Bar 🍷🍔  88 ★ 4,7	34 Picnic! 🍷🍔  23 ★ 4,7	35 Bohemia Bistró 🍷  50 ★ 4,5	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Tripadvisor y Google.

RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTO

PLAZO: 3 AÑOS

Con base en la revisión de antecedentes y relevamientos presentados, y teniendo en cuenta la actual coyuntura global causada por el COVID-19, se sugiere trabajar tres líneas para el desarrollo del turismo gastronómico en la región: puesta en valor de productos locales en restaurantes, fomento de eventos vinculados a la gastronomía y desarrollo de oferta de visitas y venta de productos que pueden tener lugar todo el año.

A continuación, se sugieren tres ejes temáticos de trabajo para el desarrollo de las líneas anteriormente mencionadas. Cada eje contiene recomendaciones de acciones que pueden ser realizadas y lideradas por diferentes actores. Esas recomendaciones fueron elaboradas para ser ejecutadas en el transcurso de tres años, algunas acciones pueden ser realizadas a corto plazo, ya que no requieren inversión y desarrollo (como reuniones de articulación) y otras, necesitan un tiempo mayor de preparación.



1

EJE 1 ARTICULACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL



Conformación del espacio de trabajo con actores gastronómicos y productivos.



Definición de incentivos, beneficios y convocatoria para participar en el Proyecto.



Generación de instancias de trabajo con actores que brindan servicio de hospedaje y/o propuestas vinculadas a Turismo Religioso, de Aventura, Ecuestre, Histórico, etc.



Postulación ante instituciones financiadoras.

2

EJE 2 DESARROLLO DEL PRODUCTO



Desarrollo de contenidos y atributos de la Marca.



Identidad / atracción: Convocatoria a jornadas y talleres para la inclusión de productos locales en los menús y diseño de experiencias gastronómicas para emprendimientos productivos.



Diseño e implementación de concurso de recetas "Sabores de la Región".



Encuentro entre chefs y emprendedores que fomenten intercambios en distintas localidades de la Región.



Selección de emprendimientos y diseño de asistencias técnicas personalizadas: singularidad de los menús para chefs de emprendimientos gastronómicos, diseño de experiencias para emprendimientos productivos, establecimientos rurales, otros.



Diseño y difusión de buenas prácticas para los emprendimientos gastronómicos como criterio de calidad en tanto horizonte de trabajo para los socios del Proyecto.



Promoción de buenas prácticas relativas a la economía circular como el uso racional del plástico y la energía, la reducción del desperdicio alimentario, etc.



Fomento de la cocina sostenible con productos de proximidad (vínculo con restaurantes locales).



Promoción de buenas prácticas de accesibilidad física y de comunicación en eventos, restaurantes y establecimientos turísticos.



Realización de workshops y reuniones de trabajo para la elaboración de circuitos que articulen diferentes tipos de oferta intra y entre localidades.



Fomento a la cultura de emprendimientos: Concursos de Validación de Ideas para emprendimientos turísticos gastronómicos/productivos.



Apoyo para el desarrollo de nuevos contenidos y "guiones" para emprendimientos que ofrecen visitas a través de un equipo de las industrias creativas, gestión cultural, teatro, literatura, innovación, tecnología.



Creación de proyectos de recuperación, mantenimiento y puesta en valor del patrimonio gastronómico (recuperación de recetas tradicionales, senderos o miradores de paisajes productivos, etc).



Creación de programas de desarrollo y mejora de souvenirs gastronómicos, tales como: mermeladas, conservas de hongos y aceites en frascos chicos, preparados de hierbas aromáticas, bebidas de frutos nativos.



Creación de talleres para la identidad visual de marca del Proyecto.



Desarrollo de contenidos de la marca (mapas, gráficos, videos y podcast).



Diseño de contenidos visuales para la tematización y merchandising del Proyecto (pizarrones que destacan platos típicos (ver ejemplo de Sabores de Rocha), individuales para los restaurantes (ver ejemplo Corredor Pájaros Pintados)



Capacitación en Marketing Digital para los emprendedores socios del Proyecto.



Desarrollo de campañas de comunicación de la Ruta (redes sociales: Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, sitios web, otros) a través de la promoción de platos emblemáticos imperdibles asociados a las localidades a visitar.



Desarrollo de señalética y cartelería asociada a la identidad visual de marca.



Actividades de familiarización (Fampress y Famtours) con prensa especializada, agencias, sitios web, food bloggers o influencers gastronómicos de Uruguay y Región.



Participación en ferias (Prado, FIT, Gramado, FIBEGA, otros) y acciones promocionales en ciudades con mercados objetivo (MaM, otros centros comerciales de ciudades capitales del Uruguay, Buenos Aires, Rosario, otros).



Mediación en la concreción de acuerdos comerciales entre el sector gastronómico con otros operadores turísticos de las localidades (club de productos que vinculen alojamiento + gastronomía + propuestas recreativas).



Inclusión de la información sobre eventos, circuitos, visitas guiadas y emprendimientos vinculados a Sabores de la Región en las páginas oficiales de turismo de cada departamento.



Promoción de viajes de Turismo Social siguiendo el Calendario de eventos del Proyecto.



Acuerdos con tarjetas de crédito y bancos para la generación de promociones con beneficios de descuento para clientes que utilicen la tarjeta de débito o crédito en los negocios socios del Proyecto.



Generación de material para la promoción y facilitación de acuerdos con empresas de turismo, agencias de viaje y otros operadores.



SOCIOS ESTRATÉGICOS

Alianzas para el desarrollo de la propuesta

El proyecto “Sabores de la Región” puede contar con el apoyo de aliados estratégicos para llevar a cabo diferentes acciones tales como: promoción, capacitación, realización de eventos, creación de nuevos emprendimientos.

Aliados estratégicos, según tipo de apoyo.

Tipo de apoyo	Aliados estratégicos
Promoción y difusión de productos (eventos, circuitos)	Uruguay XXI Mintur Asociación Gastronómica del Uruguay Asociación de Hoteles y Restaurantes del Uruguay (AHRU) CANTUR Red de Municipios Food influencers (Uruguay) en Instagram (Lucia Soria, Laura Rosano, Sergio Puglia, Eka Valecillos) (Argentina-Francis Mallmann, Narda Lepes) Travel influencers (Uruguay) A la vuelta, Guru'Guay, Sebastián Beltrame. Programas de televisión - (ej: Subite a mi moto)
Comercialización	Programa Turismo Social Guías de viajes de Uruguay Agencias de Viajes de Uruguay y Argentina Asociación Uruguaya de Agencias de Viaje (AUDAVI)
Apoyo para realización de eventos, difusión de convocatorias.	Asociación Olivícola Uruguaya (ASOLUR) Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay (AMRU) Asociación Certificadora de la Agricultura Ecológica del Uruguay Asociación del Queso Artesanal Asociación de Queseros de San José Asociación Uruguaya de Pymes Lácteas (AUPYL) Mesa de desarrollo rural Ruta 7 Los 30 (Queseros Colonia) Instituto Nacional de la Leche Secretariado Uruguayo de la Lana (Sul) Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI)
Capacitaciones sectoriales - Turismo, eventos y gastronomía.	INEFOP UTU UDELAR
Formulación de proyectos específicos (emprendedurismo, innovación, investigación)	UTEC (Durazno) UTU LATU UDELAR Agencias de Desarrollo Locales
Fuentes de financiación	OPP ANDE ANII Inacoop Mintur MIEM MGAP MVOTMA República Microfinanzas.



Granja Los Fundadores, Nueva Helvecia.
Autoría propia

Diseñar un calendario anual itinerante con un evento por mes, que recorra 12 localidades de la Región Centro Sur.

La actividad consistirá en una feria gastronómica temática de la región, que destaque y permita agrupar los destinos, productos y experiencias en torno a la gastronomía, las cocinas y los productos (agrícolas, ganaderos, frutícolas, huertas otros) a través de distintas actividades: *show cooking*, degustaciones, feria gastronómica, concurso de platos, mercados artesanales, *food trucks*, otros). Asimismo, es importante la participación de los restaurantes y emprendimientos gastronómicos que trabajen productos y platos con historia e identidad territorial.

En la misma participarán socios del proyecto y otros actores locales de cada una de las localidades en donde se realice el evento: emprendedores/as, cocineras/os, productores/as, artesanas/os, grupos locales, oficios, artistas, otros.

Diseñar un modelo de gestión de los eventos que incluya buenas prácticas y criterios específicos para la generación de eventos responsables: inclusión de productos y actores locales, tematización e interpretación de los vínculos entre sabores, saberes e historia, representatividad y participación colectiva en la gestión del evento, fomento al trabajo de la comunidad en el evento, revitalización de tradiciones o prácticas tendientes a la cohesión identitaria de la localidad, entre otros



Valor asociado a objetivos

Acerca el proyecto a las localidades de la región, contribuye a la desconcentración de la actividad turística en el territorio para la generación de oportunidades.

Casos y prácticas innovadoras

La ciudad de Bristol es un caso ejemplar en tanto propone acciones consonantes con las acciones aquí planteadas tendientes a situar a los residentes en el centro de la estrategia turística. La campaña 'Make Sunday Special' es destacada como espacio creativo para que los residentes se conecten entre ellos con su ciudad, facilitando el desarrollo del capital social y la capacidad de la comunidad. Esta campaña se ha llevado a cabo anualmente, acercando eventos artísticos y culturales a algunos de los barrios de Bristol.



Campaña 'Make Sunday Special'.

Fuente: 100resilientcities.org

En algunas ciudades de Río grande del Sur (Brasil) se han creado en los accesos por ruta réplicas de elementos locales identificatorios, como el monumento al mate en Vacaria o la barrica de vino en Bento Gonçalves.

Barrica en el acceso a la ciudad de Bento Gonçalves.

Fuente: Ministerio de Turismo de Brasil.



Catálogo de experiencias - Ruta del Queso de Extremadura

Fuente: Reproducción Facebook @rutadelquesoextremadura.

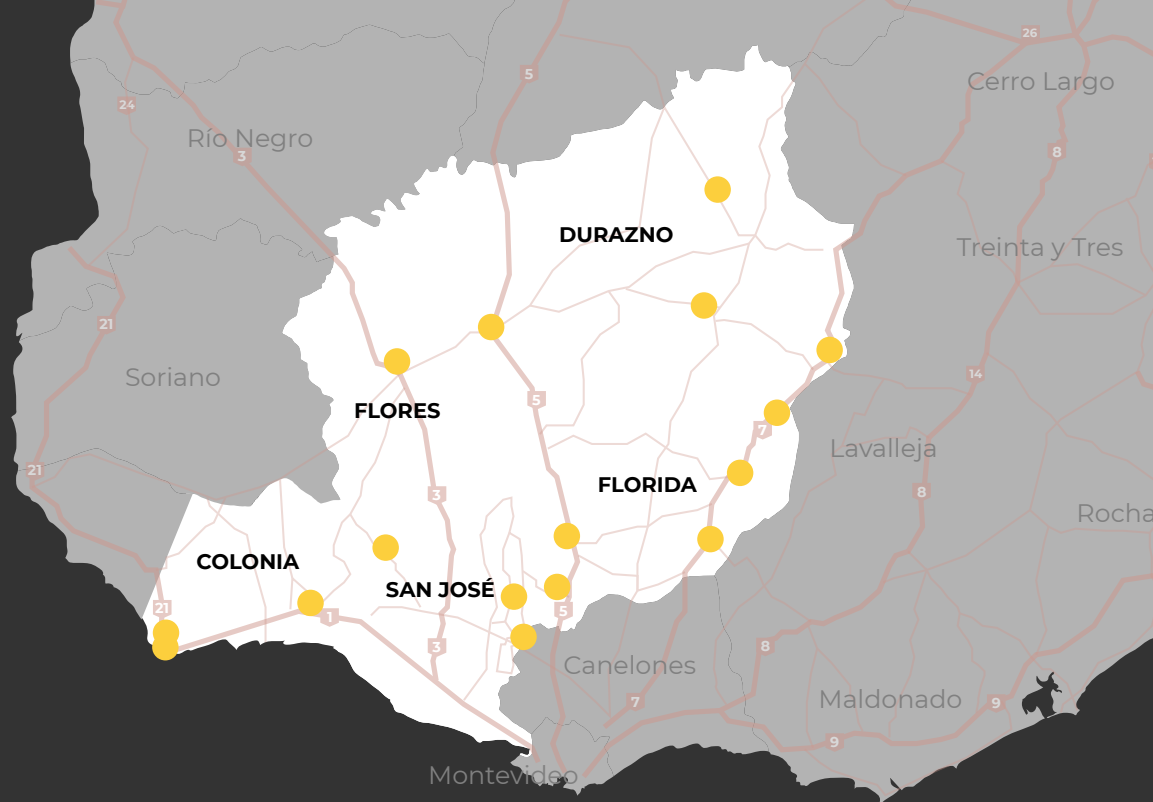


PROYECTO

TRENES Y PUEBLOS

TRENES Y PUEBLOS

- Veinticinco de Agosto
- Malabrigo
- Trinidad
- Florida
- Durazno
- Nico Pérez
- Colonia del Sacramento
- Estancia Indare
- Cardal
- Colonia Valdense
- Blanquillo
- 25 de Mayo
- Casupá
- Illescas
- Sarandí del Yí
- Cerro Colorado



PROYECTO

TRENES Y PUEBLOS

Introducción

Trenes y Pueblos plantea la puesta en valor con fines turísticos del patrimonio ferroviario a través de la generación de un programa de acciones que permita la apropiación y el disfrute de algunas de las 68 estaciones de la red ferroviaria de la región que unieron al país, antes del trazado de las actuales Rutas Nacionales.

En la Región Centro Sur la llegada del tren conformó pueblos, interrelaciones, flujos de mercaderías y personas que marcan historias que atraviesan material y simbólicamente sus localidades.

“La mayor revolución en materia de transporte terrestre en el Uruguay fue generada por el ferrocarril entre 1860 y las dos primeras décadas del siglo XX. Esto fue posible en virtud del cambio tecnológico que supuso la sustitución de la tracción a sangre, por las máquinas a vapor (...) En su crecimiento, el sistema ferroviario de nuestro país alcanzó una escala nacional, contando con más de 3000 km de vías, dispuestas en un trazado radial, convergente en Montevideo, que enlazó los principales centros poblados del país y conectó importantes áreas productivas (...) Así, el ferrocarril surcó nuestros campos acercando gente, trasladando mercancías, reduciendo los tiempos de viaje, aumentando la seguridad y comodidad del transporte e integrando un modelo productivo exportador, que tenía como punto de confluencia el puerto de Montevideo” (Romay et al, 2010:11-12)

La temática ferroviaria es un elemento casi omnipresente en la región. Cerca del 90% de las localidades de Centro Sur tienen una estación de tren, y sólo menos de 10 estaciones, no tienen una localidad asociada. A su vez, tal como se puede observar en la siguiente imagen, la mayoría de los ejes de Rutas Nacionales, están trazadas junto a la red ferroviaria, dejando a un puñado de localidades desconectadas, a las cuales sólo se accede por caminos rurales.

El Proyecto del Ferrocarril Central es una de las obras más importantes que tiene el país por delante desde el punto de vista del desarrollo de la infraestructura para el sector agrícola, minero, industrial y forestal. Sin embargo, el sector turístico ha quedado relegado en la formulación del proyecto y pocos indicios se tienen acerca del impacto que puede llegar a generar la construcción de 273 km de vías férreas entre el Puerto de Montevideo y Paso de los Toros. El proyecto incluye un tramo de 26 km de vía doble, una docena de vías secundarias para el cruce de trenes y más de 40 puentes ferroviarios que se refuerzan o construyen nuevos “el *bypass* de varios centros poblados y la rectificación de curvas para permitir mayor seguridad en la circulación de trenes”¹.

Este proceso de transformación por la instalación de la fábrica de UPM y el nuevo trazado del Ferrocarril Central abren nuevas oportunidades para la captación de recursos y el desarrollo de propuestas vinculadas a la temática del proyecto aquí planteado.

La revalorización del patrimonio encuentra nuevos argumentos y ventanas, en el marco de los principios de la responsabilidad social empresarial, para mitigar los riesgos que el nuevo trazado ha ocasionado en algunas localidades, así como la incertidumbre en las comunidades locales a respecto de los impactos negativos, tales como: división de la ciudad, ruidos, seguridad, etc.

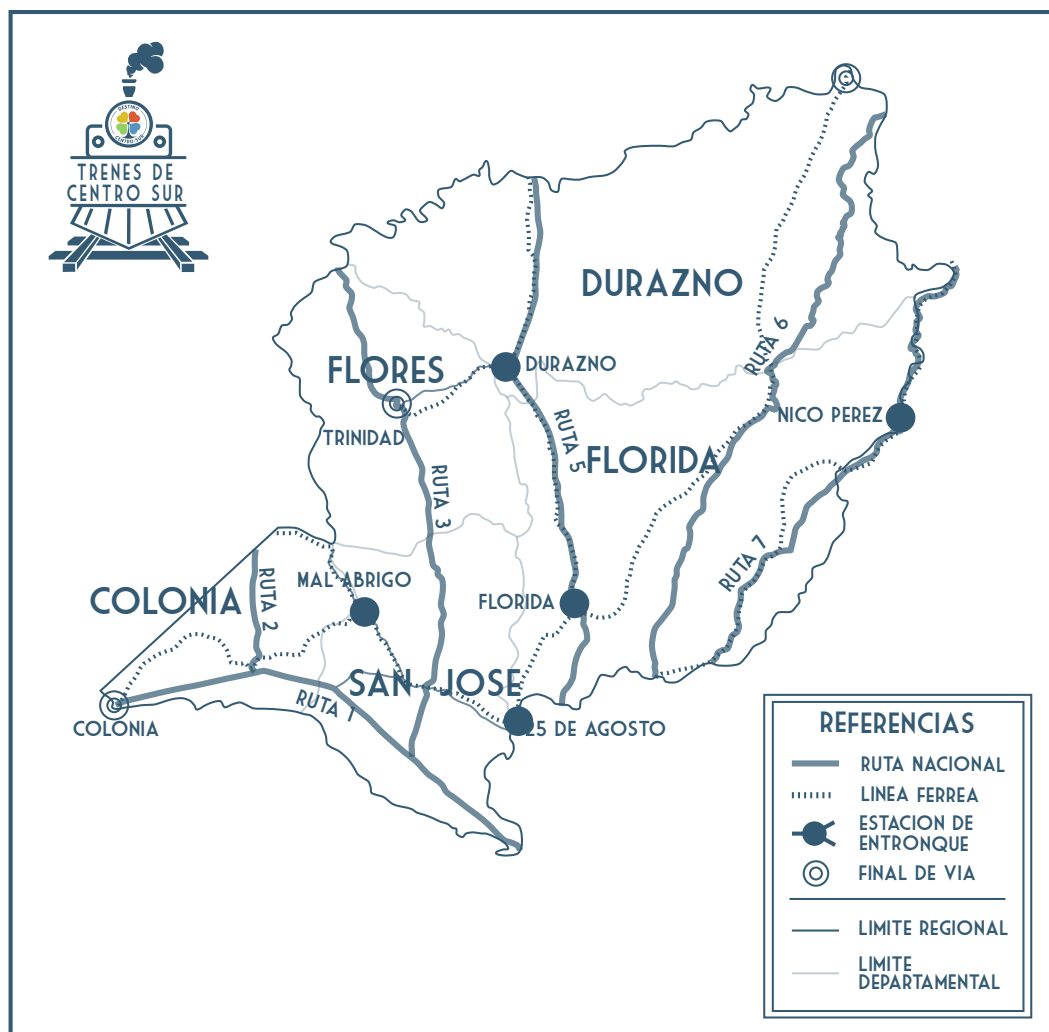


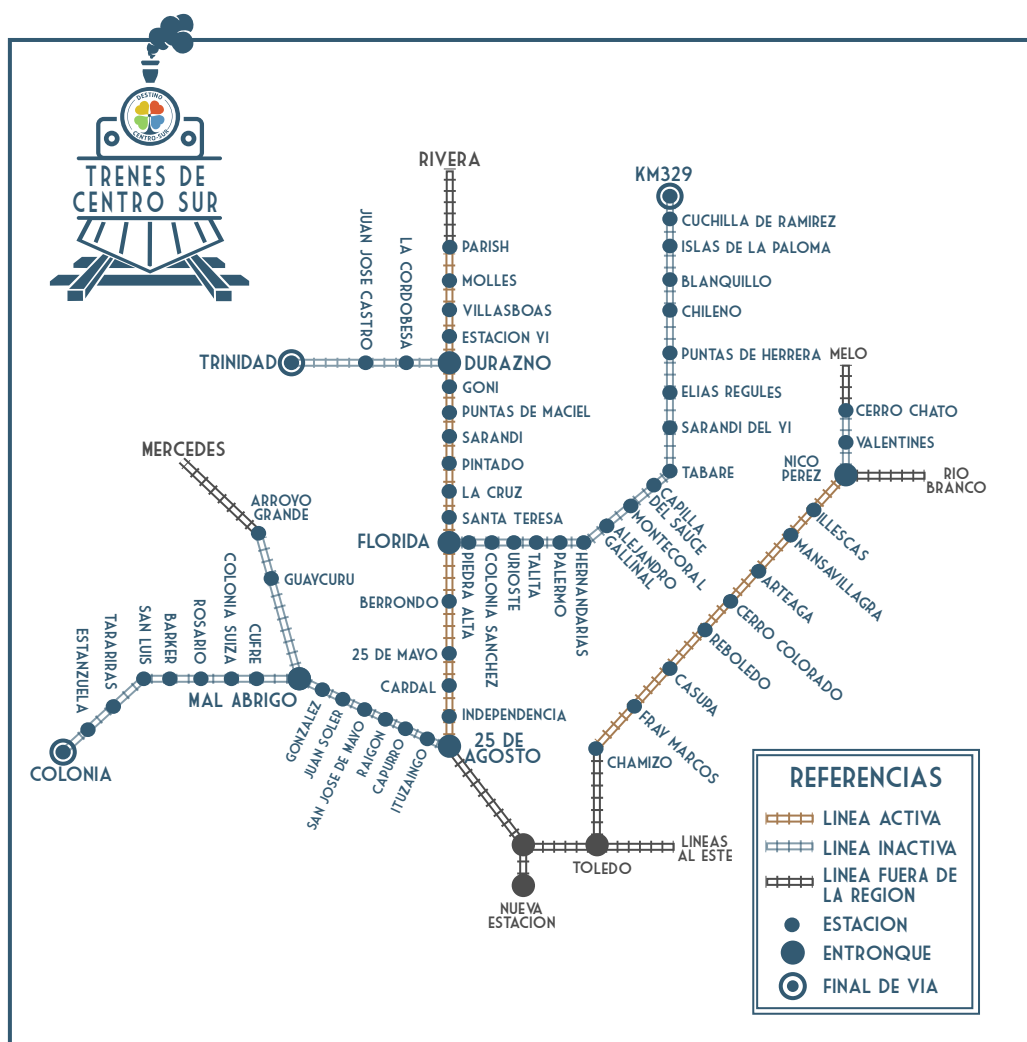
Diagrama Territorial de la Red Ferroviaria de la Región Centro Sur.

Fuente: Elaboración propia.

La primera parte de este proyecto identifica la presencia del tren en la Región Centro Sur, haciendo un relevamiento y vinculación entre las vías férreas y la conectividad dada por las Rutas Nacionales. Posteriormente, se establecen las localidades que podrían liderar las diferentes etapas del programa, basándose en el estado actual y el potencial que tendrían para activar las diferentes propuestas. Por último, se presentan algunas recomendaciones en torno a los diferentes ejes de acción que componen el Programa Trenes y Pueblos.

Contexto

Casi todas las localidades visitadas durante las salidas de campo tienen estación de tren. De las 68 localidades, parajes se visitaron 25 estaciones y 28 localidades (distribuidas entre Florida, Flores, Durazno y San José), en las cuales se aprecian situaciones muy diferentes.



Distribución de las Estaciones en la Red Ferroviaria de la Región Centro-Sur

Fuente: Elaboración propia

Si bien los grandes ejes son las rutas nacionales, es importante mencionar que hay ramales de trenes sobre otras rutas. Sobre la Ruta 14, por ejemplo, se extiende un ramal que une las ciudades de Durazno y Trinidad. Desde la Estación Mal Abrigo la línea se bifurca en lo que se identificó como el eje de Ruta 1, pero hay un segundo ramal que se extiende hasta la ciudad de Mercedes, pasando por las rutas 23 hasta Ismael Cortinas, la 12 hasta Cardona, y en Cardona toma la 2 hasta Mercedes.

Eje Ruta 1	Eje Ruta 5	Eje Ruta 6	Eje Ruta 7
25 de Agosto		Piedra Alta	Chamizo
Ituzaingó	Berrondo	Colonia Sánchez**	Fray Marcos
Capurro	Florida	Urioste**	Casupá
Raigón	Santa Teresa**	Talita	Reboledo
San José de Mayo	La Cruz	Palermo**	Cerro Colorado
Juan Soler*	Pintado	Hernandarias**	Arteaga**
González	Sarandí	Alejandro Gallinal**	Mansavillagra
Mal Abrigo	Puntas de Maciel	Montecoral	Illescas
Cufré	Goñi	Capilla del Sauce	Nico Pérez
Colonia Suiza	Durazno	Tabaré	Valentines
Rosario	Yí	Sarandí del Yí	Cerro Chato
Barker	Villasboas	Elias Regules	
San Luis**	Molles	Puntas de Herrera	Eje Ruta 77
Tarariras	Parish	Chileno	Independencia
Estanzuela	Cont...	Blanquillo	Cardal
Colonia		Islas de la Paloma	25 de Mayo
		Cuchilla de Ramírez	
Eje Ruta 2	Eje Ruta 14	Km329	
Mal Abrigo	Durazno		
Guaycurú	La Cordobesa		
Arroyo Grande	Juan José Castro		
Cont...	Trinidad		
* Estación inexistente	** no identificables en foto satelital	Estaciones visitadas	Estaciones no visitadas

Localidades según ejes de ruta.

Fuente: Elaboración propia

La salida de campo implicó la visita a las estaciones de tren y permitió conocer el estado de conservación, el estado del parquizado y el uso que se le da a los galpones. El acercamiento nos permite diferenciar categorías relevantes para esta investigación y para el ejercicio de puesta en valor del patrimonio ferroviario.

A partir del relevamiento realizado, se crearon las siguientes categorías para el estado de los edificios administrativos:

- en uso de AFE (ya sea como estación o como talleres)
- institucionalizada (la tiene en uso alguna otra institución pública)
- ocupada por particulares
- abandonada (con diferentes grados de conservación/abandono)

Los galpones según su uso:

- abandonados (con diferentes grados de conservación)
- en uso (por parte de AFE o por los ocupantes de la estación)
- apropiados por la localidad (se les da mantenimiento y son utilizados por organizaciones locales)
- inexistentes

El estado de los predios puede ser:

- descuidados (sin mantenimiento regular)
- parquizados (mantenimiento periódico)
- parquizados y apropiados por la localidad (es un espacio público de uso regular por parte de la comunidad local)

Los estados de las vías pueden ser:

- inexistentes (los rieles no son visibles)
- levantadas (por las obras del ferrocarril central)
- no permiten paso (sitios en los cuales las vías están, pero se encuentran obstruidas por vegetación)
- permiten paso (vías en uso regular para transporte de carga)

A continuación, se presentan las categorías atribuidas a cada elemento material, según estación visitada.

Estación	Edificio administrativo	Galpones	Predio	Vías
25 de Agosto	Activo	--	Activo pero descuidado	Levantadas
Juan Soler	Inexistente	Abandonados	Parcialmente parquizado	No permiten
González	Ocupado	Abandonados	Descuidado	No permiten
Mal Abrigo	Ocupado / Restaurado	Apropiados por la localidad	Parquizado	Restauradas No permiten
Arroyo Grande	Ocupado	Abandonados o en uso por los ocupantes	Descuidado	No permiten
Trinidad	Institucionalizado	Inexistentes	Parquizado	Inexistentes
Cardal	Institucionalizado	--	Parquizado y apropiado	Levantadas
25 de Mayo	Ocupado	Centro de artesanos	Parquizado	Levantadas
Florida	Abandonado	Abandonados	Descuidado	Levantadas
La Cruz	Ocupado	Abandonados	Descuidado	Levantadas
Pintado	Ocupado	Abandonados	Descuidado	Levantadas
Sarandí	Abandonado	Abandonados	Parquizado	Levantadas
Durazno	Ocupado	Abandonados	Parquizado	Levantadas
Estación Yí	Ocupado	Uso de los ocupantes	Descuidado	Levantadas
Molles	Ocupado	Abandonados	Descuidado	Levantadas
Piedra Alta	Talleres de AFE	En uso	Descuidado	Permiten

Montecoral	Abandonado	Abandonados	Descuidado	No permiten
Capilla del Sauce	Ocupado	Abandonados	Descuidado	No permiten
Sarandí del Yí	Institucionalizado	En uso	Parquizados	No permiten
Blanquillo	Institucionalizado	Apropiados por la localidad	Parquizado y apropiado	No permiten
Islas de la Paloma	Arrendado a particulares	abandonados	Descuidado	No permiten
Casupá	Institucionalizado	Institucionalizados	Parquizado	Permiten
Cerro Colorado	Ocupado	Abandonados	Descuidado	Permiten
Illescas	Abandonado	Abandonados	Descuidado	Permiten
Nico Pérez	En uso (AFE)	En uso (muy deteriorados)	Descuidado	Permiten

Estado de los parques ferroviarios por estación de pasajeros.

Fuente: Elaboración propia

Este proyecto adquiere aún más relevancia por el hecho de que AFE ha tenido muchas limitaciones para invertir en la conservación del patrimonio ferroviario durante la segunda mitad del Siglo XX. Tal como es posible observar en la tabla anteriormente presentada, la mayoría de las estaciones están siendo utilizadas por antiguos jefes de estación de AFE (o sus descendientes), otras por ex-empleados, otras - por personas de la localidad, otras “arrendadas” u ocupadas por otros servicios del Estado (MEC, Correo, museos municipales).

Según fue posible observar en las visitas, todas los parques ferroviarios cuentan con grandes predios que abarcan la estación y toda la zona de detención del tren, incluyendo otros edificios conexos como galpones, talleres, depósitos, y algunos otros elementos indispensables para el funcionamiento de la estación. La mayoría de esos espacios están en situaciones que impiden su uso inmediato, pero los terrenos en torno a las vías suelen ser los espacios de más fácil recalificación porque implica el trabajo de mantenimiento del parquizado.

El Proyecto implica un gran desafío de gestión para la articulación de actores con intereses diferentes a fin de llevar a cabo acciones que involucren al patrimonio de AFE (estaciones, vías, barreras, vagones). **La integración y generación de alianzas debe atender este complejo escenario para involucrar a los funcionarios de AFE, en las inversiones, el mantenimiento y el funcionamiento.**

Si bien la red vial está parcialmente activa, es imprescindible pensar en otras alternativas que no incluyan la reactivación del servicio de pasajeros. Se abre un nuevo escenario de oportunidades vinculado al nuevo trazado por la obra del ferrocarril central.² El departamento de Florida por ejemplo, cuenta con 3 vías que pueden activarse y provocar el desplazamiento entre pueblos y localidades.

2 “Es una obra de infraestructura relevante para el sistema multimodal de transporte y la más importante del modo ferroviario de los últimos años. La construcción y mantenimiento de 273 km de vías férreas entre el Puerto de Montevideo y la ciudad de Paso de los Toros” Fuente: http://ferrocarrilcentral.mtop.gub.uy/web/ferrocarril_central

Justificación y antecedentes

La máquina de vapor revolucionó las condiciones de movilidad de las personas reduciendo la duración de los desplazamientos. “La Revolución Industrial proporcionó a la burguesía recursos económicos y tiempo libre para viajar (...) es el referente clave para identificar el origen del turismo contemporáneo” (Vera et al, 2013: 20-21). Además, el transporte ferroviario fomenta el desarrollo de los primeros balnearios: “en las márgenes de las vías se crearon varias localidades y fue el ferrocarril el que impulsó el crecimiento de algunas de ellas, convirtiéndolas en importantes ciudades (...) El ferrocarril desde sus inicios fue un gran acontecimiento, un mito, símbolo de la modernidad y el avance tecnológico” (Galvao y Díaz, 2010: 395).

Estos vínculos entre el tren y el turismo hacen aún más trascendente la puesta en valor del patrimonio ferroviario. Ante las limitaciones para invertir recursos en nuevas vías, Inglaterra hacia fines de la década de 1970, comienza a dar un nuevo uso al patrimonio ferroviario. con la creación de espacios sociales y educativos “mejorando la calidad de vida de los pobladores de la región y dando lugar al surgimiento de un producto turístico (Kühl, 1998: 34). Rufino (2006, 70) detalla cómo la recuperación del patrimonio ferroviario propicia un escenario de transformaciones locales, “ya que estas áreas se habían vuelto obsoletas después del proceso de desindustrialización y reestructuración económica. La transformación de esos espacios recalifica el entorno y valoriza la memoria de los actores sociales que construyeron su historia allí” (Galvao y Díaz, 2010: 396).

Esta transformación tiene sentido en algunos complejos ferroviarios que dan lugar a espacios recreativos, lugares de memoria, con valores simbólicos y emotivos (Kühl, 1998).

El fortalecimiento de los lazos entre este patrimonio y la población puede ser orientado por políticas que incluyan la participación a la comunidad local y a los visitantes (Zingoni, 2014).

A nivel nacional, estos vínculos entre población y patrimonio ferroviario adquieren trascendencia en muchas localidades de la Región.

“Hoy en día, a pesar de permanecer oculto, el ferrocarril sobrevive como un elemento identitario en el colectivo [...] Desde su propio andar, el ferrocarril supo construir gran parte de la historia misma de nuestro país conectándolo y descentralizando, pasando así a ser un protagonista fundamental de la cultura y patrimonio nacional. [...] Y es que el ferrocarril, más allá de su aparente ‘invisibilidad’ late y mantiene con vida rincones desconocidos de nuestro país, esperando oportunidades que apunten a revertir su problemática” (Mendoza, 2015: 15).

Antecedentes

El aprovechamiento del patrimonio ferroviario con fines turísticos en Uruguay es relativamente acotado. En parte, esto se explica por las limitaciones mencionadas anteriormente en torno a factores tales como el presupuesto, así como también de ciertas dificultades de gestión interna del patrimonio de AFE (vías, estaciones, vagones y locomotoras de todo tipo).

Sin embargo, se ha logrado realizar la restauración de algunas estaciones, principalmente de los edificios de pasajeros y a iniciativa de la Dirección de Turismo de Florida se creó la Ruta de los Caudillos, Matreros y el Tren. Dicha Ruta plantea un recorrido por villas y pueblos, que se fundaron a la orilla de la vía férrea Chamizo, Fray Marcos, Casupá, Reboledo, Cerro Colorado llegando a la Estancia San Pedro de Timote. “En cada pueblo, estaciones de Trenes, con sus edificaciones, sus campanas, aleros, bancos, vías y andenes, que retrotraen al visitante a la época de esplendor del tren, como único medio de transporte para los lugareños, la descentralización, y la economía de la zona y todo el País”³.

Algunos predios ferroviarios están en mejores condiciones de liderar acciones en el proceso de valorización de las estaciones y constituyen ejemplos de gestión para revertir el efecto del abandono que significó la cancelación de los servicios de pasajeros en algunas localidades. A continuación, se presentan las localidades y ciudades de la Región Centro Sur que presentan antecedentes de puesta en valor del patrimonio ferroviario.

Mal Abrigo - (sobre Ruta 23)



Fuente: presidencia.gub.uy

A partir de la declaración de Mal Abrigo como Pueblo Turístico en 2015, el predio de AFE se acondicionó con fines turísticos y durante los fines de semana funciona en la estación un museo ferroviario y una cafetería. El proceso de restauración y puesta en valor incluyó todo el predio de AFE y aporta contenidos interesantes para este proyecto. Además, cuenta con una fotogalería que revive el funcionamiento de la estación.

Se entiende que este proyecto, al incluir Mal Abrigo en un marco de gestión turística más amplio, podría aportar para configurar que este sitio de interés se posicione y sea más atractivo para los visitantes.

Cardal - (sobre Ruta 77)



Fuente: Libro Cardal Un pueblo con actitud emprendedora (OPP, 2019)

La fundación de Villa Cardal está directamente vinculada a la inauguración de la estación de tren. “Cardal pueblo extraño y pintoresco, nacido en mayo de 1874 cuando el ferrocarril instala allí su estación, ha tenido en el tendido de las vías su vértebra natural (...) Los rieles partiendo en dos al pueblo, las casas a ambos lados”. Tanto la estación como el predio de AFE son espacios recuperados por la comunidad. El estado de conservación de la estación es bueno, está parqueizado, bien mantenido y se ha convertido en un espacio público importante. En este sitio se colocó una fotogalería, se realizaron eventos vinculados a la Fiesta Nacional de la Leche y se habilitó una cancha para “baby fútbol”. De esta forma, el predio de las estación se convirtió en un espacio público de uso regular y de convivencia social.

Blanquillo - (sobre Ruta 43)



Fuente: Luciana Arbelo

En Blanquillo la estación ocupa el eje central del pueblo sobre la entrada de la ruta. Esta visibilidad del predio de AFE hace aún más relevante la mejora del predio ya que implica recalificar el principal espacio público de la comunidad.

Los talleres principales fueron cedidos a dos organizaciones de la sociedad civil integradas por mujeres dedicadas a las artesanías en cerámica: “La Cooperativa” y el “Taller de Cerámica”. Estos talleres configuran el sitio turístico más importante de la localidad, en donde se puede conocer el proceso de elaboración desde la extracción, moldura y refinamiento de la cerámica hasta el moldeado en forma artesanal en jarras, tazas, vajillas y otros. Se expone también la calidad de la arcilla y se explica el origen de la denominación de localidad como “la Capital de la Cerámica”, que cuenta con el más extenso yacimiento de arcilla de calidad del país.

En los talleres además, se exponen para la venta cientos de piezas realizadas por mujeres artesanas, que han recibido distintos apoyos de diferentes programas (Cosas de Pueblo OPP, Fondos de la Unión Europea, Intendencia de Durazno, otros).

Este ejemplo es un antecedente destacable por su mantenimiento y parqueizado. La estación está ocupada por el ex jefe de estación que fue reasignado a trabajar en el Correo, oficina que ocupa la otra mitad de la estación y otro galpón fue cedido en comodato al liceo para que lo utilicen como salón multiusos.

25 de Agosto (sobre Ruta 77)



En la Estación 25 de Agosto estuvo activa hasta 2018 y funciona un vagón dado en concesión a la pintora Leo Arti que cuenta con una pequeña galería de arte y centro de exposiciones permanente, donde se presentan pinturas de ella así como de otros pintores locales que se están formando en su taller. Este sitio de interés podría funcionar como la puerta de entrada del circuito de los murales que es uno de los principales atractivos de la localidad.

Trinidad



La estación de Trinidad se encuentra en las afueras de la ciudad, próxima al Parque Centenario. Si bien las vías han sido totalmente removidas el edificio principal de la estación se encuentra en excelente estado de conservación, gracias a un comodato con la Intendencia de Flores. Actualmente funciona un pequeño museo del departamento donde se exponen piezas vinculadas al patrimonio ferroviario, mientras que en otras salas se exponen otros elementos patrimoniales del departamento. Instalaron una vía frente a la estación y le pidieron a AFE una locomotora para dotar a la estación. Actualmente tienen el proyecto de convertirlo en un centro de información turística.

Estancia Indare



La Estancia Indare es un sitio de interés turístico del departamento de Colonia por ser testimonio de la revolución industrial como la mayor arenera que vio el Río de la Plata. La Arenera Indaré S.A. “llegó a tener mil empleados, los cuales se alojaban en dos caseríos construidos por la empresa. La zona industrial tenía astilleros donde se fabricaban barcos, un taller naval, un taller de carpintería, un taller de fundición, depósitos y una usina”.⁴

La estancia cuenta con servicios de guiados programados los días domingo e incluso llegó a contar con recorridos por todas las instalaciones en un tren a vapor. En la visita se incluía una exposición de una colección de 20 locomotoras de trocha angosta del 1900, que se usaron para transportar piedra y arena.

Antecedentes a nivel nacional

Otros antecedentes nacionales de puesta en valor del patrimonio ferroviario son:

- **La Estación Guaviyú en Paysandú** donde se hizo la restauración del edificio y acondicionamiento del predio con fines turísticos.
- **La Estación de Empalme Olmos en Canelones** donde se instaló el Museo de la Cultura Ferroviaria en un vagón a partir de una colección privada de patrimonio cultural.
- Desde Montevideo a Canelones funcionó un servicio hasta la bodega Juanicó que incluía eventos y paseos organizados por la AUAR. Este “**Tren Turístico**” funcionó durante los años 2007- 2019 con cruceristas y público nacional gestionado por la Asociación Uruguaya de Amigos del Riel. Implicó la restauración y puesta en marcha de una locomotora a vapor de finales del SXIX y 2 ó 3 vagones para pasajeros.
- En la **Estación Penitente de Lavalleja** funciona un restaurante que recuperó materiales y adaptó los vagones de carga, para equiparse para la realización de eventos. La obra se destaca además por sus acciones de cuidado ambiental: la reutilización de materiales, techo vivo (verde), saneamiento ecológico, sistema de recolección de aguas, paneles fotovoltaicos.

Esta amplia variedad de actividades e intervenciones que se han realizado refuerzan las interconexiones entre los turistas y los sitios vinculados al tren.

En tal sentido, es importante mencionar algunos ejemplos de actividades eventuales de particular interés que dan pistas sobre la importancia que tiene el tren en el imaginario colectivo uruguayo y la demanda potencial. El primero de ellos son los paseos que se realizan en tren desde la Estación Peñarol en el Día del Patrimonio (y durante algunas otras oportunidades) y que han resultado un éxito de público.

La Estación Central General Artigas en Montevideo también abre al público en ocasión del Día del Patrimonio, congregando a decenas de miles de personas. Por último, es importante tener presente la experiencia de reactivación de los servicios de pasajeros en el tramo que une Tacuarembó y Rivera. Desde el día en que se reactivó el servicio ha tenido una venta casi constante de boletos, tanto para la población local como para viajeros de ocasión que van simplemente por hecho del viaje en tren.

El proyecto planteado plantea un nuevo horizonte para que los habitantes y emprendedores de las localidades de la región definan el papel de este patrimonio “en sus propias formas de ser, de entender la vida, de diferenciación en su historia reciente con otros lugares de tradiciones y circunstancias distintas (...) sentimientos comunitarios o asociativos que perviven hoy en día, a pesar del tiempo transcurrido” (Arocena, 2004:66).

RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTO

PLAZO: 3 AÑOS

1

EJE 1
RED DE
ARTICULACIÓN

2

EJE 2
ACTIVACIÓN
TURÍSTICA

3

EJE 3
REACTIVACIÓN
DE SERVICIOS DE
PASAJEROS

4

EJE 4
COMUNICACIÓN
Y PROMOCIÓN

5

**ACTIVIDAD
EMBAJADORA**

1

EJE 1 RED DE ARTICULACIÓN ENTRE LOS ACTORES EN TORNO A EVENTOS RELACIONADOS A LAS ESTACIONES DE FERROCARRIL.



Diseño e implementación de un espacio de trabajo entre actores locales y socios estratégicos para la programación de eventos vinculados al patrimonio ferroviario.

2

EJE 2 ACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO FERROVIARIO



Diseño de identidad visual para la tematización de restaurantes en las localidades entre Fray Marcos y Nico Pérez donde todavía circula regularmente el tren de carga.



Incentivo a las propuestas gastronómicas y ferias artesanales en las estaciones (carritos, *food trucks*, y *pop up's*) en conjunto con actores participantes del Proyecto Sabores de la Región.



Diseño de buenas prácticas y recomendaciones por tipo de eventos: fiestas gastronómicas temáticas (restaurantes, *food trucks*) y ferias artesanales que integren mercados locales.



Desarrollo de contenidos para muestras y espacios expositivos, interpretativos y museos interactivos del patrimonio ferroviario local.



Diseño para la tematización de vagón adaptado en la estación de Trinidad para complementar la oferta de ocio del Parque Centenario.



Desarrollo de nuevos productos turísticos: bici sendas junto a las vías para bicicletas para conectar localidades.



Concursos de ideas para emprendimientos que activen turísticamente las estaciones de tren en la región.



Generación de proyectos de *Bike Trails* (bicicleta de vías) que conecte localidades, o que puedan movilizarse en los tramos que la vía lo permitan, tales como Mal Abrigo.

3

EJE 3 ACTIVACIÓN DE SERVICIOS DE PASAJEROS EN MODALIDAD TURÍSTICA



Rutas turísticas entre localidades con servicios de tren que funcione eventualmente uniendo las localidades de Fray Marcos y Nico Pérez.



Creación de espacios de venta de productos y desarrollo de oferta complementaria en los destinos a través de actividades recreativas, tanto en el tren, como en las localidades donde este se detenga.



Restauración de edificios de pasajeros e incorporación de personajes propios de las estaciones que permitan vivenciar una experiencia cercana al viaje en tren.



Generación de identidad de imagen que facilite la identificación visual de las actividades del programa.



Concurso de relatos e historias del patrimonio ferroviario para la promoción de las estaciones en las redes sociales y sitios web.



Desarrollo de nuevos contenidos (mapas, gráficos, videos y podcast) de puesta en valor del patrimonio ferroviario.



Diseño de fotogalerías itinerantes en todo el país que vinculen el Proyecto a la historia del ferrocarril en el Uruguay.



Desarrollo de campañas de comunicación y difusión del Programa de Eventos en redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube, Twitter) a través de la promoción de relatos e historias del patrimonio ferroviario.



Promoción de viajes de Turismo Social siguiendo el Calendario de Eventos del Proyecto.



Concurso fotográfico tematizado por los parques ferroviarios y/o estaciones de trenes que incentive el posteo de fotos de personas en las estaciones de trenes.

5

ACTIVIDAD EMBAJADORA DEL PROYECTO

PROGRAMA DE ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS Y CULTURALES ITINERANTE EN LOS PREDIOS DE LAS ESTACIONES QUE CONVOQUEN A LA COMUNIDAD LOCAL Y A LOS VISITANTES.

Fiestas locales: Actividades de convivencia en torno al predio de la estación

1. Actividades gastronómicas y culturales (música, teatro, etc.) que involucren a actores locales
2. Realización de cursos de fotografía infantil y posterior concurso fotográfico con la Estación como foco temático
3. Concurso de cuentos (relatos históricos) de acontecimientos ocurridos en la Estación
4. Concurso de cuentos cortos que tengan la Estación como espacio protagónico.

SOCIOS ESTRATÉGICOS

- AFE (Directorio)
- Unión Ferroviaria (Sindicato de trabajadores de AFE)
- OPP
- DNTF (Dirección Nacional de Transporte Ferroviario)
- AUAR (Asociación Uruguaya de Amigos del Riel).
- Gobiernos departamentales
- Alcaldías (cuando corresponda)
- Juntas locales
- Ministerio de Turismo

Comentarios sobre las recomendaciones

Un factor crítico para este proyecto es la apropiación del patrimonio ferroviario de parte de las comunidades locales.

“Cuanto mayor es la carga simbólica conferida a un bien cultural, mayores y más ricas serán las posibilidades de su utilización futura [...] en virtud de los significados que acumularon durante su historia, que merecen un esfuerzo especial para preservarlos y ponerlos a disposición de la población para usos futuros” (Durkam, 1984: 30-31).

En tal sentido, se proponen programas de acción a corto y mediano plazo que implican la participación de actores locales y supone inversiones que se llevarán a cabo por medio de una agenda regional que se desarrolla a lo largo del año.

Para las propuestas de eventos temáticos vinculados al Proyecto Sabores se sugiere intervenir con *food trucks*, y *pop up's* gastronómicas las estaciones que ya han pasado por procesos de restauración, o donde ya existe una apropiación muy fuerte por parte de las comunidades locales (Mal Abrigo, Blanquillos, Cardal, Casupá, Molles en Carlos Reyles, Sarandí Grande y Trinidad).

Los museos interactivos también pueden ser otra vía para mejorar los predios y activar turísticamente los edificios junto a los andenes. Esto puede ser de interés para los visitantes porque el paseo evoca el funcionamiento de las actividades administrativas (taquilla, paquetería, telégrafo, teléfono, operación de vía, etc) y la atención a los pasajeros (ventanilla, mostrador, sala de espera, servicios sanitarios).

La puesta en valor del patrimonio ferroviario puede ocurrir de diferentes formas, por ejemplo la utilización de tramos de vía para hacer recorridos con bicicletas adaptadas. Los *bike trails* pueden hacerse en tramos cortos con bicicletas múltiples o tramos más largos con bicicletas individuales. Es una oportunidad interesante para el involucramiento de herreros y artesanos locales que puedan hacer la adaptación y acople de bicicletas viejas para transitar por los rieles. La estación de Mal Abrigo es un lugar apropiado para comenzar con estas acciones porque tiene un tramo de vía restaurado.

Por último, otra línea de actividades es la activación de rutas turísticas por medio de servicios de tren que funcionen eventualmente (un fin de semana al mes, por ejemplo) donde parte del atractivo del viaje sea el viaje en sí mismo. A mediano plazo se puede ejecutar en la línea a Río Branco que actualmente se encuentra activa, conectando la Región Centro Sur con la Región Metropolitana desde Montevideo. Se sugiere la activación de material rodante (locomotoras y vagones) que no impliquen un costo tan significativo como el de la locomotora histórica a vapor ya que esto hace que el costo no sea muy atractivo para el público local. Asimismo, se sugiere que se involucre a la AUAR en tanto cuentan con la experiencia necesaria para la gestión turística de los servicios.

Las intendencias involucradas y el Programa de Turismo Social podrían apoyar estos eventos para lograr mayor participación y apropiación a nivel nacional del Proyecto.

Las presentes posibilidades son solo algunas vías para el uso y disfrute del patrimonio ferroviario de parte de visitantes y residentes. Desarrollar un programa en el que se vayan sumando varias localidades permite el encadenamiento de diferentes sitios de interés contiguos. Esto refuerza el atractivo para los visitantes que puedan llegar de otras zonas del país recorriendo la Región.

Casos y prácticas exitosas

Así como se detallaron los antecedentes en Uruguay, se pueden encontrar ejemplos de similares iniciativas de restauración a nivel mundial.

El caso del tren de pasajeros de la minera “Vale” es relevante porque su modelo de responsabilidad empresarial es interesante como análogo al de la instalación de UPM en nuestro país. Vale es una empresa minera presente en unos 30 países que, además de la minería, opera en logística, ferrocarriles, puertos, terminales e infraestructura.

“Además de transportar nuestros minerales, dos ferrocarriles operados por Vale en Brasil ofrecen las principales opciones de trenes de pasajeros del país: el Ferrocarril Vitória a Minas (EFVM) y el Ferrocarril Carajás (EFC). Los ferrocarriles tienen sistemas de control monitoreados las 24 horas del día, lo que garantiza la seguridad en los viajes. Los trenes ofrecen instalaciones como snack bar, restaurantes y aire acondicionado”⁵.



Así como hay ejemplos en Uruguay, se pueden encontrar ejemplos de similares iniciativas de restauración a nivel mundial.



En este caso se presenta un ejemplo de una fiesta ambientada en los años '20 (época dorada del ferrocarril en muchos países del mundo) donde se ofrece una cena y un baile que recrea el imaginario de la obra de Scott Fitzgerald *El Gran Gatsby* entre la terminal de pasajeros y un conjunto de vagones (estáticos). Es un evento temático para la recaudación de fondos para la conservación del patrimonio ferroviario y el ticket cuesta U\$S 100 dólares. Todos los meses realizan

⁵ Por mas información ver.

<http://www.vale.com/brasil/pt/business/logistics/railways/trem-passageiros/paginas/default.aspx>

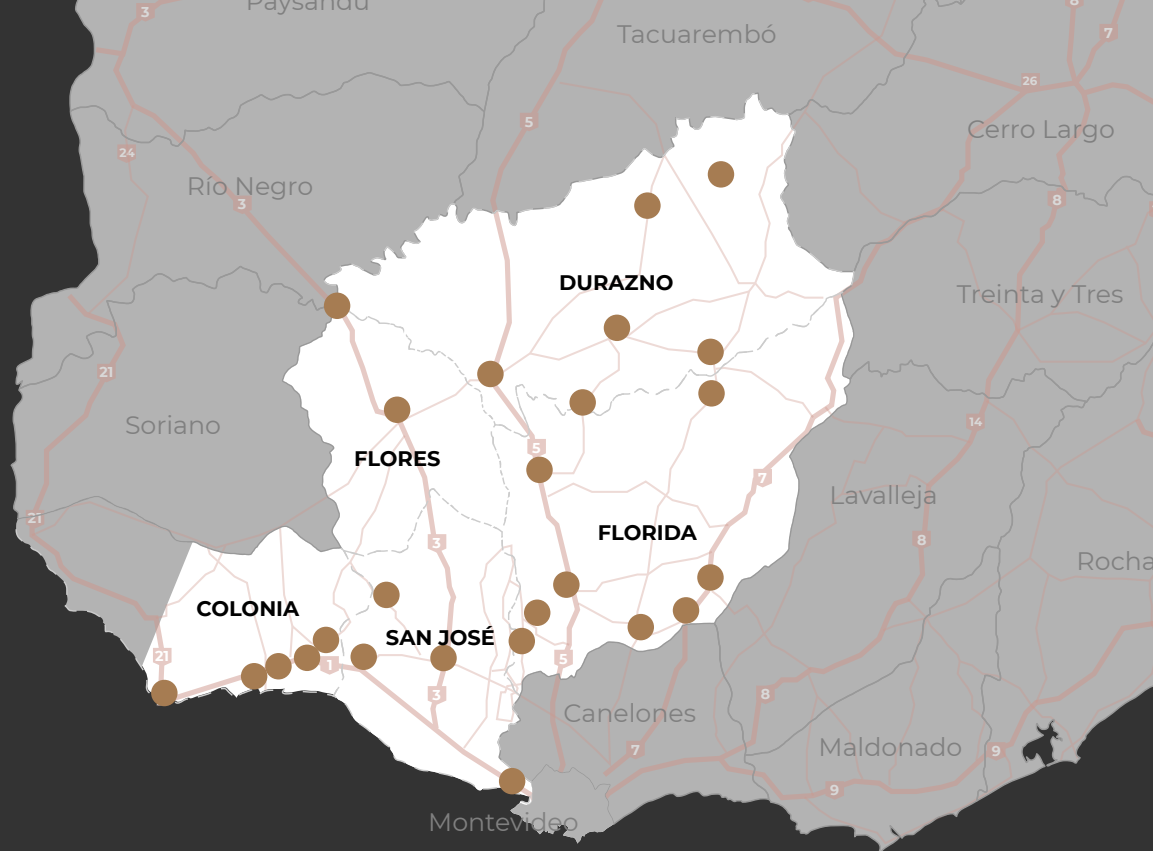
A photograph of a person riding a dark horse on a dirt road. The rider is wearing a light-colored long-sleeved shirt and red shorts. In the background is a large, ornate stone building with multiple arched windows and a central dome-like structure. The sky is a clear, pale blue. A semi-transparent grey rectangle is overlaid on the upper half of the image, containing the title text.

PROYECTO

TURISIMO ECUESTRE

TRADICIONES ECUESTRES

- Sarandí del Yí
- Sarandí Grande
- Casupá
- Fray Marcos
- Villa del Carmen
- Veinticinco de Mayo
- Capilla del Sauce
- Durazno
- Trinidad
- Chamizo
- La Paloma
- Eclida Paullier
- Andresito
- Cardal
- Florida
- Colonia del Sacramento
- Colonia Valdense
- Juan L. Lacaze
- Nueva Helvecia
- Playa Penino
- Polanco del Yí
- San Jorge
- San José



PROYECTO

TURISMO ECUESTRE

Introducción

La Región Centro Sur está marcada por la estrecha relación entre el caballo y el humano. Este vínculo se traduce en tradiciones que se expresan tanto en entornos rurales como en urbanos, donde el caballo está presente en la vida cotidiana. Este proyecto plantea la generación de un programa de acciones que permita la gestión de productos de turismo ecuestre, donde se contemplan actividades ya existentes y otras a desarrollar.

En este sentido, se propone recalificar actividades, oficios, sitios de interés y actividades ecuestres, algunas ya relacionadas a servicios turísticos, otras dentro de los deportes, así como promover la participación de nuevos actores turísticos.

La Región Centro Sur necesita profundizar en los contenidos de su oferta para que su imagen turística se corresponda a su vocación ecuestre y sus atractivos patrimoniales, histórico- culturales y rurales. Por ello, es relevante potenciar esta imagen desde una perspectiva más integradora, que incluya a las comunidades,

respetando y promocionando las identidades de sus localidades a través de una mayor coordinación pública y privada.

La consolidación de este proyecto agrega valor a actividades que hoy se encuentran dispersas y desvinculadas, valorando los vínculos de la comunidad con la figura del caballo, aportando en una posible diversificación de actividades y una fuente de nuevos ingresos.

La primera parte de la propuesta, recorre los proyectos antecedentes vinculados al turismo ecuestre en la región. Posteriormente, se presentan las variantes que despliega el Proyecto y la tercera parte, integra algunas recomendaciones y sugerencias para su desarrollo.

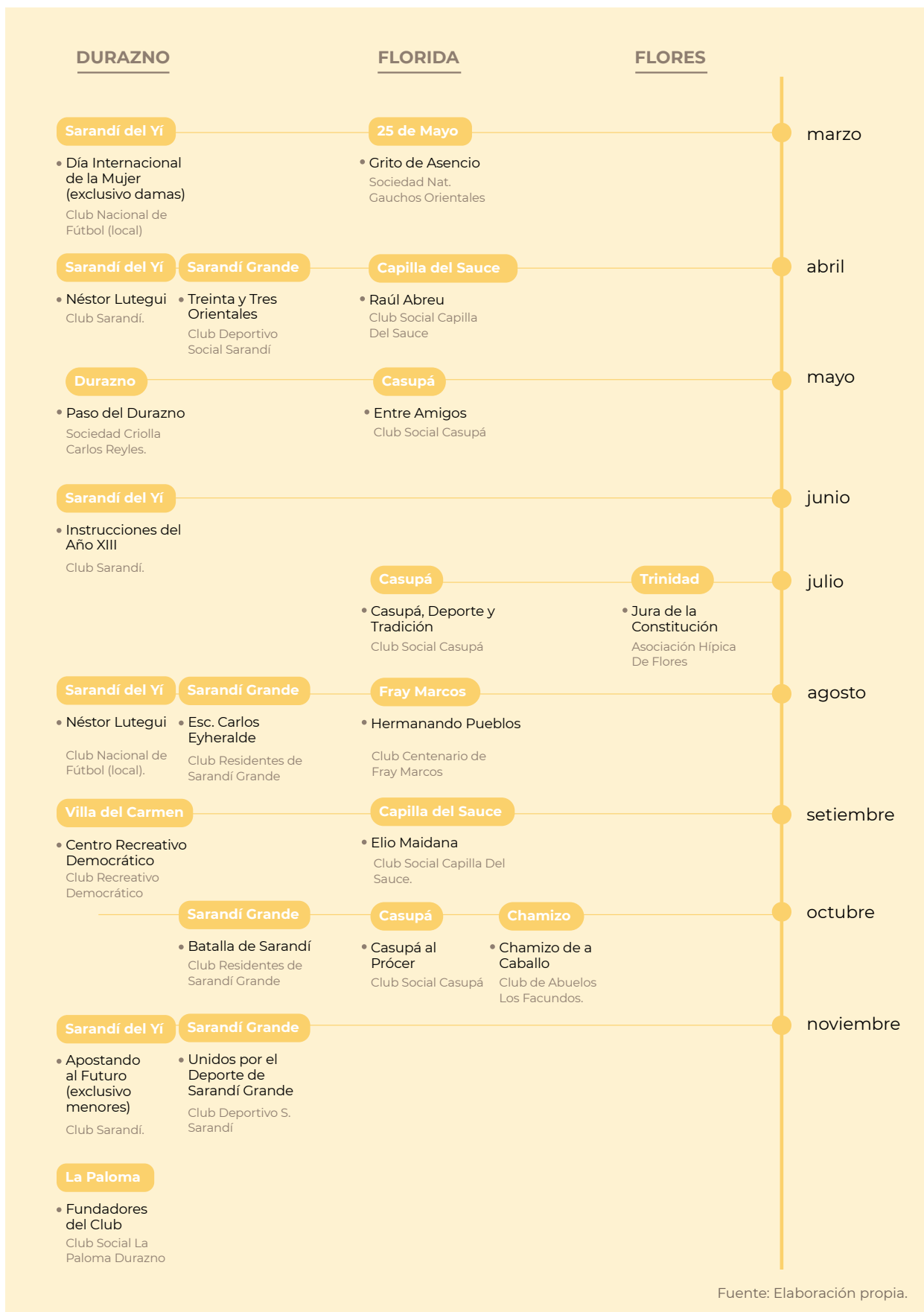
Antecedentes

La Ruta del Raid ha generado un espacio de trabajo asociativo sobre el tema en donde participa el plenario de municipios a nivel nacional. La Ruta surge en 2018 como iniciativa de la Red de Municipios Turísticos creada en 2017. El raid hípico es una actividad deportiva, que consta de una carrera de larga distancia y resistencia, donde se pone a prueba el caballo y el jinete. A su vez, es un evento con valor económico y social para muchas localidades de la región. La Red está integrada por 27 municipios a nivel nacional, la Federación Ecuestre Uruguaya y el Ministerio de Turismo y es un relevante antecedente organizacional directo con base local. Además, la Red integra a localidades más pequeñas que no revisten el carácter de municipio, pero desarrollan competencias.

La emergencia sanitaria del Covid 19 amenazó en 2020 la continuidad del calendario de eventos que, desde hace más de 80 años, se desarrolla entre Marzo a Noviembre y es promocionado a través de una guía donde se destacan los servicios del evento y los sitios a visitar en las localidades.



La ruta del Raid en la región Centro Sur.



Fuente: Elaboración propia.

Este calendario incluye en el departamento de Durazno al municipio de Sarandí del Yí, municipio de Villa del Carmen y a La Paloma. En Florida se integra el municipio de Sarandí Grande (declarada Capital Nacional del Raid Hípico), municipio de Casupá, municipio de Fray Marcos, así como a Capilla del Sauce, 25 de mayo, Chamizo y José Batlle y Ordóñez (vinculado con Nico Perez).

Por su vocación, la Región Centro Sur podría liderar el desarrollo nacional del turismo ecuestre, involucrando con su ejemplo a más municipios y localidades de otras regiones del país.

Ruta del Caballo y del Jinete

Otro antecedente reciente a esta propuesta es la Ruta del Caballo y el Jinete, iniciativa de la Dirección General de Desarrollo Sustentable y División Turismo de la Intendencia de Florida. La misma tiene como eje principal la Ruta 5 y busca fomentar la figura del caballo, la cultura gaucha y el Raid. Está diseñada para realizarse en auto u ómnibus y no integra opciones de cabalgatas ni productos turísticos asociados.

Ejes temáticos a desarrollar

Caballos, tradiciones y deportes ecuestres

En este eje se propone hacer hincapié en los aspectos culturales asociados a la figura del caballo en el marco de las tradiciones criollas y las actividades deportivas ecuestres. Dentro de las actividades, destacan las fiestas y desfiles criollos organizados por “aparcerías” y sociedades tradicionalistas. En algunos casos revisten carácter turístico, son visitadas y resultan atractivas para los visitantes.



Fuente: autoría propia

Fiestas, festivales y encuentros gauchos

Evento	Ubicación	Actividad	Fecha
Encuentro Gaucho.	Ciudad de Durazno. Parque de la Hispanidad.	-Jineteadas. -Desfile de caballería gaucha. -Misa Criolla. -Pericón Nacional. -Campeonato de rienda.	Febrero.
Fiesta Criolla del Río de los Poetas.	Sarandí del Yí, Durazno.	Desfile gaucho. Jineteadas. Prueba de riendas, monta en pelo.	
Fiesta Nacional del Caballo Criollo.		-Marcha. La prueba dura 15 días donde se recorren 750 kilómetros	Mayo.
Encuentro de Doma y Tradición.	Villa del Carmen, Durazno. Parque Francisco Davant.	Domas	Diciembre
Fiesta de la doma y el folclore.	Sarandí del Yí, Durazno.	Jineteadas, demostraciones. Espectáculo folclórico.	Diciembre.
Festival del Lago 'Andresito le Canta al País'.	Andresito, Flores. Lago Andresito, ruta 3, km 243.	Espectáculos musicales y baile. Camping. Jineteadas. Feria y puesto de artesanos. Plaza de comida. Paseos en embarcación Andresito.	Enero.
Encuentro Británico Oriental.	San Jorge, Durazno.	- Desfile de caballería gaucha. - Comidas típicas. - Jineteadas. - Visitas a la estancia del escocés Thomas Fair, (fundador).	Noviembre.
Campeonato Internacional de Yerra	Colonia Valdense, Colonia. Sociedad Criolla Amistad y Tradición. Ruta 1 km 122.	-Actividades de yerra (castrado, descorne y marcado del animal de su propiedad.) -Pruebas de rienda, destrezas y otras. -Participación de equipos de países limítrofes.	Mayo.
Encuentro Gaucho de la Fiesta del Mate.	San José de Mayo, San José. Predio de la Sociedad Criolla Capitán Manuel Artigas.	-Fogones. -Pruebas de rienda. -Jineteadas -Desfile criollo. -Concursos de canto y payadores. -Juegos infantiles -Feria artesanal.	Marzo.
Festival criollo en Parque Mangueras de Artigas.	Casupá, Florida. Festival criollo en Parque Mangueras de Artigas.	-Jineteadas. -Pruebas de rienda. -Desfile criollo. - Espectáculos musicales. -Camping. -Plaza de comidas.	Marzo.
Semana del Turf.	Colonia del Sacramento, Colonia. Hipódromo Real de San Carlos.	Destacado: Gran Premio Pablo Gustavo Falero.	Agosto.
Festival criollo y folclórico.	Ecilda Paullier. Camino cabaña Paullier, cercano a ruta 1.	-Pruebas por aparcerías. -Prueba de riendas. -Fogones. -Pialadas. -Espectáculo y baile. -Almuerzo criollo.	Octubre.
Fiesta de la sociedad criolla Los Patricios.	Ciudad de Florida. Predio de la rural de Florida.	-Pruebas de campo y riendas. -Misa criolla. -Remates. -Peña folclórica. -Desfile gaucho. -Jineteadas.	Agosto.
Festival Néstor Feria.	Fray Marcos, Florida. La Sociedad Nativista Néstor Feria.	-Homenaje. -Desfile gaucho. -Juegos camperos. -Espectáculo folclórico .	Setiembre.

Festival del Lazo y las Jineteadas.	Sarandí Grande, Florida. Ruedo Santo Domingo. Ruta 58, a 6 kms. 133.500 de ruta 5.	-Pialadas. -Jineteadas. -Pruebas de riendas. -Desfile gaucho. -Jineteadas en vacunos. -Espectáculo musical.	Marzo.
Fiesta Criolla en Cardal.	Cardal, Florida.	-Espectáculo criollo. -Desfile criollo. -Prueba de riendas. -Jineteadas.	Mayo.
5º Encuentro Gaucho.	Polanco del Yí, Florida. Ruta N°42, km. 40.	-Pialadas. -Jineteadas. -Pruebas de riendas. -Baile.	Abril.
Fiesta del Gaucho en la ciudad.	Juan Lacaze, Colonia. Predio Club ciclista alas rojas Juan Lacaze.	-Pruebas de riendas. -Espectáculo. -Desfile gaucho. -Plaza de comidas.	Diciembre.
Marcha Artiguista	Cuenca del Río Santa Lucía. Partiendo de Paso de los Carros en San José.	Marcha tradicionalista por San José, Canelones y Florida buscando rescatar los hitos artiguistas de la identidad y de la resistencia al sur del Río Negro.	Marzo.
"Fiesta del caballo"		Raid de petisos, pencas, prueba de riendas, carreras de cuero, desfile y espectáculo musical.	Noviembre.

Fuente: Elaboración propia

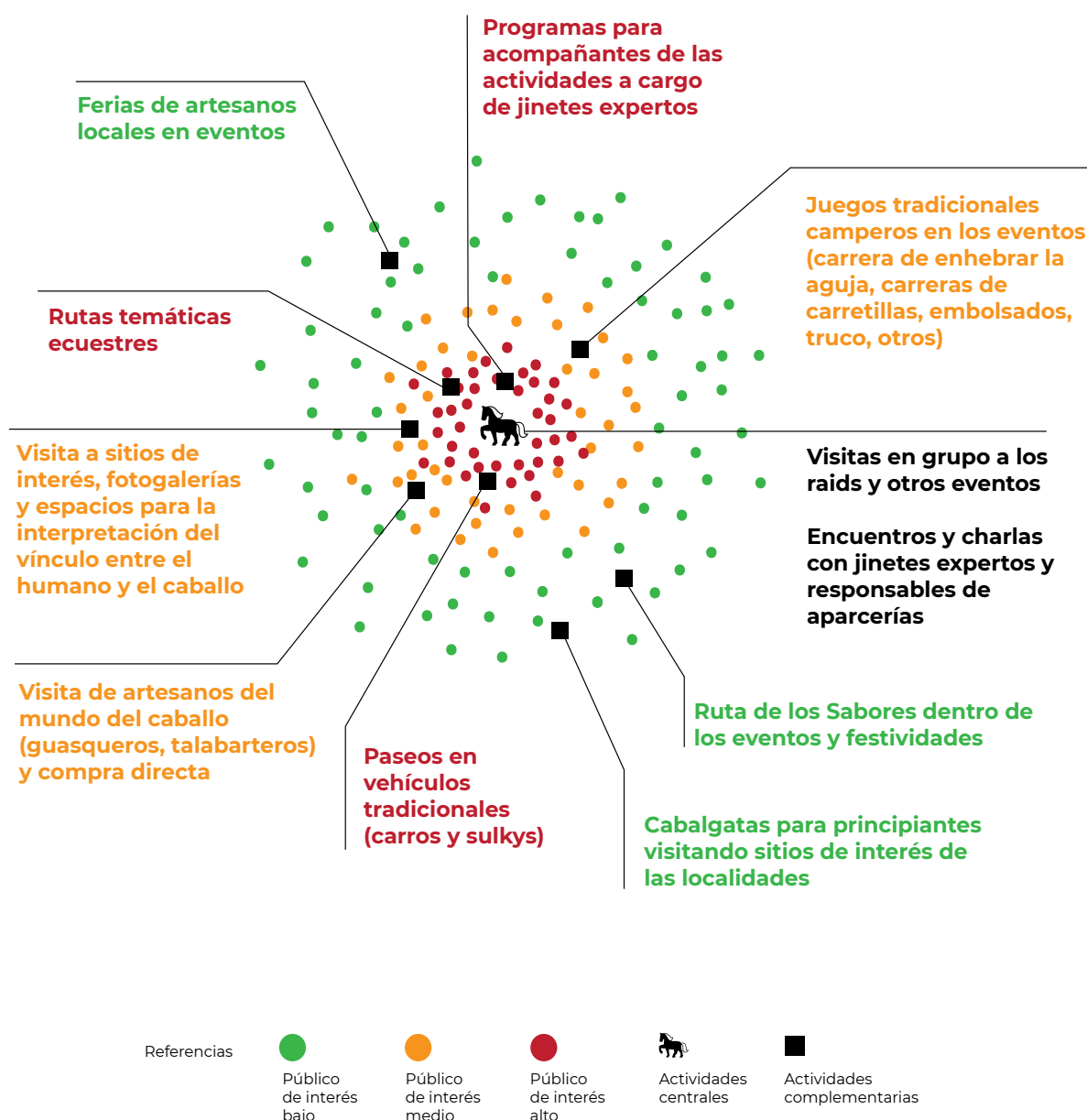
Tanto los eventos festivos como los raid se encuentran ante un gran desafío de reconversión por la crisis del Covid 19. El proyecto plantea promover una apertura a un nuevo público, más allá del público tradicional de raid, para que conozca las dinámicas culturales y los saberes vinculados al mundo del caballo en general.

Dentro de los deportes ecuestres también se puede incluir experiencias vinculadas al oficio y a las distintas técnicas de doma, que generalmente se encuentran en el marco de las fiestas criollas y las carreras cortas características en las distintas localidades de la Región Centro Sur.

Se propone para este eje una profundización en el mejoramiento de los servicios, transformando las festividades y competencias deportivas en eventos turísticos, que logren atraer a personas no especializadas en la temática. **De esta forma, se podría llegar a una diversificación del público y un incremento del gasto turístico en las localidades de la Región.**

Las manifestaciones de estos vínculos son diversas y también aportan nuevas posibilidades para aquellos que entrenan o cuidan caballos. En este sentido, es necesario el desarrollo de capacidades como anfitriones, para que puedan desempeñarse mejor en el relacionamiento con los visitantes y compartir sus aprendizajes.

**GRÁFICO DE OFERTA COMPLEMENTARIA A RAIDS
Y EVENTOS DEPORTIVOS**



El desarrollo de las actividades complementarias se realizará de forma gradual y fractal tomando como base de las actividades los eventos ecuestres. A partir de estas actividades se promueven nuevas experiencias turísticas que permitirán ampliar el público y las formas de disfrutar el turismo ecuestre, más allá de aquellos turistas que viajan motivados por el mundo del caballo como principal interés.

En el gráfico se ubican más cerca del núcleo los segmentos de visitantes más especializados en el mundo del caballo. En la medida que se aleja del centro se ubican aquellos visitantes con menor grado de interés y también aquellos turistas para los cuales la vida rural y el contacto con los animales es un descubrimiento y una experiencia novedosa.

Las motivaciones pueden ser variadas dependiendo de qué grado de relacionamiento tienen las personas con los caballos en su vida cotidiana. En este sentido, se puede separar categorizar a los visitantes por el grado de afinidad e interés al turismo ecuestre. Esto es importante para la planificación y promoción de la diversidad de propuestas del turismo ecuestre.

Los que se vinculan por mayor afinidad serían los que tienen un interés especial por la figura del caballo, aquellos que tienen un vínculo cotidiano por ser jinetes, por vivir en el campo o por practicar deportes ecuestres. Las fiestas y festivales criollos, encuentros gauchos, marchas tradicionalistas protagonizadas por aparcerías y sociedades tradicionalistas movilizan a aquellos que comparten la pasión y un alto grado de afinidad.

En otro extremo, estaría el caso de los visitantes que el contacto con el caballo es un descubrimiento y una experiencia novedosa, asociado a aquellas propuestas orientadas a la calidad de vida.

La estrategia deberá contemplar también a los visitantes urbanos que no tienen conocimientos previos y las actividades ecuestres implican aventura y desafíos para los jinetes aprendices. En estos casos adquiere relevancia la motivación de tipo educativa, conociendo las formas de vida en el campo uruguayo y cómo la figura del caballo está muy presente en ésta. En este sentido, las posibilidades que brindan los centros ecuestres o escuelas de equitación profundizan los conocimientos sobre el animal y sus necesidades, así como su crianza y formas de cuidar y montar. Estos establecimientos ya cuentan con personas capacitadas para trabajar con visitantes que se inician en el relacionamiento con los animales.

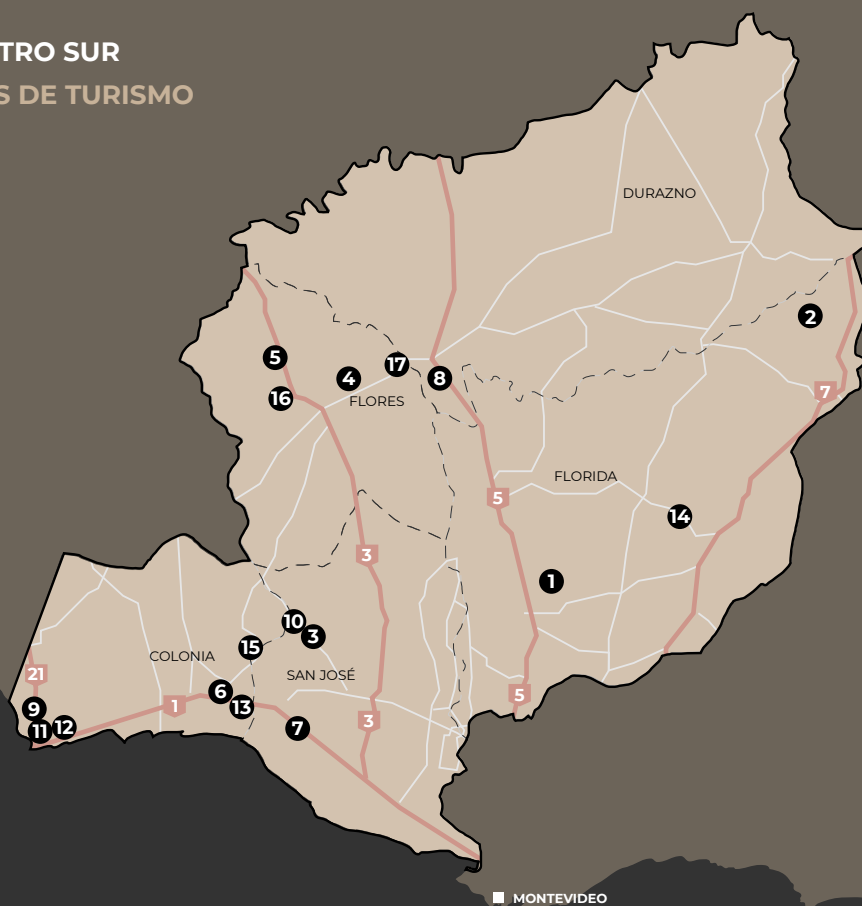
Los actores privados por su parte, tanto los grupos locales de turismo así como quienes organizan los eventos tradicionalistas y deportivos tienen la oportunidad de participar en la prestación de servicios turísticos, ya sea por la generación de nuevas actividades o mejoramiento de las ya existentes. Esto aplicaría también para comerciantes y artesanos de las zonas involucradas en el proyecto.

Del mundo del caballo y la calidad de vida

El otro eje dentro del proyecto apunta a **los beneficios que reporta la relación entre el caballo y el humano, desde la perspectiva de la calidad de vida y el turismo de pequeña escala**. Esta iniciativa tendría como protagonistas a los establecimientos de turismo rural, donde se promueve la vida de campo, el contacto con la naturaleza, las escapadas fuera del paisaje urbano, incluso dentro del movimiento *slow travel*⁷, donde se promueve estilos de vida más arraigados con la naturaleza y el conocimiento de las poblaciones en los destinos.

7 Es un movimiento que aboga por viajar despacio, por viajar sin prisas, por escapar de la tiranía de la velocidad, y reconectar para volver a disfrutar de nosotros mismos y del lugar por el que viajamos (...). Pero te pregunto, ¿qué es viajar? ¿tachar todos los lugares de esa lista? ¿visitar todos los puntos que te recomienda la guía de viajes? ¿o conocer realmente un lugar y un país nuevo? ¿Conocer a ti mismo en otros paisajes, con otros acentos, en otras culturas y dejarte ser con el lugar y el paisaje? Recuperado en <https://www.spanish.hostelworld.com/blog/movimiento-slow-travel-viajar-sin-prisas/> agosto 2020.

MAPA REGIÓN CENTRO SUR ESTABLECIMIENTOS DE TURISMO RURAL Y NATURAL



Referencias

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| 1 - Estancia Hostería El Ceibo | 10 - Posada Sierra de Mahoma |
| 2 - Estancia Los Plátanos | 11 - La Recompensa |
| 3 - Estancia Finca Piedra | 12 - Establecimiento Los 3 Botones |
| 4 - La Amorosa | 13 - Galope Horse Farm & Hostel |
| 5 - La estiría | 14 - San Pedro del Timote |
| 6 - Hotel Nirvana Resort & Spa | 15 - Don Miguel |
| 7 - Estancia Don Joaquín | 16 - Complejo Turístico Flores |
| 8 - Santa Cristina | 17 - Albergue y Estancia El Silencio |
| 9 - Riding Tours | |

Las cabalgatas protagonizan la oferta de turismo rural y su fomento aporta a la consolidación del sector y de los establecimientos de la región. Durante las salidas de campo, se visitó la estancia turística “San Pedro del Timote” ubicada en Cerro Colorado en Florida y “Los Plátanos” situado en Valentines, en la frontera de los departamentos de Treinta y Tres y Florida. Estos emprendimientos, junto a otros establecimientos relacionados, podrían liderar este proceso para profundizar y perfilar en la región el trabajo de SUTUR, compartiendo experiencias y aprendizajes para el desarrollo del turismo ecuestre. Esto permite difundir los vínculos humano caballo con mayor profundidad:

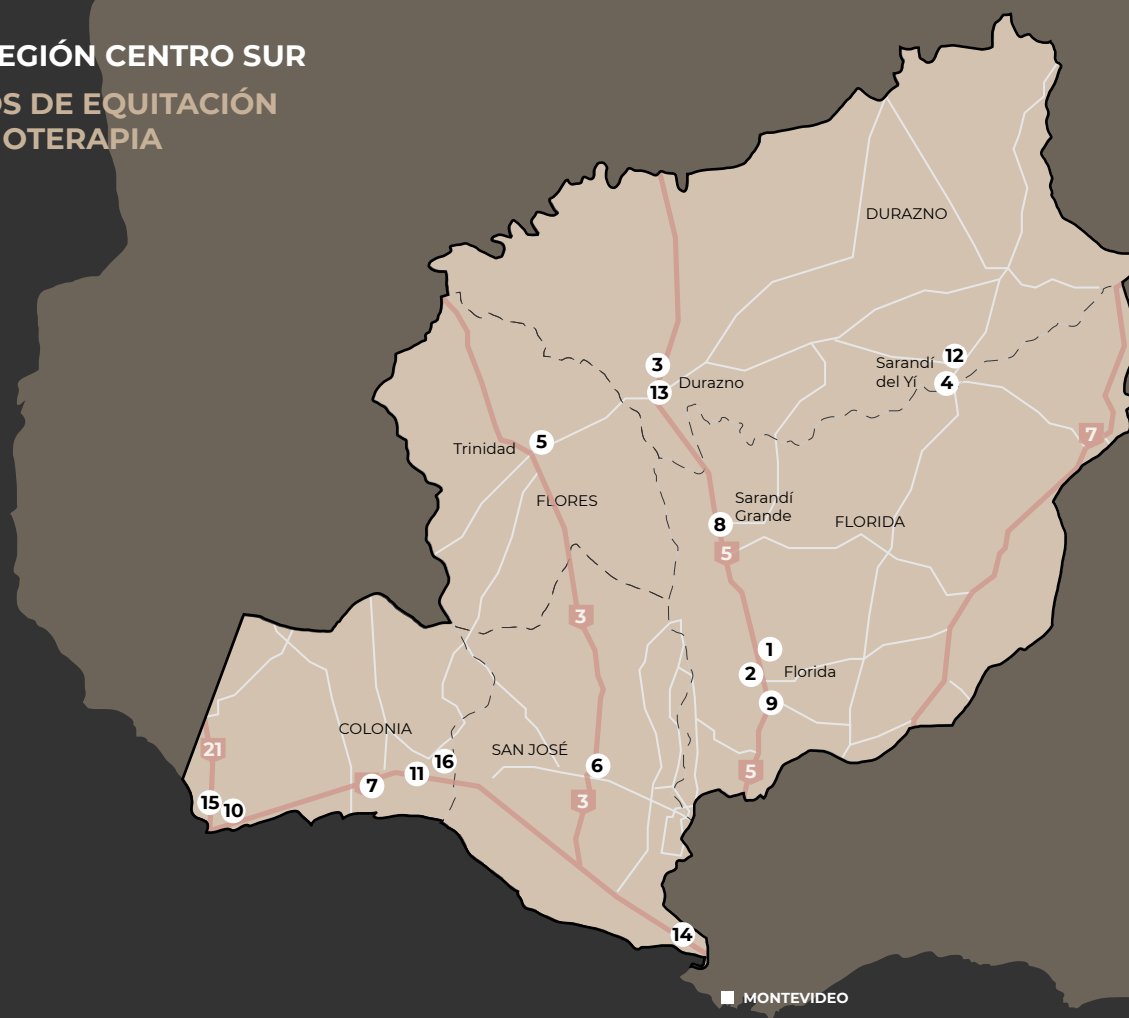
“Lo que nosotros hacemos no es alquiler de caballos. La diferencia entre alquiler y cabalgata es como lo concibas. Si lo consideras un medio de transporte o un animal al que tenés que acercarte a saludarlo, considerarlo, ya que me está permitiendo subir arriba. El caballo no es una bicicleta que está esperando bajo el sol su cliente. Los caballos no son todos iguales y a veces lo maltratamos, sin saberlo (...) tratarlo con respeto, no lastimarlo la boca, hablar en su lenguaje, tienen sus miedos, sus emociones, viven en manada, sufren al estar solos (...) tenemos que defender el bienestar de los caballos, porque además, los turistas van a disfrutar más de la cabalgata si entienden por qué el caballo trota si se queda atrás de la manada o, qué está diciendo si levanta la cabeza” (Entrevista Laura Viviani, agosto 2020).

A su vez, el proyecto permite ampliar la oferta de actividades de los centros de equitación y equinoterapia ya que los servicios promueven experiencias turísticas factibles de realizar por el día que superan los cursos regulares de equitación y terapias de rehabilitación necesariamente.



MAPA REGIÓN CENTRO SUR

CENTROS DE EQUITACIÓN Y EQUINOTERAPIA



Referencias

- | | |
|--|-----------------------------------|
| 1 - Crece | 9 - Centro Ecuestre Florida |
| 2 - Sin Límites | 10 - Centro Número 30 Colonia |
| 3 - Escuelita de Equinoterapia Durazno | 11 - Centro Hogar Sarandí |
| 4 - Paso del Rey | 12 - Centro Ecuestre Ángel Ortíz |
| 5 - Santa Bárbara | 13 - Centro de Equitación Durazno |
| 6 - Escuela de San José | 14 - Centro Macondo |
| 7 - El tornado | 15 - El Arrullo |
| 8 - Equinoterapia Sarandí Grande | 16 - El Galope |

.Fuente: Elaboración propia

Los centros de equitación y equinoterapia no están actualmente dentro del sistema turístico regional. Esto se fundamenta especialmente, por el desarrollo de actividades orientadas al bienestar, prácticas terapéuticas y de recreación. De esta forma, aportar en la diversificación de la oferta turística y abrir una ventana al turismo de salud y las distintas formas de relacionamiento con los caballos. Además, estos sitios cuentan con personal capacitado en la enseñanza, acostumbrado a trabajar con personas sin experiencia previa con caballos.

También el proyecto plantea incluir las villas hípias locales donde se “varea” (entrena) a los animales de competencia, para conocer cómo son las actividades diarias requeridas para el el cuidado de los caballos



Niños a Caballo

Actividades de acercamiento a los Caballos

Por su tamaño y belleza los caballos son animales que impresionan a cualquier ser humano independientemente de la edad. Ellos pueden enseñarnos mucho sobre nosotros mismos.

Para los niños tímidos, el caballo puede convertirse en un canal para poder expresarse, aumentar su confianza y mejorar su autoestima. Para los niños con problemas de concentración y dificultad en el manejo de sus emociones, pueden ser una forma de estimular la concentración y estar "presentes".

También son una excelente excusa para que los niños dejen los dispositivos electrónicos y estén al aire libre, en contacto con la naturaleza. Los valores de compartir momentos con los caballos, son herramientas que quedan en los niños para toda la vida.





Fuente: Lares Uruguay

Hipódromos y villas hípias de la región Centro Sur.

Nombre.	Ubicación.
Hipódromo Real de San Carlos	Colonia del Sacramento.
Hipódromo Irineo Leguisamo	Florida
Hipódromo Ituzaingó	Flores.
Hipódromo de San José	San José.
Hipódromo Independencia	Durazno.
Villa Hípica de Sarandí del Yí	Durazno.
Villa Hípica ruedo Eduard Mautone	Villa del Carmen, Durazno.
Villa Hípica Sarandí Grande	Florida.

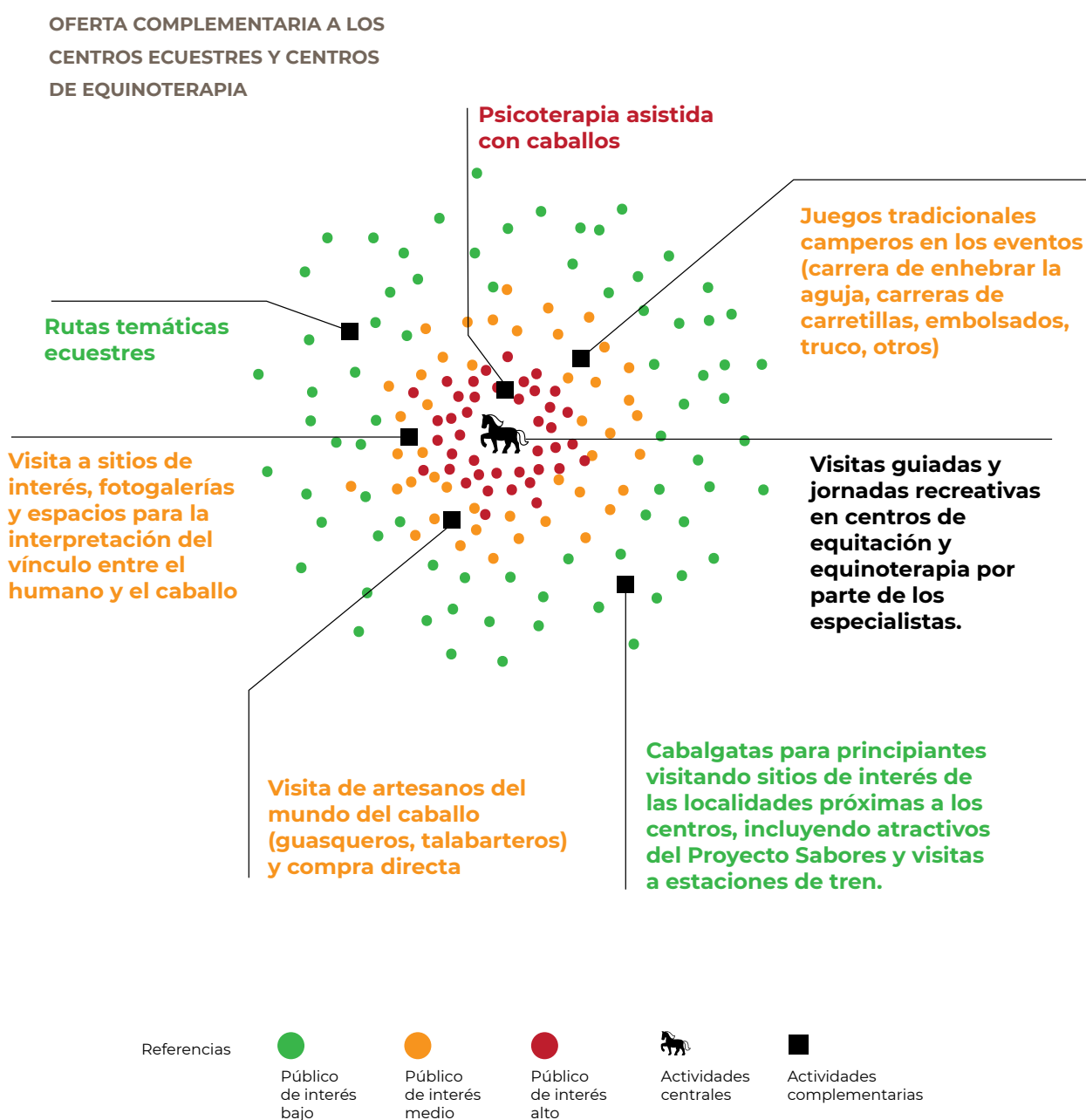
Fuente: Elaboración propia

El proyecto también podría ser una ventana para los emprendedores gastronómicos y artesanos de las localidades y sobre todo, para quienes organizan cabalgatas para visitantes por el día.

El desarrollo de las actividades complementarias se realizará tomando como base de las actividades los Centros Ecuestres y Centros de Equinoterapia.

Los centros de equinoterapia presentes en la región son los actores clave y el éxito de la gestión depende de su vinculación con el resto de los actores del sistema turístico. Además, estos centros están relacionados a los programas del BPS (Banco de Previsión Social) a través de los programas que se desarrollan en lo que respecta a discapacidad y equinoterapia. A su vez, el BPS es un actor relevante en el sistema de Turismo Social del Mintur, por lo cual sería importante considerarlo como parte relevante

Por su parte, los centros ecuestres y escuelas de equitación presentes en la Región Centro Sur, pueden tener un rol importante en el trabajo con visitantes que buscan aprender sobre los animales y convivir con ellos.



Pueblos del caballo: turismo ecuestre

Varias localidades de la Región Centro Sur se identifican en torno a los vínculos con el caballo y esto configura una oportunidad de generación de contenido que aporta a la singularización de las experiencias turísticas de “los pueblos del caballo”. Esto implica un movimiento al interior de las localidades para relevar, fortalecer y difundir aquellas propuestas, actividades, servicios asociados a las tradiciones y vida del campo, que profundicen los vínculos caballo/humano y aporten a la comprensión y al diálogo intercultural.

El Proyecto desarrolla una línea educativa vinculada a las formas de vida en el campo uruguayo el animal y sus necesidades, así como su crianza y formas de montar correctamente. Por ello, es necesario un proyecto articulador que promueva la coordinación de actores clave vinculados a las variadas actividades ecuestres con otros actores que ya trabajan con servicios turísticos.

En otras palabras, esto implica la posibilidad de trabajar la relación con el caballo desde variadas aristas, vinculando los beneficios psico-emocionales de cabalgar, aprender o interactuar, así como la aventura de recorrer sitios de la región en travesías.

Al abrir paso e innovar con esta propuesta, se entiende que la región Centro Sur debería liderar futuras acciones que incluyan a otras regiones del país donde se ubiquen establecimientos que trabajen con caballos y se desarrollen actividades que potencien estas tradiciones.

Los residentes de las localidades de la región serán protagonistas, ya que para la comunidad local el proyecto constituye un aporte a la difusión de sus valores culturales, que promueve el sentido de pertenencia con su territorio y el orgullo de protagonizar distintos tipos de actividades y ofrecerlas a los visitantes.



Fuente: Lares Uruguay

Beneficios de la articulación entre los actores clave

El Turismo Ecuestre nuclea actores, actividades y servicios ya existentes con otros a desarrollar, ofreciendo experiencias turísticas que identifican a la Región Centro Sur, integrando lo psicológico, lo emocional y lo físico. De esta forma, articular las ofertas de actividades, generando redes de emprendedores y actores clave, que puedan ampliar sus acciones y públicos usando al turismo como instrumento.

Los actores clave vinculados al sector público tienen la oportunidad a través de este proyecto de profundizar los vínculos de gestión y coordinación entre tres niveles de planeamiento, generando también agenda de trabajo conjunto en otras áreas como los deportes, la cultura, el empleo y la capacitación y el desarrollo rural.

En otro nivel de articulación, se propone el trabajo en coordinación con actores públicos y privados para la generación de nuevas ofertas y capacidades en turismo ecuestre, seguridad de las actividades ecuestres, promoción y marketing, entre otros. Dichas capacitaciones ayudan a la mejora de los niveles de calidad de los servicios ofrecidos. A mediano y largo plazo se podría pensar en la instauración de estándares de seguridad y calidad en las actividades, así como códigos de prácticas de turismo ecuestre.

Además, el abordaje de potencialidades y oportunidades ayuda en la diversificación de la oferta turística de la Región en general, ya que solidifica muchas propuestas que ya existen pero se encuentran dispersas en el territorio, muy difíciles de aprehensión por parte de los visitantes.

A través del proyecto, los destinos de la Región dotarán de mayor contenido a su oferta turística y consolidarán una imagen y perfil propio. La mejora de la oferta apuesta a movilizar nuevas experiencias que valoren el vínculo humano/caballo más allá de las cabalgatas dentro de establecimientos o los tradicionales encuentros gauchos.

El proyecto es inclusivo y recursivo en tanto que contempla la singularidad de cada actor para contribuir a un producto turístico regional, con un horizonte estratégico a mediano y largo plazo.

Posible demanda de turismo ecuestre

Por la cercanía con Montevideo y el Área Metropolitana, esta región tiene el potencial de mantener flujos turísticos durante todo el año. Además se suma la presencia de Colonia del Sacramento como destino de reconocimiento internacional, desde donde se puede captar visitantes para toda la Región Centro Sur.

Para conocer los gustos, características y preferencias de consumo de los potenciales visitantes sería importante generar un estudio de demanda específico para indagar sobre actividades de turismo ecuestre a nivel nacional. Los estudios internacionales nos permiten una aproximación sobre la demanda de turismo ecuestre. Por ejemplo, en Catalunya (Sans, 2013) , se caracteriza a quienes lo eligen como personas ya inmersas en el mundo de los caballos, contando con experiencia en equitación; edad entre los 25 a 70 años; mayoritariamente mujeres con poder adquisitivo medio-alto.

El Proyecto Equus (2014) agrega que el segmento que más se decide a participar de estas actividades son las mujeres adultas que aún no tienen hijos o que sus hijos ya están crecidos ("nido vacío"). Además, este segmento probablemente tenga ingresos disponibles superiores al promedio y también más tiempo de recreación.

Por otro lado, un estudio sobre La Pampa en Argentina, se focaliza también en el turismo ecuestre que se mueve por los eventos deportivos asociados.

Lo que se analizó respecto de esta demanda, es que la gran mayoría de la misma es residente de la propia provincia, que se traslada de una localidad a otra siguiendo el calendario de torneos y competencias ecuestres, es decir que proviene de localidades de la zona y alrededores que asisten exclusivamente al lugar con motivo de participar y/o asistir a un torneo de polo, de equitación o bien a una carrera de caballos. Por tanto, el movimiento de turistas es en su mayoría interno, aunque no se puede negar que antes eventos de importante envergadura como son los torneos nacionales de equitación o los abiertos de polo, por citar ejemplos, los interesados en dichas actividades ecuestres provienen de provincias aledañas a La Pampa, ya sea de localidades del Sur de Córdoba, de Buenos Aires; San Luis y Río Negro, según lo que los organizadores y miembros de clubes deportivos han comentado (Pessio, 2013: 82).

Esto es lo que se pretende con el antecedente presentado de la Ruta del Raid, pero se puede profundizar hacia otros eventos no solamente a los deportivos, como pueden ser las fiestas criollas. Otra característica que muestra este autor es que los deportes ecuestres son generalmente de preferencia masculina, pero actualmente se torna una actividad para toda la familia.

Por último, para el desarrollo del Proyecto de Turismo Ecuestre son relevantes los análisis de los contenidos generados por los usuarios en las plataformas más influyentes para los establecimientos de turismo rural (*Tripadvisor* y Boo-

king). Un primer avance en este análisis tomó en cuenta cómo se concentran los comentarios de los usuarios según los establecimientos y permitió captar la distribución de las huellas digitales de los turistas que dejan tras el consumo de los espacios que transitan (Van der Zee et. al., 2018).



MAPA REGIÓN CENTRO SUR

CONTENIDOS GENERADOS POR LOS USUARIOS TURISMO ECUESTRE



Cantidad de comentarios:

entre 1 y 100

entre 101 y 200

entre 201 y 300

más de 300

B Recuperado agosto 2020

Las plataformas “no solo promueven viajar sino que también incentiva la compra de servicios de calidad y la prestación de servicios más competitivos en el mercado (...). Los “Certificados de Excelencia” que las plataformas generan orgullo en los prestadores de servicio, logrando posicionarse como un sello de calidad creado y reconocido por los viajeros que tienen un fuerte reconocimiento dentro del mercado (OPP, 2017).

En entrevista realizada en Rocha a Mauro Ríos de “Cabalgatas Valiceras”⁸ comenta que el principal medio de difusión y contacto con la demanda son las plataformas colaborativas “Tripadvisor es lo que se usa más con las cabalgatas (...) Buscamos la excelencia y esta es la forma más confiable de mostrarlo. Seguramente confíes más en el boca a boca, del pasapalabra que de nosotros, si te decimos que es hermoso. Porque le vas a creer más a los que no tienen intereses en vender el producto.” (Entrevista Mauro Ríos, agosto 2020).

RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTO

PLAZO: 3 AÑOS

A continuación se sugieren algunas recomendaciones para el desarrollo del Turismo Ecuéstre en la Región, teniendo en cuenta los diferentes ejes temáticos.



EJE 1
FORTALECIMIENTO
INSTITUCIONAL



EJE 2
DESARROLLO DE
PRODUCTO



EJE 3
COMUNICACIÓN
Y PROMOCIÓN



**ACTIVIDAD
EMBAJADORA**

1

EJE 1 ACTIVIDADES ARTICULACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL



Promoción del asociativismo público - privado a través de una red de turismo ecuestre entre los actores que trabajan en el sector procurando un nuevo producto turístico regional.



Fomento de institucionalidad y marcos legales que contribuyan a la formalización de la actividad, contextualizando la normativa a la medida de los actores que participan

2

EJE 2 DESARROLLO DE PRODUCTO



Curso de guía de turismo ecuestre (baquiano) que incluya el aprendizaje sobre los animales, aspectos de seguridad y organización de experiencias turísticas



Implementación de capacitaciones específicas sobre seguridad, primeros auxilios y gestión de emergencias y riesgo de actividades turísticas



Diseño de capacitaciones sobre planes de negocio y fijación de precios en turismo ecuestre según perfiles de oferta



Diseño de experiencias turísticas en torno a la visita de artesanos del mundo del caballo (guasqueros, talabarteros, otros), promoviendo la puesta en valor de sus productos y la venta directa.



Generar ferias de artesanos residentes de las localidades para promover la Ruta de los Sabores dentro de los eventos y festividades



Desarrollo de oferta complementaria como alternativas a las actividades deportivas para los acompañantes de la competencia



Diseño e implementación de visitas en los raids y eventos deportivos a cargo de guías locales para interpretar las dinámicas de la actividad



Paseos en vehículos tradicionales (carros y sulkys) como oferta complementaria para acompañantes



Programas para acompañantes con espacios para juegos tradicionales camperos en los eventos para personas de todas las edades



Creación de un museo interactivo regional del caballo como espacio para la interpretación del vínculo entre el humano y el caballo en la región



Generación de fotogalerías itinerantes al aire libre donde se muestre en imágenes el vínculo entre humano y caballo



Diseño de calendario de fiestas y festivales criollos de la Región para centralizar la información de las fiestas y servicios complementarios



Promoción de las actividades del turf como un atractivo turístico en los pueblos del caballo



Diseño de un programa de Turismo de Salud y Bienestar a través de psicoterapia en los centros de equinoterapia que incluya un programa de pasantías para turistas



Visitas guiadas y jornadas en centros de equinoterapia para la promoción de la actividad de parte de los especialistas



Visitas guiadas y jornadas recreativas en centros de equitación



Programa de pasantías y residencias temporales en centros ecuestres para turistas

3

EJE 3 COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Diseño de identidad visual y concursos de artesanos locales para la generación de productos de *merchandising* en las diferentes localidades



Fortalecer la imagen de la región como destino de turismo ecuestre a través de la promoción del proyecto y generación de guías y materiales con todas las ofertas básicas y complementarias asociadas



Promover eventos académicos, demostraciones hípicas, ventas y negocios (convenciones), ferias ecuestres, capacitaciones en general, todos basados en el mundo del caballo

SOCIOS ESTRATÉGICOS PROYECTO DE TURISMO ECUESTRE.

- Direcciones de Turismo de las Intendencias

- Municipios y las Juntas locales. Plenario de municipios nacional

- Ministerio de Turismo

- Operadores turísticos de la región

- Operadores turísticos especializados en turismo rural y activo

- SUTUR (Sociedad Uruguaya de Turismo Rural).
- Comercios y emprendimientos de la zona

- INEFOP (Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional)

- CETP (Consejo de Educación Técnico Profesional-UTU)

- Universidades públicas y privadas

- BPS (Banco de Previsión Social) mediante su participación en Turismo social

- Centros de equinoterapia de la región

- Centros de equitación de la región

- Asociaciones de artesanos y artesanos independientes vinculados a la temática.

- CENAFRE (Centro Nacional y Fomento de Rehabilitación Ecuestre del Ministerio de Defensa Nacional)

- Federación ecuestre del Uruguay y organizadores de eventos deportivos ecuestres

Diseño de rutas a caballo en diferentes modalidades para la diversificación de la oferta turística de la región.

Las propuestas son diversas e implican distintos grados de dificultad según la habilidad de los visitantes como jinetes. Es decir, tomando en cuenta si el jinete es novato (nunca cabalgó), principiantes (tiene muy poca experiencia) o avanzado (jinete experto), proponer diferente recorrido.

En el caso de los novatos y principiantes la actividad girará entorno a el aprendizaje sobre el animal y la práctica de la cabalgata; mientras que en el caso de los jinetes expertos la propuesta puede ser más desafiante en cuanto a extensión y duración del recorrido. En los primeros puede ser un recorrido por el día a caballo, y en los últimos el recorrido puede tomarse como travesía o expedición, que duren una semana y que impliquen acampar o alojamiento en el medio rural. Aquí se puede promover un trabajo conjunto de los centros de equitación como los desarrolladores de la ruta ecuestre y los establecimientos de turismo rural para ofrecer alimentación y alojamiento para visitantes y equinos (espacio para acampar o servicio de hospedaje según corresponda).

A modo de ejemplo se propone:

- Ruta ecuestre la playa (Colonia y San José). Fuera de temporada de playas para evitar incompatibilidad con el descanso de los bañistas.
- Ruta ecuestre de los sabores (recorriendo y combinando la oferta gastronómica del Proyecto Sabores).
- Ruta ecuestre por viñedos olivares.
- Ruta ecuestre en las áreas protegidas de Flores y San José (diseñada en conjunto con el SNAP).
- Ruta ecuestre de los astros para interpretar el cielo libres de contaminación lumínica y con condiciones de seguridad para cabalgar en la noche.



ACTIVIDAD INTEGRADORA

Los proyectos presentados en este documento poseen temáticas que se complementan y están presentes en los cinco departamentos de la Región. A continuación, se presenta una acción integradora que plantea la convergencia de las tres temáticas trabajadas en el marco del Convenio.

ACTIVIDAD INTEGRADORA

Festival Gastronómico 4 Estaciones

El destino Centro Sur (marca actual de la Región Turística) tiene como logo un trébol de cuatro hojas cuyo significado remite a las cuatro estaciones del año (verano, otoño, invierno, primavera) es decir turismo todo el año. La actividad integradora consiste en un festival gastronómico que pueda realizarse cuatro veces al año, de manera itinerante, teniendo como locaciones los parques ferroviarios de la Región (por ejemplo: Nico Pérez, Mal Abrigo, Cardal, 25 de Agosto, Trinidad). Cada edición, dependiendo de la estación del año puede estar ambientada y tematizada por un plato embajador o producto, por ejemplo: Guiso en el invierno, frutos nativos en el otoño.

El objetivo del Festival es crear un espacio de trabajo compartido entre direcciones de turismo y emprendedores locales de los cinco departamentos.

Otros objetivos: dar a conocer la oferta de productos y servicios de la región, poner en valor el patrimonio ferroviario, posibilitar la articulación de actores e instituciones.

Los resultados esperados del Festival son:

- Mayor visibilidad de la Región como destino turístico
- Promoción de la oferta gastronómica y turística de los departamentos
- Creación de oferta de qué hacer para locales y visitantes
- Puesta en valor del patrimonio ferroviario
- Valoración de las tradiciones locales
- Fortalecimiento de los vínculos comunitarios y regionales

Algunos de las instituciones claves para el desarrollo de la propuesta son:

- Mintur
- MIEM

- AFE
- Intendencia de Durazno, Colonia, San José, Flores y Florida.
- Direcciones de Turismo
- Prensa local y nacional
- Agrupaciones y asociaciones locales (productivas, de turismo, culturales..)

Un aspecto muy importante en la organización de eventos es la comunicación y promoción. La calidad gráfica de los materiales y la utilización de las redes sociales es clave para lograr una buena convocatoria. En ese sentido, se podría organizar un concurso de afiches, con la participación de artistas locales, para dar a conocerlos y para lograr una mejor comunicación de aspectos identitarios y locales a través de la comunicación visual.

Para atraer público de otras ciudades y departamentos la organización puede contactar a personas que organizan excursiones y ofrecerles beneficios a sus clientes, como descuentos. Las direcciones de turismo pueden también fomentar la vinculación entre grupos locales, un compromiso de participación que podría renovarse cada año, es decir, el grupo anfitrión también es el grupo que visita, cuando el evento ocurre en otra localidad. Este aspecto es muy relevante y trasciende la realización de un Festival, propicia beneficios que pueden verse reflejados en las dinámicas de movilidad interdepartamental, en la construcción de confianza y trabajo entre grupos.

En relación a aspectos de planificación y sostenibilidad, la organización del evento puede desarrollar estrategias para minimizar posibles impactos negativos, como generación de residuos no reciclables. En ese sentido, en la planificación del evento se puede contemplar acuerdos con cooperativas de reciclaje y además, campañas de incentivo de uso de envases de vidrios (ya sea que cada participante lleve su vaso o sea disponibilizado por emprendimientos). Otra acción posible de ser realizada es la señalización de depósitos de residuos, según sus características (plásticos, orgánicos, etc), para facilitar la separación de los mismos y su posterior reciclaje.

Siguiendo con las acciones de planificación, también es importante contemplar a todo el tipo de público y sus necesidades para que sea un evento inclusivo y accesible. Desde aspectos de infraestructura apta para personas mayores o con restricciones de movilidad, como también contemplar aquellas personas que son celíacas, diabéticas, vegetarianas, etc.

En relación al impacto positivo del evento en el entorno, una acción muy utilizada en la Región y que podría ser potenciada es destinar los ingresos recaudados a causas sociales, como asociaciones y grupos organizados.

TERCERA ESTACIÓN

FESTIVAL GASTRONÓMICO

CUATRO ESTACIONES

ESTACIÓN
NICO PEREZ



Venta de productos locales	Exposición de antiguos vagones de trenes	Fotogalería: Exposición de fotos antiguas	Paseos a caballo
Muestras de doma	Degustación de productos de la región	Show de preparación y venta del Guiso del Rendimiento	Concurso culinario
Cuentos de la época del Tren - Historia Oral	Fogones y música en vivo	Juegos para niños	Talleres gastronómicos
Taller de huerta	Experiencia de comer en un vagón de tren	Proyecciones por la noche	Fotogalería temática

Buenas prácticas y criterios específicos para la generación de eventos responsables:

- Inclusión de productos y actores locales
- Tematización e interpretación de los vínculos entre sabores, saberes e historia
- Representatividad y participación colectiva en la gestión del evento

- Fomento al trabajo de la comunidad en el evento
- Revitalización de tradiciones o prácticas tendientes a la cohesión identitaria de la localidad
- Todos los residuos generados por el evento serán separados y reciclados.
- El monto recaudado en el concurso culinario será donado a una Asociación Local.



APTO PARA
CELÍACOS



APTO PARA
VEGETARIANOS



RECICLAJE
CONSCIENTE



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

AGNEW, John (2001) Principles of Regionalism, en J. Nicholas ENTRIKIN (ed.): Regions, University of California. Los Angeles.

ANDALUCÍA EMPRENDE (2013).Guía de proyecto para emprender.Paseos a caballo. Recuperado de: http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/sites/default/files/guias/932903_0.pdf

AROCENA, Felipe. (2004) Patrimonio industrial, turismo cultural y desarrollo. El potencial del ferrocarril en el barrio Peñarol de Montevideo. Cuadernos del CLAEH n.º 88 Montevideo. 2da serie, año 29. 2004-1. ISSN 0797-6062 Pp. 65-71

AROCENA, Felipe Coordinador (2011) Regionalización Cultural del Uruguay Ministerio de Cultura. Montevideo.

BALLART, J.; TRESSERRAS, J., (2001) Gestión del Patrimonio Cultural. Editorial Ariel. Barcelona.

BASISTEGUI, L., CARDOZO, A., y SILVA, S. (2016) Cyrus Vaulting: Desarrollo de una Academia de Vaulting en Uruguay. (Tesis de grado).Universidad ORT. Uruguay.

BONFANTI, D & CHERRO, M. (2010) La bodega Faraut. Historia de una empresa vitivinícola, sus trabajadores y una comunidad (Uruguay 1892-2002). Ediciones Trilce. Montevideo.

BOOKING (2019) Travel Prediction 2020. Recuperado de <https://travelpredictions2020.com/>, abril 2020

CASSARINO, M. (2016) Proyecto Turismo Social y Comunitario en Florida: la gobernanza observada desde lo local. Informe para el Departamento de Turismo y Cooperación para el Desarrollo. (Pasantía estudiantil de egreso. Licenciatura en Ciencia Política). Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de la República. Montevideo.

DINAMIZA (2017) II Estudios de la demanda de turismo gastronómico en España.

EUquus Project (2014) Horse riding in Europe. Programme of the European Union. Recuperado de <https://www.diba.cat/documents/74348/226277151/Estudi+sobre+el+turisme+eq%C3%BCestre+a+Europa/ba6041d0-3840-4dc2-abca-7598089989b8>

EVERETT, S., & AITCHISON, C. (2008) The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. Journal of Sustainable Tourism, 16, 150–167. doi:10.2167/jost696.0

EVERETT, S., & SLOCUM, S. L. (2013) Food and tourism: An effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 789–809. doi:10.1080/09669582.2012.741601

GANZAROLI, A., DE NONI, I., & VAN BAALEN, P. (2017) Vicious advice: Analyzing the impact of *TripAdvisor* on the quality of restaurants as part of the cultural heritage of Venice. *Tourism Management*, 61, 501–510. doi:10.1016/j.tourman.2017.03.019

GUNN, C. and VAR, T. (2002) *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. New York: Routledge.

GURSOY et al. (2017) Preferences regarding external information sources: A conjoint analysis of visitors to Sardinia, Italy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34, 806–820.

HALL, C., SHARPLES, L., MITCHELL, R., MACIONIS, N., CAMBOURNE, B., (2004). *Food Tourism Around the World*. Routledge, Abingdon, UK.

HALL, M.; MITCHELL, R. (2001) Wine and food tourism. Douglas, N., Derrett, R. (eds.) *Special Interest Tourism: Context and Cases*. John Wiley & Sons, Brisbane, pp. 307–239.

HERNÁNDEZ, J. (2011) Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. En: *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2011, vol. 9, no 2, p. 225-236.

ICTA (2008) Introduction to culinary tourism. International Culinary Tourism Association Retrieved December 14, 2008 Recuperado de: <http://www.culinarytourism.org/?page¼intro>.

IC (2008). Estudio de Caso: Cluster Quesería artesanal en San José y Colonia. Universidad Católica del Uruguay. Montevideo.

IECON (2014) Mapeo de capacidades territoriales y desarrollo productivo. Oportunidades de intervención para el desarrollo local con inclusión. Montevideo.

INE (2018) Encuesta Continua de Hogares. Instituto Nacional de Estadística. Uruguay

LABORDE, G. (2017) Identidad uruguaya en cocina. Narrativas sobre el origen. (Tesis de Doctorado). Universidad de Barcelona. España.

LONG, L. M., (Ed.). (2004) *Culinary tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky

LaRed21. (2008). Rescate del patrimonio ferroviario en Colonia. Recuperado de <http://www.lr21.com.uy/comunidad/334091-rescate-del-patrimonio-ferroviario-en-colonia>.

MEC (2010) Plan Estratégico Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Ministerio de Educación y Cultura. Montevideo.

MEC; MINTUR (2015) Guía de Fiestas Uruguayas. Ministerio de Educación y Cultura. Ministerio de Turismo. Montevideo.

MENDOZA, A. (2015) Paisaje sobre rieles - Patrimonio ferroviario al sur de Lavalleja: de estación Minas a Ing. Luis Andreoni. (Tesis de grado, FADU) Recuperado de http://www.fadu.edu.uy/itu/files/2012/09/tesina_psr_mendoza.pdf.

MINTUR. (2009). Plan nacional de turismo sostenible 2009- 2020. Ministerio de Turismo. Montevideo: s/d editorial.

MINTUR (2011) Manual de productos turísticos. Ministerio de Turismo. Montevideo.

MINTUR (2018) Informe Turismo Interno 2018. Departamento de Estadística. Montevideo

MINTUR (2019) Plan Nacional de Turismo Sostenible 2030 Ministerio de Turismo, Montevideo.

MINTUR (2019 b) Anuario Estadísticas de Turismo 2019 Ministerio de Turismo, Montevideo.

OEA.TUR (2017) Anuario del Observatorio Económico de Agencias de Viajes de República Argentina. Buenos Aires.

OMT (2013) Manual de desarrollo de productos turísticos. Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo. Madrid.

OMT (2019) Definiciones de turismo de la OMT. Madrid.

OMT (2019) Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. Madrid.

OMT.(2020a). Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 – Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19, OMT, Madrid.

OMT. (2020b).COVID-19: Ante todo, las personas. Recuperado en: <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19> 2020.

OMT (2020c). Apoyo al empleo y a la economía a través de los viajes y el turismo- Llamamiento a la acción para mitigar el impacto socioeconómico de la COVID-19 y acelerar la recuperación. OMT Recuperado en https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf

OKUMUS, B., OKUMUS, F., & MCKERCHER, B. (2007) Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253–261.

OPP (2011) Turismo Región Este. Oficina de Planeamiento y Presupuesto Uruguay Integra.

OPP (2012) Plan de Refuerzo de la Competitividad del Conglomerado Agroindustrial Olivícola De Uruguay.

OPP (2013) Agenda Municipal de Cultura. Municipio de Ecilda Paullier. Oficina de Planeamiento y Presupuesto. Programa Uruguay Integra.

OPP (2015) Proyecto Empre Tur Florida. Uruguay Más Cerca – División Desarrollo Económico Local (UMC-DEL).Convocatoria a Propuestas de Desarrollo Económico Local – Región Centro Sur.

PESSIO, V. (2013) Planificación del producto turístico ecuestre en la zona norte y centro de la provincia de La Pampa".Tesis de grado.Recuperado de <https://repotur.yvera.tur.ar/bitstream/handle/123456789/4484/Tesis%20Vale%20Pessio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PRODETUR (Promoción del Desarrollo Económico y del Turismo) (2019) El caballo en la provincia de Sevilla. Diputación de Sevilla, España. Recuperado de <https://www.turismosevilla.org/opencms2/export/sites/turismo/galeriaTablas/publicaciones/179/guiaturismoecuestre.pdf>

PRODETUR (Promoción del Desarrollo Económico y del Turismo) (s.f.).Turismo ecuestre:catálogo de productos de Turismo Ecuestre de la provincia de Sevilla.Diputación de Sevilla, España. Recuperado de http://www.turismosevilla.org/opencms2/export/sites/turismo/galeriaTablas/publicaciones/77/pte_productos.pdf

RABAT, F. y VILLACAMPA, O. (2010) Diseño de productos turísticos y comercialización en turismo ecuestre.Plan de Turismo EQUUSTUR. Consorsi de Turisme de las Vals del Montcau. Recuperado de <https://issuu.com/olgav/docs/equustur-formation-producto-turisti>

REAL FEDERACIÓN HÍPICA ESPAÑOLA (2013) Estudio del impacto del ecuestre en España. Recuperado de http://www.federacio-catalana-hipica.cat/phoca-download/ESTUDIO_DEL_IMPACTO_%20ECUESTRE_ESPANA.pdf

REAL FEDERACIÓN HÍPICA ESPAÑOLA (2017) Normativa general para la adhesión y uso de la marca Turismo Ecuestre España. Recuperado de http://www.rfhe.com/wp-content/uploads/2017/09/01-NORMATIVA-GENERAL-PARA-LA-ADHESION-Y-USO-DE-LA-MTEE_sep17.pdf

ROMAY, C., ETCHEVARREN, V., CHIRICO, M., MAGGI, S., PÁEZ,C., PRIMUCCI, D., & BALSAGARAY, S., (2010) La arquitectura y el ferrocarril - una mirada nuestro patrimonio. MEC. Montevideo.

ROMERO, A. (2014) El Turismo Ecuestre en la Argentina. (Tesis para obtener título de maestría) .Universidad de Buenos Aires. Argentina.

SANS, A. (2013) La demanda de turisme eqüestre a Catalunya. Diputació de Barcelona. Recuperado de https://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=2e0ca73f-6262-4532-8dca-be7d74b18dc5&groupId=74348

SERNATUR (2015) Manual paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados. Servicio Nacional de Turismo. Santiago de Chile.

SIGALA, M. (2017) Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry. *Current Issues in Tourism*, 20 (4), 346–355. doi:10.1080/13683500.2014.982522

STRATTON, M. (2000) Reviving industrial buildings. In M. Stratton (ed.) *Industrial Buildings: Conservation and Regeneration* (pp. 8–29). New York: E & FN Spon.

TRIPADVISOR (2018) TripBarometer. Global Report.

VAN DER ZEE, EGBERT & BERTOCCHI, DARIO & VANNESTE, DOMINIQUE. (2018) Distribution of tourists within urban heritage destinations: a hot spot/cold spot analysis of *TripAdvisor* data as support for destination management. *Current Issues in Tourism*. 1-22. 10.1080/13683500.2018.1491955.

VERA, Fernando (coord.), LÓPEZ, Francisco, MARCHENA, Manuel, CLAVÉ, Salvador Antón. (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant Humanidades, Valencia.

VICENTE ELÍAS, L. (2008) Paisaje del Viñedo: Patrimonio y Recurso. En: *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2008, vol. 6, no 2, p. 137-158.

VILLACAMPA, O. (2014) A qui i com comercialitzem el producte eqüestre. EUQUUS. Diputació. Barcelona.

WAIMANN, M. E. (2014) Puesta en valor del patrimonio ferroviario de la localidad de Darregueira. *Propuestas turístico recreativas para la revitalización del sector*. (Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur) Recuperado de http://repositorio-digital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3219/1/tesis_Vogt%20Waimann.pdf.

WANG, Y; XIANG, Z. (2007). Toward a Theoretical Framework of Collaborative Destination Marketing. *Jornal of Travel Research*, vol. 46.

ZINGONI, J. (2014) “Miguel Corado Roca; plan urbano de Bahía Blanca, 1949”, en ZINGONI, J. y PINASSI, A. (Comp.), *Gestión de Patrimonio Urbano*. Textos de Cátedra (I) EdiUNS, Bahía Blanca (Argentina).

ACRÓNIMOS

ACRÓNIMOS

AET	Área de Estudios Turísticos
ADE	Agencia de Desarrollo Económico del Este de Colonia
ADEF	Agencia de Desarrollo de Florida
AFE	Administración de Ferrocarriles del Estado
AHRU	Asociación de Hoteles y Restaurantes del Uruguay
AMRU	Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay
ANDE	Agencia Nacional de Desarrollo
ANII	Agencia Nacional de Investigación e Innovación
ASOLUR	Asociación Olivícola Uruguaya
AUAR	Asociación Uruguaya de Amigos del Riel
AUDAVI	Asociación Uruguaya de Agencias de Viaje
AUPYL	Asociación Uruguaya de Pymes Lácteas
BPS	Banco de Previsión Social
CAMTUR	Cámara Uruguaya de Turismo
CENAFRE	Centro Nacional y Fomento de Rehabilitación Ecuestre del Ministerio de Defensa Nacional
CETP	Consejo de Educación Técnico Profesional
CLAEH	Universidad Centro Latinoamericano de Economía Humana
COFAC	Cooperativa de Ahorro y Crédito
COVID-19	Coronavirus disease 2019
CSIC	Comisión Sectorial de Investigación Científica
CURE	Centro Universitario Regional Este

DNTF	Dirección Nacional de Transporte Ferroviario
ECH	Encuesta Continua de Hogares
FADU	Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
FHCE	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
FIBEGA	Feria Internacional del Turismo Gastronómico
FIT	Feria Internacional de Turismo de América Latina
FLACSO	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
FUTEP	Fuerza Unión y Trabajo por Ecilda Paullier
INACOOOP	Instituto Nacional del Cooperativismo
INAVI	Instituto Nacional de Vitivinicultura
INE	Instituto Nacional de Estadística
INEFOP	Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional
LATU	Laboratorio Tecnológico del Uruguay
MAM	Mercado Agrícola de Montevideo
MEC	Ministerio de Educación y Cultura
MGAP	Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca
MIEM	Ministerio de Industria, Energía y Minería
MINTUR	Ministerio de Turismo
MIPYMES	Micro, pequeña y mediana empresa
MVOTMA	Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente
OMT	Organización Mundial del Turismo
OPP	Oficina de Planeamiento y Presupuesto
OSE	Obras Sanitarias del Estado
PPD	Programa de Pequeñas Donaciones
PYMES	Pequeña y mediana empresa

SUL	Secretariado Uruguayo de la Lana
SUTUR	Sociedad Uruguaya de Turismo Rural y Natural
UCU	Universidad Católica del Uruguay
UDELAR	Universidad de la República
UTEC	Universidad Tecnológica
UTU	Universidad del Trabajo de Uruguay



GLOSARIO

GLOSARIO

Actividades turísticas autogestionadas	Son aquellas desarrolladas de forma autónoma por el visitante, sin que exista una prestación comercial de servicios involucrada.
Actores de la actividad turística	Operadores turísticos, empresas, trabajadores, organizaciones sociales e instituciones públicas y privadas vinculadas directa e indirectamente con la actividad turística (MINTUR, 2009).
Áreas turísticas	Espacio geográfico en el que se dan conglomeraciones conformadas por distintos puntos y/o espacios que los visitantes consideran de interés y motivan el desplazamiento turístico.
Asociativismo en turismo	Trabajo articulado entre públicos y privados que procura la gestión colectiva del destino o región turística en la que se desempeñan, compartiendo ideales y objetivos.
Atractivos turísticos	Aspectos culturales o naturales de la región, ya sean de carácter tangible o intangible, permanente o temporal, en los que algún emprendedor, comunidad, organización o gobierno local ha realizado algún tipo de intervención con el objetivo de provocar la atracción de los visitantes para el uso y disfrute de la actividad turística.
Atributos	Son las características del territorio y la comunidad que componen el destino turístico y que son valorados positivamente por los visitantes provocando sus predisposiciones y motivaciones a la realización del viaje.
Cadena de valor	La cadena de valor del turismo es una forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia.

Clúster	Conglomerado de empresas de ámbito o actividad comunes y generalmente ubicadas en la misma zona.
Demanda turística	Grupo de visitantes que motivados por determinados sitios turísticos y expectativas propias, se desplazan a determinada región o destino para consumir las actividades y servicios que allí son ofertados.
Descentralización	Proceso gradual de distribución de competencias, recursos, funciones, gestión y decisión, en que cada territorio adquiere facultades para la toma de decisiones sobre sí mismo (MINTUR, 2009).
Desconcentración	Delegación parcial de competencias al interior de una dependencia pública manteniendo el nexo jerárquico. Puede aludir a la deslocalización territorial de esas dependencias (MINTUR, 2009).
Desarrollo sostenible	Proceso de cambio cualitativo en donde la participación local adquiere un marco institucional a través de instrumentos de planificación y gestión que atiendan al equilibrio entre la preservación de los recursos naturales y culturales, la viabilidad económica y la equidad social. Promueve la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer las futuras (MINTUR, 2009).
Destino turístico	Localidad, ciudad, región o país hacia donde se mueven los flujos turísticos motivados por sus atributos.
Diagnóstico	Producto del conocimiento de la comunidad, la actividad de los actores clave y el relevamiento del territorio mediante salidas de campo, en donde se ponen de manifiesto las características positivas, aspectos negativos y potencialidades de la región, como punto inicial para la planificación turística de proyectos, actividades y servicios.
Economía Circular	La Economía Circular es un nuevo paradigma que promueve la producción de bienes y servicios de manera sostenible, reduciendo el consumo, el tiempo, las fuentes de energía y los desperdicios. Se propone un modelo donde los productos, procesos y servicios se diseñan especialmente para optimizar los recursos utilizados y minimizar la generación de residuos. Los principios básicos implican: reducir, reutilizar, reparar y reciclar en un círculo continuo (Proyecto Biovalor).

Economía Creativa	Conjunto de actividades de la cadena de valor del arte y la cultura que destacan por su proceso de transformación de ideas en productos.
Empleo turístico	Puestos de trabajo generados o dependientes del gasto en bienes y servicios producidos por los visitantes en el disfrute de la actividad turística.
Excursionistas	Visitantes que realizan un viaje por el día con motivos de ocio y recreación, sin pernoctar en el destino.
Gasto turístico	El gasto monetario que surge de la adquisición de bienes y servicios para consumo propio y de terceros, para los viajes y durante los mismos.
Gestión turística	Nivel de institucionalidad en favor del desarrollo de la actividad turística (desde el sector público, privado y sociedad civil), así como la existencia y convivencia de grupos locales de turismo interesados en promover el sector.
Intersectorialidad	Conexión entre sectores económicos y actividades humanas que favorecen el desarrollo del territorio y sus comunidades, mediante el trabajo en conjunto y la gestión turística de las regiones.
Itinerario turístico	Secuencia planificada de visitas y paradas en determinados puntos de interés.
Marketing Digital	Concepto que engloba todas aquellas acciones y estrategias que se desarrollan para la promoción de productos y servicios a través de Internet: redes sociales, blog y webs, foros, plataformas de vídeo, etc. Algunos de los objetivos del marketing digital son: reconocimiento de marca, captación y fidelización de clientes, aumentar el número de ventas.
Mercado turístico	Vínculo entre la demanda y la oferta en turismo, entre los consumidores (visitantes) y los productores de bienes y servicios turísticos.
Microregión	Porción del territorio que puede delimitarse en función de su identidad tomando en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales, políticos y productivos y comparte proyectos de desarrollo.

Microregión turística	Parte del territorio que puede incluir espacios de tipo rural o urbano articulados en una o varias jurisdicciones, que se delimita por la existencia actual o potencial de desarrollo turístico y que implica la gestión coordinada de las comunidades e instituciones locales.
Motivación turística	Interés por viajar surgido de procesos de decisión personal, familiar y social, que generan el desplazamiento de las personas a regiones turísticas atractivas según sus necesidades y expectativas.
Oferta turística	Bienes y servicios que están a disposición de los consumidores (visitantes), en precio y período de tiempo determinados.
País de residencia	El país donde la persona se radica o tiene intenciones de hacerlo, durante más de un año consecutivo desarrollando en él la mayor parte de su vida social y económica.
Podcast	Los podcasts son una serie de episodios grabados en audio y transmitidos online, algunas plataformas posibilitan al usuario bajar los archivos para escucharlos sin conexión a internet.
Recursos turísticos	Son todos aquellos elementos naturales y/o culturales, tangibles o intangibles que existen en un ámbito geográfico determinado con potencialidad para la actividad turística.
Región turística	Espacio geográfico que presenta características y potencialidades similares y complementarias capaces de ser articuladas y que definen un territorio con vista al desarrollo del turismo.
Regionalización	Proceso complejo de subdivisión del territorio que tiene en cuenta las características fundamentales del mismo y su comunidad, en relación a criterios basados en elementos de tipo ambiental, cultural y económico, dando como resultado la definición de regiones y microregiones.
Restaurante Pop up	Un restaurante temporal que a menudo opera desde una casa privada, una antigua fábrica o espacio y durante de eventos y festivales.

Responsabilidad Social Empresarial (R.S.E.)	Modelo de gestión de empresas que establece un diálogo basado en el compromiso con las necesidades de sus distintos públicos (trabajadores, comunidad y clientes) y su entorno.
Salida de campo	Desplazamiento a los lugares a estudiar para desarrollar entrevistas, observaciones y relevamientos en contacto estrecho con el territorio, los actores clave y la comunidad.
Segmentación	Estrategia de marketing que agrupa a los consumidores acorde a criterios preestablecidos de tipo demográfico, económico, estilos de vida, geográficos, entre otros, con el fin de optimizar los recursos existentes y mejorar las relaciones entre la demanda y oferta.
Servicios turísticos	Son todos los servicios que el turista requiere y consume antes o durante el viaje, de variada índole, como pueden ser agencias de viajes, alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento, etc.
Sitios de interés turístico	Lugares con valores culturales o naturales, tangibles o intangibles, que son considerados por los visitantes como atractivos para la práctica del turismo.
Sitios de potencial interés turístico	Lugares con valores culturales o naturales, tangibles o intangibles, que son factibles de transformarse en atractivos para el turismo.
Turismo aventura	Se define como turismo de aventura aquel viaje (con una pernoctación mínima) que incluya al menos dos de los siguientes tres elementos: actividad física, medio natural e inmersión cultural (ATTA. 2009).
Turismo comunitario	Hace referencia a la generación y gestión de productos turísticos por miembros de la comunidad local de los destinos.
Turismo deportivo	Se entiende por turismo deportivo el viaje lejos de su residencia privada para participar en una actividad deportiva para la recreación o competencia, los viajes para observar el deporte a nivel amateur o profesional, y los viajes para visitar atracciones asociadas al deporte como un estadio o museo del fútbol, o cualquier infraestructura deportiva” (Gibson, 2004;11).

Turismo activo	Turismo activo es un ámbito donde confluyen actividades vinculadas al turismo de aventura, motivado por la vivencia de experiencias con cierto riesgo en un medio natural, y del turismo deportivo, cuya motivación principal es la práctica de una actividad deportiva (Luque, 2003).
Turismo social	Según el Sistema Nacional de Turismo Social, comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados, jóvenes, personas con capacidades diferentes y adultos mayores viajen con fines recreativos, deportivos y/o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad (MINTUR 2009).
Visitante	Personas que realizan desplazamientos turísticos fuera de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, por motivos asociados al ocio, recreación, aprendizaje y educación, salud, contacto con la naturaleza, entre otros. Se distingue de otros tipos de viajeros porque la finalidad de su desplazamiento no implica ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. Existen dos tipos de visitantes: el turista es quien pernocta en el destino, mientras que en caso contrario sería excursionista.

ANEXOS

ANEXOS

Sitios de interés - Proyecto Sabores de la Región

Departamento de Durazno

Durazno

La capital del Departamento cuenta con servicios como hoteles y restaurantes. Posee dos oficinas de información al turista, en el centro y en la entrada del Bio-parque Municipal, considerado el principal atractivo turístico de la ciudad. Se trata de un zoológico transformado en un parque con animales en semicautiverio.

La ciudad cuenta con algunos circuitos o propuestas de qué hacer y ver, tales como: circuito de los museos, recorrido en las huellas de Dieste y Costa del Río Yí. El perfil de visitantes de la ciudad es mayoritariamente familias y en menor medida excursiones nacionales. Se nota un nivel importante de desarrollo comercial (principalmente de estaciones de servicio) y de infraestructura vial de la ciudad, sobretodo en áreas cercanas a la ruta número 5.

En relación a lo gastronómico, se destaca el café Sorocabana, uno de los pocos cafés de la tradicional marca uruguaya que todavía está en funcionamiento. Un lugar muy frecuentado por los locales, principalmente en el final de la tarde. Desde el año 2013 se festeja en Durazno, en el Parque de la Hispanidad, la **Fiesta de la Torta Frita**, la principal actividad de la fiesta es la cocción de la torta frita más grande del mundo, donde cada año, intentan superar su propio récord. El monto recaudado con la venta de las tortas fritas es donado a cooperativas de viviendas.

En el año de 2017 se ha instalado en la ciudad de Durazno un instituto de la Universidad Tecnológica de Uruguay (UTEC)¹. Según fue posible averiguar en las entrevistas con el equipo de la dirección de turismo, paulatinamente se percibe un flujo de personas de otros departamentos, docentes, estudiantes, familiares de estudiantes, siendo necesario desarrollar nuevos productos turísticos locales para ofrecer a estos perfiles de visitantes.

Sarandí del Yí

La ubicación de Sarandí del Yí sobre las rutas 6 y 14 en el límite de los departamentos de Florida y Durazno, le ha dado a la ciudad un carácter de centro de servicios. La zona destaca por la cría de ovinos y producción de carne vacuna. La

¹ En el IT Centro Sur se ofertan los siguientes cursos: Licenciatura en Tecnologías de la Información, Ingeniería en Energías Renovables, Ingeniería en Sistemas de Riego, Drenaje y Manejo de Efluentes e Ingeniería Agroambiental.

fiesta del Cordero Pesado¹¹ es la principal fiesta de la localidad y se realiza en los meses de noviembre, de forma continua desde el año 2000, en el parque Doctor Elías Regules, a orillas del río Yí, y es organizada por agrupaciones locales. Según nota de prensa¹², en la 16ª edición de la fiesta (2016) participaron 10 mil personas.

Entre las actividades que se realizan en el evento, se destacan: concursos de lotes de corderos y asadores, de comida a base de carne de cordero; misa criolla; shows de teatro y música; demostraciones: de cortes ovinos, esquilas, de perros guiando los corderos, trabajos con bretes y baños ovinos. La Fiesta del Cordero Pesado se ha posicionado como un ejemplo de la fortaleza local y una oportunidad para el desarrollo de nuevas propuestas que ocurran durante todo el año.

Si bien no es común encontrar elaboraciones a base de cordero en los restaurantes locales, por su valor de mercado y por otras particularidades, se considera que tiene un potencial turístico, ya que es posible ofrecer propuestas asociadas a la temática, como visita a establecimientos, compra de productos y derivados cárnicos y talleres de oficios tradicionales y demostraciones con perros que trabajan la oveja.

Sarandí del Yí posee servicios de alojamiento y restaurantes. El Río Yí para actividades al aire libre y propuestas vinculadas a la historia local, como un proyecto de senderismo en el Cerro Manduca, en vías de desarrollo. Otro aspecto importante es el vínculo de la ciudad con el Raid Hípico y las actividades asociadas al caballo.

Tanto el asociativismo como la capacitación en turismo son dos temas a ser trabajados en el Municipio, ya que no se identificaron acciones en ese sentido.

Villa del Carmen

El Municipio Villa del Carmen está ubicado en el cruce de las rutas nacionales 14 y 42, es una localidad que se identifica como “el pueblo del mejor pan y el mejor vino”. Su historia tiene una fuerte vinculación con la actividad vitivinícola. De acuerdo a Bonfanti & Cherro (2010), en 1922 un francés llamado Andrés Faraut fundó en el pueblo la Granja Faraut¹³, una bodega y viñedo que en poco tiempo se convirtió en el centro laboral de la localidad. Si bien actualmente la bodega está en ruinas, en los últimos años surgieron nuevos emprendimientos productivos vitivinícolas, logrando que se mantuviera la tradición en la zona.

Según Javier Alegresa, enólogo de “El Capricho”, la región cuenta con condiciones de suelo y clima ideales para el cultivo de uvas, ya que los bajos niveles de

11 La idea de realizar la Fiesta del Cordero Pesado surge a partir de un estudio desarrollado en el año 1995 por la Cooperativa de Ahorro y Crédito (COFAC) y la Universidad CLAEH. El mismo identificó que Sarandí era una sociedad muy compartimentada, donde los habitantes del campo y la ciudad tenían una relación lejana. A partir de esa problemática, un grupo local, conformado por varias instituciones y actores, empezó a realizar la Fiesta del Cordero Pesado, con el objetivo de unir los grupos locales y poner en valor un producto diferencial que es el cordero pesado.

12 <https://www.elpais.com.uy/informacion/personas-fiesta-cordero-pesado.html>

13 La historia de la Bodega fue documentada por Daniele Bonfanti y Mariana Viera Cherro en la publicación: La bodega Faraut. Historia de una empresa vitivinícola, sus trabajadores y una comunidad (Uruguay 1892-2002), convenio entre la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (Udelar) y Fundación Zonamérica.

precipitaciones y humedad, en época de cosecha, propician la madurez completa de la fruta.

Villa del Carmen cuenta con una vitivinícola operativa, la Bodega El Capricho que se encuentra muy cerca del núcleo poblado y el viñedo en la entrada de la ciudad. La bodega se encuentra muy cerca del núcleo poblado y el viñedo en la entrada de la ciudad. La identidad de marca del emprendimiento está representada por el animal Aguará Guazú, la mayor parte de la producción de vinos es vendida al exterior. En la planta de elaboración es posible comprar vino de forma directa, pero todavía no se realizan visitas guiadas.

El Centro Vitis es un emprendimiento identificado con potencial para ser incorporado en el producto Sabores de la Región. Su producción está centrada en su vivero para el cultivo de viñas para injerto. El emprendimiento se encuentra ubicado a pocos kilómetros del centro poblado, en un entorno natural semi rural. El lugar, que anteriormente ya contaba con viñedos fue recientemente comprado por inversores extranjeros. El nuevo proyecto incluye mejoras en el parque, como la creación de jardines y el acondicionamiento de una antigua construcción de piedra y ladrillos que será utilizada como alojamiento. A pocos metros del establecimiento, se encuentra un emprendimiento de alquiler de cabañas equipadas.

Hasta el año 2017 Villa del Carmen festejó la fiesta de la Vendimia que se discontinuó, según el Alcalde, por falta de recursos económicos e inexistencia de un grupo local que apoyara la organización.

A nivel gastronómico, también se destacan de Villa del Carmen las galletas de campo y los bizcochos producidos por las tres panaderías locales, que presentan buena calidad y un precio muy accesible.

En el marco de Sabores de la Región, sería importante retomar la organización de una fiesta local anual, que identifique a la localidad e incluya ambas producciones (pan y vino) y, por otro lado, desarrollar actividades en la modalidad taller, que se enseñe recetas de galletas de campo o bizcochos. Para ello, el desarrollo turístico de Villa del Carmen dependerá de la creación de un grupo local articulado, que discuta las necesidades y oportunidades del territorio.

Departamento de Florida

Cardal

El centro de bienvenida, inaugurado a fines de 2019 dota a la ciudad de Cardal de una puerta de entrada de la Ruta de la Leche sobre la ruta n° 77. Espacio que brinda información al visitante, posee baños públicos y se está trabajando para contar con un local de venta de artesanías. En el mismo espacio, se encuentran las letras volumétricas decoradas con dibujos *animal print* negro sobre blanco, que sugieren una vaca lechera. Las excursiones que llegan a la ciudad, normalmente están recorriendo la Ruta de Leche, algunas son organizadas por guías y otras en el marco del programa de Turismo Social, son aproximadamente 16 por año, contabilizando 1200 personas.

La principal actividad productiva de la zona es la lechería. Para conformar Sabores de la Región, fueron seleccionados dos emprendimientos locales. El Tambo turístico La Oportunidad, está situado cerca de la ciudad, donde los visitantes pueden conocer un tambo y además, probar y comprar productos derivados de la leche, como el dulce de leche. Actualmente, recibe excursiones y visitas de familias, que viajan en auto. Es un emprendimiento que se está posicionando en el mercado turístico, el equipo cuenta con capacidades y formación para llevar adelante la propuesta. Otra iniciativa seleccionada es el almuerzo ofrecido por la Asociación de Pasivos de Cardal. Se trata de una experiencia gastronómica, con algunas elaboraciones a base de leche, como el matambre a la leche, postres, como flan y crema quemada. Este menú es un diferencial importante en relación a otras localidades que no cuentan con productos ni recetas singulares. Además, en los días en que el clima no es propicio para recorridos al aire libre, también ofrecen presentaciones de teatro a los visitantes. Trabajan en conjunto con otros emprendimientos de la zona, en el marco de la Ruta de la Leche, siempre mediante previa reserva y grupos de mínimo 10 personas.

En Cardal se festeja, desde 2006, la **Fiesta Nacional de la Leche**. Según la página web del evento¹⁴, en 2018 recibió más de 20 mil personas. Entre las varias actividades de la fiesta, se realiza la elaboración del arroz con leche gigante y el concurso de batidos con leche. La comunidad local tiene interés en crear un museo dedicado a la lechería orientado a agregar valor al destino y complementar la propuesta visita a Cardal.

La ciudad cuenta con oferta de alojamiento, se destacan dos: Aquí Mismo y La otra casa, categorizados como *Bed and Breakfast*, emprendimientos importantes para Sabores de la Región, ya que proporcionan una cercanía con los huéspedes y servicio personalizado que puede aportar al proyecto. Cardal cuenta con algunos puntos de interés como la antigua estación AFE y una fotogalería en su parque, se trata de una exposición fija al aire libre, con información sobre la historia de la ciudad, proyecto financiado por OPP a través del Programa Cosas de Pueblo. Se destaca también la capilla Fenocchi, ubicada a 3km de Cardal, construida en 1981, que guarda muchas historias y misterios, que son contados por un guía local, reconocido por su conocimiento y experiencia.

Cardal cuenta con capacidades instaladas en el territorio y un grupo Pro Turismo activo, tal como se mencionó anteriormente, fruto del trabajo en el marco de la Ruta de la Leche.

Casupá

Casupá es una localidad en el eje de la Ruta 7, que presenta potencial como emergente destino turístico. Su flujo actualmente depende de los viajeros, de los eventos locales y sobre todo de las visitantes ocasionales de excursiones provenientes, en su mayoría de Montevideo y Canelones.

Cuenta con un Hotel con 22 camas y recientemente se está construyendo un hostel. Su oferta de actividades se limita a la visita a olivares, la Cabaña Ovina

Don Mateo, y la mayoría de los servicios prestados requieren de reserva con antelación para su correspondiente organización. Presenta productos que están en proceso de consolidación y un conjunto de recursos que, de activarse, podrían potenciar productos regionales, especialmente aquellos vinculados a la gastronomía. Desde el año 2018, se celebra en la ciudad la **Fiesta Regional de los Olivos**.

Los principales olivares visitables son: El amarillo (aceite Tupersi); Olivares de Casupá y Rincón Pandora (aceites Pique Roto). A medida que aumentan las excursiones a la zona, estos olivares progresivamente se están equipando para recibir al turista, diversifican la oferta de actividades, realizan eventos y cuentan con personal para realizar degustaciones. Esta vocación le permite a Casupá, enriquecer la Ruta y conectar con una demanda atraída por el placer de los sabores, y acceder a la producción local.

También presenta potencial para integrar un posible circuito histórico, vinculado a la figura de Artigas a través de la visita a dos estancias: San Eugenio y Los Leones. En esta última, se retrata la historia de Pantaleón Artigas y relatos acerca de la familia del prócer que era dueña de una gran porción de tierras en esta zona. Además, se puede visitar la Cabaña Normando en donde las excursiones de Turismo Social realizan una visita al atardecer, destacada por la cantidad de conejos que corren en sus campos; y el establecimiento equino Don Mario donde se ofrecen cabalgatas.

La localidad cuenta con murales pintados en los últimos años que retratan personajes y oficios populares de Casupá y una temática vinculada a los matreros, protagonizada por la historia de Martín Aquino.

En cuanto a la conectividad, si bien presenta limitaciones para los turistas que se mueven en transporte público por ruta 7, también ofrece oportunidades para el cicloturismo. Como destino en una etapa emergente, cuenta con el desafío de consolidar y/o mejorar la oferta existente para captar la demanda de manera efectiva y no de forma esporádica.

Cerro Chato

La localidad de Cerro Chato se encuentra ubicada en la intersección de las rutas 19 y ruta 7, su administración es compartida por los departamentos de Durazno, Florida y Treinta y Tres.

Cerro Chato posee una elaboración tradicional llamada Guiso Rendimiento. Según integrantes del grupo de estudios históricos de la localidad, el médico Roberto Bouton, vivió en la zona entre 1913 y 1930 y publicó historias sobre la vida rural en el Uruguay; en particular sobre un guiso llamado “Rendimiento”, una cocción a base de arroz, carne de oveja, grasa de cerdo, papa, morrón y cebolla que se cocinaba y se servía en las postas de la diligencia. El nombre deriva de la necesidad de hacer un único plato de comida que rindiera para todos aquellos que viajaban en la diligencia, y que fuera de costos reducidos, por lo tanto, se preparaba con materias primas accesibles en la zona.

Este plato típico sólo se realiza en ocasiones festivas y no está presente en los menús de los restaurantes de Cerro Chato. Los actores locales entrevistados plantean la necesidad de que el “Rendimiento” se incorpore en la oferta turística y una de las vías consistiría en sumarlo a fiestas locales o en las localidades cercanas.

Como oferta asociada, se destaca un Museo que homenajea el primer voto femenino. En el año 2016, Cerro Chato obtuvo el premio “Pueblo turístico”, del Ministerio de Turismo, denominado por el proyecto “Viví el Uruguay profundo, donde las mujeres acuñaron la historia de la localidad”. Se trata de la creación de un museo interactivo, donde visitantes pueden conocer la historia de la localidad, los caminos de diligencia y la identidad local. La casa que alberga el museo fue el lugar donde una mujer votó por primera vez en América Latina. En 2018, el proyecto también recibió fondos de OPP, Cosas de Pueblo. Desde su apertura, en marzo de 2019, recibió aproximadamente 8000 visitas.

El lugar cuenta con una cafetería, posee una exposición gráfica e audiovisual atractiva y su contenido fue organizado y seleccionado por personas locales que se dedican a estudiar la historia de la ciudad. Recientemente, OPP ha aprobado la financiación de una segunda etapa del proyecto, por lo que la casa Museo añadirá otras salas de exposiciones, que estarán enfocadas en la vida cotidiana durante las primeras décadas del siglo XX (oficios, costumbres, alimentación, el comercio y la circulación).

Cerro Chato posee una comisión de turismo que se formó en el año 2004. En 2015, recibió apoyo de la Agencia de Desarrollo de Florida (ADEF), en el marco del proyecto Empre Tur, para desarrollo de la Ruta de las Serranías, en conjunto con la dirección de Turismo de Florida. Dicha comisión es la que se encarga de la formulación y gestión de proyectos. Algunas personas locales recibieron capacitación del Inefop. La localidad cuenta con oferta de alojamiento, hospedaje y otras propuestas de qué ver y hacer, y buena conectividad.

Es importante resaltar también, que muy próximo de Cerro Chato, en la localidad de Valentines, se encuentra la Estancia Turística “Los Plátanos”, su propietaria Marina Cantera, es una persona muy activa en la comisión de turismo de Cerro Chato y además, su establecimiento está posicionado en el mercado, lo que representa una oportunidad para el proyecto Sabores de la Región. Su emprendimiento se destaca por la gastronomía basada en el uso de productos locales (cordero, dulces, frutos nativos) y recetas familiares.

Cerro Colorado

Cerro Colorado o “Alejandro Gallinal” es una localidad ubicada sobre la Ruta N°7 que integra la ruta de las Serranías y la ruta de las Estancias y Jesuitas. Su principal atractivo es el Complejo arquitectónico el Carillón, gestionado por la Intendencia de Florida. Fue activado como atractivo turístico en el año 2016, a partir de cursos de Inefop. Actualmente, en la planta baja alberga servicios públicos y en segunda planta una pequeña sala de venta de artesanías, salón multiespacio, y una radio comunitaria. Es posible acceder mediante una escalera a las campanas de la torre y tener una vista panorámica de la localidad. La adaptación de este sitio para personas mayores o con movilidad reducida sería impor-

tante para poder consolidarse como punto de interés turístico. Recientemente, el grupo local recibió fondos del programa “Cosas de Pueblo” de OPP para crear una plaza y una fotogalería en el complejo el Carillón. En el mismo terreno, se está tramitando la utilización de un espacio OSE, con buenas condiciones para convertirse en oficina de información turística y venta de artesanía.

Cerro Colorado posee un grupo de turismo llamado Eventur conformado en el año 2016, luego de la capacitación brindada por INEFOP en el territorio. Participan del grupo 6 personas y algunos de sus miembros también son parte del grupo de artesanos; del grupo que lleva adelante la huerta orgánica y de la Mesa de Desarrollo Económico de Florida (ADEF).

Dentro del grupo de huerta orgánica¹⁵ participan productores domésticos de alimentos orgánicos y un apicultor que apuntan a construir un vivero comunitario. En el marco de la presente propuesta, se plantea la oportunidad de vincularse con el grupo Huerta Orgánica, ofreciendo a los visitantes almuerzos saludables, visita a las huertas y venta de productos en el complejo El Carrillón.

Actualmente, pasan por Cerro Colorado excursiones, principalmente de Turismo Social, que recorren la ruta de las Estancias y Jesuitas y ruta de las Serranías. Las guías locales realizan, desde Cerro Colorado o cercanías, circuitos que incluyen: estancia San Luis, visita a el Carillón, con la profesora de historia local, almuerzo, San Pedro y grasería de Timote. El segundo circuito incluye una visita a la estancia San Luis, Carillón y Estancia Arteaga. Muy cerca de Cerro Colorado, se encuentra la Estancia turística San Pedro de Timote, que cuenta con un restaurante y además ofrece varias actividades como cabalgatas y espacios deportivos y recreativos.

La localidad de Cerro Colorado cuenta con 2 opciones de restaurantes y no dispone de oferta de alojamiento oficial, el único lugar utilizado para pernoctar, por personas que viajan por trabajo es una vivienda Mevir. Cerca de la localidad existe el Centro de Investigación y Experimentación Dr. Alejandro Gallinal, que cuenta con capacidad e infraestructura para abrigar un número considerable de personas, ya que suele recibir grupos de estudiantes.

Florida

La ciudad de Florida es la capital departamental y se integra a la propuesta Sabores de la Región, reivindicando como propia la Pamplona de Ternera fabricada en la ex chacinería “Granja Florida”. Algunos restaurantes de Florida tienen en la carta la Pamplona y además, en el año de 2019, se realizó la primera **Fiesta nacional de la Pamplona**, impulsada por la dirección de turismo de Florida.

Como oferta asociada, se destaca el Mercado Municipal, ubicado en el área central de la ciudad de Florida, su fachada está relativamente conservada. En su interior funcionan algunos pocos locales, dentro de ellos, la Agencia de Desarrollo de Florida (ADEF). La cartelería y letreros antiguos se conservan. Es un lugar con potencial, aunque necesita de mejoras edilicias en su interior, además de complementar su oferta con artesanías y gastronomía.

Florida cuenta con oferta de alojamiento y restaurantes. La dirección de turismo posee dos oficinas de información al turista, la ciudad dispone del servicio de dos guías locales. La mayor cantidad de visitas a la ciudad ocurre en la festividad religiosa de San Cono que transcurre durante 6 días. Se estima que concurren al evento aproximadamente 20 mil personas (MEC; Mintur 2015).

Se destaca como oferta innovadora el servicio de vuelo en paratrike, ofrecido por *flight club* Florida. Posee también algunos puntos de interés a seguir descritos. En frente a la estación se encuentra el edificio del Molino Florida, en funcionamiento y gestionado por una cooperativa, data del año 1890, abre sus puertas para visitas en el día del patrimonio. La dirección de turismo tiene un proyecto con la cooperativa para crear un espacio de alojamiento en el lugar. En el marco de la propuesta Sabores de la Región, el Molino también puede, a mediano plazo, ser incorporado como participante del producto, cuando tenga definida una propuesta al público.

25 de Mayo

La localidad de 25 de Mayo está ubicada sobre la ruta n°76, participa de la Ruta de la Leche, a través de un emprendimiento gestionado por un grupo de cinco mujeres, llamado “Hierbas y Nativos del Severino”. Se trata de un espacio con árboles frutales nativos, huerta orgánica y secadero de plantas. La experiencia consta de una visita al lugar, donde se explica cómo es el proceso de secado, seguido de una degustación de sus productos, tales como: mermeladas de frutos nativos y tisanas, una infusión con una mezcla de hierbas y cáscaras. El emprendimiento suele recibir grupos de Universidad del Trabajo (UTU), escolares y excursiones que realizan la Ruta de la Leche.

El secadero de plantas fue construido en el marco del Proyecto Florida Sustentable, posteriormente lograron fondos de Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) para construcción de una cocina anexa al secadero y compra de árboles frutales nativos (arazá, guayabo y pitanga). Tanto el cultivo de frutales como de hortalizas y aromáticas, ocurre en la propiedad de cada participante del grupo, todos los productos son orgánicos. En el secadero y en la cocina, se preparan los tés y las mermeladas para comercialización. Muy a menudo, el emprendimiento también presta servicio de desayunos para el centro de recreación Paso Severino, que constituye el servicio de alojamiento de la zona. En relación a otros atractivos, se destaca la estación de trenes y el museo de la botella. También está prevista la creación de un parque en las canteras de piedra, actualmente gestionada por Obras Sanitarias del Estado (OSE).

En marzo de 2019 ocurrió por primera vez, en el Centro de Recreación Paso Severino, la **Fiesta Nacional del Guayabo** del país, lo que representa una oportunidad para desarrollar la temática de los frutos nativos en la región.

Departamento de Colonia

Colonia del Sacramento

La ciudad de Colonia del Sacramento se ha posicionado como uno de los principales destinos turísticos de Uruguay, no solo por su conexión fluvial con Buenos Aires (Argentina) como también por la nominación del barrio histórico como Patrimonio de la Humanidad en 1995. En relación a la gastronomía presenta una amplia oferta de restaurantes y algunas propuestas de visitas a bodegas y establecimientos rurales.

Una simple búsqueda de restaurantes en Colonia del Sacramento en la plataforma *Tripadvisor* arrojó como resultado más de 130 opciones. Dicha oferta se caracteriza como diversificada, desde elaboraciones ampliamente consumidas a nivel país como: pizzas, chivitos, asado, hasta restaurantes especializados en cocina internacional, como turca y española. También es posible encontrar propuestas innovadoras tales como: comer dentro de un auto antiguo o en un vagón de trenes. Siguiendo las tendencias de consumo, en los últimos años han surgido en Colonia del Sacramento espacios para degustar cerveza artesanal como es el caso de Barbot y OPB Colonia.

En la feria de los domingos participan una serie de microemprendimientos gastronómicos que ofrecen a los visitantes y locales elaboraciones como empanadas, tartas y cerveza artesanal. Además, productores de la zona rural de Colonia utilizan el espacio para vender frutas y hortalizas, quesos y conservas.

Desde el año de 2006 ocurre en Colonia del Sacramento¹⁶, el evento **“Colonia está en tu plato”**, organizado por la Cámara Gastronómica del departamento¹⁷, mediante el abono de un *ticket* el visitante puede degustar los productos de cada establecimiento participante y ver *shows* de elaboraciones en vivo.

En relación a propuestas vinculadas a visita y compra de productos se destacan algunos emprendimientos ubicados al este de la ciudad, tales como: Los Viñedos y Olivares del Quintón, Granja Arenas y Bodega Bernardi.

Colonia del Sacramento tiene un papel fundamental en el desarrollo turístico de la Región Centro Sur, ya que es puerta de entrada y salida de visitantes extranjeros a Uruguay. Promover los proyectos a estos visitantes a través de los centros de información turística en lugares ubicados en la zona de influencia de Ruta 1 y Ruta 5, por ejemplo, puede ser una estrategia de prolongar el tiempo de permanencia en el país y llevar flujos de personas a áreas que necesitan de demanda para crecer y desarrollar su oferta turística.

Colonia Valdense

El Municipio de Colonia Valdense dista 67 km de Colonia del Sacramento, fue poblado por inmigrantes piamonteses en la segunda mitad del siglo XIX. Su prin-

¹⁶ En algunas ocasiones ocurrió en tres etapas: Carmelo, Rosario y Colonia del Sacramento.

¹⁷ Contó con el apoyo de la Intendencia de Colonia, la Asociación Turística y el Ministerio de Turismo.

El principal establecimiento turístico es La *Vigna Ecolifestyle*, una posada de campo ubicada en el entorno rural de la ciudad.

Según el perfil del emprendimiento en Facebook¹⁸, la *Vigna* nace en 1880 como una casa de campo y bodega perteneciente a una familia de inmigrantes piemonteses dedicados a la elaboración de los primeros vinos *tannat*. Luego de 120 años una pareja de argentinos adquirió la propiedad y la restauró para transformarla en una exclusiva Posada de Campo, inmersa en 35 hectáreas en las que conviven: un taller de Arte y Arquitectura, un Bistró, cultivos y tractores, una boutique de lanas, un tambo y quesería donde se hacen quesos de oveja orgánicos.

En 2019 tuvo lugar por primera vez en La *Vigna* el **Festival de Queso Artesanal Cheese**, con venta de productos, degustación y talleres para niños.

En Colonia Valdense también se destaca el emprendimiento “Los Criollitos”, lugar donde es posible comprar mermeladas, quesos, vinos y chocolates y la empresa “Granja La Positiva”, cuyo producto estrella es el dulce de leche.

En la zona rural del Municipio se encuentra el Centro Enmanuel, una institución sin fines de lucro, fundada en 1959 como Centro de Retiros Espirituales. Actualmente es un importante Centro de capacitación, formación ecuménica y promoción ecológica, cuenta con espacio para eventos, alojamiento y venta de productos agroecológicos.

Como oferta asociada se destaca el Museo Pro Acervo Histórico, que busca poner en valor maquinarias y elementos asociados al trabajo agrícola. En verano, los principales atractivos de la zona son las playas del Río de la Plata: Blancaarena, Los Pinos y Playa Fomento, muy frecuentadas por residentes de Valdense, Nueva Helvecia, Rosario y otras localidades cercanas.

Nueva Helvecia

La ciudad de Nueva Helvecia, también conocida como Colonia Suiza, fue colonizada por inmigrantes suizos en la segunda mitad del siglo XIX, que se dedicaban a la agricultura, lechería y a la producción de quesos artesanales. Este pasado ha marcado la actividad económica de la zona y se ve reflejado en la gastronomía local.

En Nueva Helvecia es posible encontrar establecimientos dedicados a la producción de quesos, conservas y más recientemente chocolates. Se destaca, la Quesería Karlen, considerada la primera quesería de Uruguay, según la página web oficial del Municipio¹⁹, dicho emprendimiento participaba de la Ruta de la Leche.

La Granja La Cumbre, emprendimiento familiar que dio continuidad a la historia de sus antepasados, actualmente es la quinta generación produciendo quesos, como Sardo, Semi Duro, Colonia y Dambo. También se destaca la Granja Los

18 https://web.facebook.com/pg/LaVignaEcoLifestyle/about/?ref=page_internal

19 <https://municipiodenuevahelvecia.com/?p=1276>

Fundadores, donde es posible comprar quesos, conservas y mermeladas, como oferta asociada, el Museo de los Lácteos, en la Escuela de Lechería.

En relación al chocolate, en Nueva Helvecia se encuentran la Chocolatería Tante Eva y Extrablatt Chocolates, ambos emprendimientos poseen venta al público. Desde el año de 2013 se festeja en el Municipio la **Fiesta Nacional del Chocolate**, con venta de productos a base de cacao y el chocolate caliente.

Desde hace más de 50 años también se festeja en el Municipio la **Fiesta de la Cerveza** “Beerfest”, a beneficio de varias instituciones locales, como escuelas. La oferta gastronómica del evento es diversa, desde platos típicos suizos hasta chorizos, ravioles fritos y hamburguesas de carrito. Todos los años las familias de descendientes suizos muestran sus trajes típicos en un desfile por la ciudad. Recientemente, siguiendo las tendencias de consumo, se ha consolidado en el mercado local la Cervecería Suiza, espacio para probar diferentes tipos de cervezas artesanales.

En el pasado, Nueva Helvecia tuvo tres importantes hoteles, Central, Del Prado y Nirvana, este último aún en funcionamiento. Actualmente no posee una amplia oferta de plazas. Otro atractivo del Municipio es el Molino Quemado, declarado Monumento Histórico Nacional, un lugar con muchas historias y misterios, contadas por guías locales

La Paz

La Paz es una localidad ubicada próximo a Colonia Valdense y Rosario. También es conocida como Colonia Piamontesa. En esta localidad se encuentra la planta de fabricación de la empresa Los Nietitos, fundada en los años 60, donde se elabora mermeladas y otros productos como el dulce de leche. Normalmente realizan visitas guiadas a grupos reducidos, con previa coordinación.

En 2019 se realizó en La Paz el festival gastronómico llamado Sabores de Pequeña Europa²⁰, con venta de comidas y productos de la región. Estaba prevista la realización de la segunda edición en marzo del presente año, pero dado la emergencia sanitaria el evento fue postergado. La marca **Sabores de Pequeña Europa** también está presente en la red social Instagram, donde sus creadores publican contenido vinculado a la gastronomía de la región Este del departamento a sus 11 mil seguidores

Departamento de San José

Ecilda Paullier

Ecilda Paullier es un Municipio ubicado en el cruce de las rutas nacionales 1 y 11. Según OPP (2018) la quesería es parte de la identidad local, compartiendo así rasgos culturales con las localidades vecinas que se encuentran en el departamento de Colonia (Nueva Helvecia y Colonia Valdense). Es posible comprar quesos en la Feria de la Quesería Artesanal²¹ y en los puestos ubicados sobre la Ruta 1.

20 Evento organizado por Merde, productora de eventos culturales.

21 Es en la feria de los martes de Ecilda Paullier donde se fija el precio de los quesos a nivel nacional. También la producción de este municipio es la que interviene en la formación de precio del huevo y de la manteca en el país. (OPP, 2018:4)

Uno de sus principales eventos es la **Fiesta del Queso** que se realiza en la Cabaña Paullier, lugar histórico ubicado sobre las márgenes del arroyo Cufré y declarado monumento histórico nacional. Entre las actividades del evento se destacan la expo-feria de de quesos, capacitaciones, juegos de campo y almuerzo criollo. Otro evento importante es la Fiesta de las Colectividades, donde se celebra la influencia de diferentes nacionalidades en la conformación del lugar. Como oferta asociada se encuentra la estancia turística Don Joaquín.

Mal Abrigo

Mal abrigo es una localidad ubicada sobre la ruta 23, fue ganadora del premio Pueblo Turístico en 2015, otorgado por el Ministerio de Turismo. A raíz del premio, el parque ferroviario de AFE²² fue renovado, con aportes públicos (Mintur e Intendencia de San José) actualmente es el principal atractivo turístico de la localidad.

En el parque es posible visitar la antigua estación de pasajeros, que contiene una exposición de objetos y una cafetería, el taller, que también posee una exposición de fotos con objetos, las vías, la caja de agua y galpones. Además, los visitantes pueden comprar productos artesanales de la zona tales como: quesos, mermeladas, cerámicas, lanas. Las visitas son coordinadas con el grupo local que gestiona el espacio.

En Mal Abrigo se festejó en 2018 la **Fiesta del Chocolate Normando** y estaba prevista la segunda edición del evento para abril de 2020. Entre las actividades que se realizan se destacan la cocción del Dulce de Leche Normando y de Chocolate, a cargo de la Escuela Superior de Lechería de Colonia Suiza. El Normando es una raza de ganado lechero, su característica principal es la alta concentración de grasa en la leche. En Mal Abrigo, el principal productor de este tipo de ganado es la cabaña Don Tato.

Un importante emprendimiento turístico de la zona es la Estancia Turística Finca Piedra, ubicada a 2 km de la localidad, única opción de alojamiento cercano a Mal Abrigo. Además, cuenta con un viñedo, bodega, restaurante y propuestas de actividades, tales como: cabalgatas, ordeño, clases de cocina, tour guiado por el viñedo y reserva de animales autóctonos. También cuenta con espacio para eventos. Como oferta asociada, se destaca las Sierras de Mahoma, formación geológica conocida popularmente como mar de piedra.

Rodríguez

El Municipio de Rodríguez está ubicado muy cerca del límite del departamento de San José y Florida, a tan solo 22 minutos de la ciudad de Cardal. Las principales actividades económicas de la localidad derivan de la lechería y de la vid.

En Rodríguez se festeja la **Fiesta de la uva y el vino**, un evento que empezó en 1970, donde participan todos los centros educativos, instituciones deportivas, sociales y culturales de la localidad. Entre las actividades se realizan: Concurso de cocina, utilizando uvas y/o vino como elementos integrantes de la prepara-

²² Este empalme, que a fines del siglo XIX originó el nacimiento del centro poblado, fue clave para las vías que unían Montevideo con los departamentos de Colonia y Soriano.

ción, desfile de autos clásicos y vecinos vestidos de época, pisada de uva, carreras y juegos de campo. La localidad no cuenta con servicio de alojamiento

San José de Mayo

En la capital del departamento de San José, se lleva a cabo la **Fiesta del Mate**. La misma incluye desfile de más de 2 mil jinetes, espectáculos musicales así como jineteadas, ferias artesanales y muestras de diversos productos. A diferencia de las fiestas temáticas arriba citadas, esta no presenta en su programación actividades vinculadas a la yerba mate.

También se destaca de San José el emprendimiento Bodega Rovere, emprendimiento familiar que ofrece visita guiada por el viñedo y bodega y degustación, actualmente recibe excursiones de particulares y del programa de Turismo Social. La ciudad cuenta con oferta de alojamiento y restaurantes.

Departamento de Flores

Trinidad

Desde el año 2010 se festeja en la ciudad la **Fiesta del Guiso Criollo**, en el Parque Centenario, un lugar amplio y arbolado, con infraestructura. En el evento se realiza el concurso de guisos criollos y los concursos de ambientación de fogones y postre criollo o tradicional, según José Aldecoa director de cultura de la Intendencia de Flores, son elaboraciones que se hacen en los hogares y que vienen de generación en generación²³, como el flan y el pastel de membrillo.

A 43 km de Trinidad se encuentra el Geoparque Grutas del Palacio, lugar considerado Monumento Nacional e integrante de la Red Global de Geoparques de la Unesco. Es una peculiar formación geológica que presenta cavernas conformadas por minerales de hierro.

En 2019, a partir de fondos de capital Semilla de ANDE, una emprendedora local creó Sabores del Geoparque, un emprendimiento dedicado a la elaboración de mermeladas (zapallo con coco, durazno, naranja), jaleas y aceites.

Como oferta asociada se destaca la reserva de animales Ecoparque Tálice, ubicado sobre la ruta 14, un emprendimiento privado que recibe gran afluencia de visitantes, principalmente en vacaciones. Otro punto de interés de la ciudad es la estación de trenes, actualmente abraja un museo. En general, Trinidad cuenta con oferta de alojamientos y servicios.

²³ Fuente: <https://rurales.elpais.com.uy/sin-categoria/tres-fiestas-en-una-en-flores-guiso-criollo-postres-y-fogones>

Ciudades de la Región Centro Sur visitadas y actores entrevistados.

Departamento	Ciudad/Localidad	Rol/Institución/Proyecto	Actores entrevistados
Durazno	Durazno	Dirección de Turismo de Durazno	Andrés Viera (Director) y Luciana (Técnica en Turismo)
Durazno	Durazno	Propietario Restaurante La Ronda	Sergio N.
Durazno	Carlos Reyles	Representantes PPD Carlos Reyles	
Durazno	Santa Bernardina	-	-
Durazno	La Paloma	-	-
Durazno	Blanquillo	Cooperativa de ceramistas -Proyecto Cosas de Pueblo	Rosana Martinez y Fabian.
Durazno	Blanquillo	Grupo de Ceramistas	Luciana Arbelo
Durazno	Sarandí del Yí	Organizadora fiesta Cordero Pesado	Rosario Juanbeltz
Durazno	Villa del Carmen	Bodega El Capricho	Javier Alegresa (Enólogo)
Durazno	Villa del Carmen	Centro Vitis	
Durazno	Villa del Carmen	Alcalde	Nuber Omar Medina
Durazno	Villa del Carmen	Guía local	"Lalo"
Flores	Trinidad	Guía del Parque Gruta del Palacio	
Flores	Ismael Cortinas	-	-
Florida	Cerro Colorado	Grupo Eventur, Grupo Huerta Orgánica y de Artesanos	Sergio, Sandra Olivera
Florida	Cerro Colorado	Recepcionista Estancia San Pedro de Timoteo	
Florida	Nico Pérez	Mesa de desarrollo local de Nico Pérez y Comisión Nico Batlle	Yessi Miguel (Guía local) Fernando Fabiani (Agrónomo) José(Representante mesa de desarrollo local Ruta 7)
Florida	Cerro Chato	Comisión de Turismo de Cerro Chato	Rosario Morena, Julio y Quique (Grupo de estudios históricos Cerro Chato)
Florida	Illescas	-	-
Florida	Valentines	Propietaria Estancia Turística Los Platanos	Marina Cantera
Florida	Casupá	Organizador de la Fiesta del Olivo, guía local.	Héctor Miraballes y Nidia Díaz.
Florida	Fray Marcos	Proyecto PPD - Senderos de Aquino - Camping Fray Marcos.	Luciano Patrón
Florida	Florida	Equipo Dirección de Turismo de Florida	Gervasio M. (Director de Turismo)Santiago O. (Pasante) Ariel Cabrera (Jefe Administrativo) Laura (Abogada)
Florida	Florida	Coordinadora Agencia de Desarrollo de Florida	Gabriela Luengo
Florida	La Cruz	-	-
Florida	Pintado	-	-
Florida	Sarandí Grande	Jefe Administrativo Dirección de Turismo	Ariel Cabrera
Florida	25 de Agosto	Muralista	Leo Arti

Florida	Cardal	Asociación de Pasivos, Comisión Pro Turismo	Andrea Baracco (Tambo La Oportunidad) Elva y Olga (Asociación de Pasivos), Mirta (La Otra Casa), Lucía (Aquí Mismo) y Teresita Romero (Artesana).
Florida	25 de Mayo	Hierbas y Nativo del Severino	Graciela, Alba Mazzolenni.
Florida	Paso Severino	-	-
San José	Mal Abrigo	-	-
San José	Juan Soler	-	-
San José	Playa Pascual	Proyecto Humedales de Santa Lucía	
Colonia	Colonia Este	Equipo técnico Proyecto Turismo al Este de Colonia (OPP)	Fernando Castellano, Betina Collazo, Andrea Porley
-	-	Consultora, docente.Universidad Católica del Uruguay	Teresa Russi
-	-	Investigador, docente.	Gustavo Laborde
-	-	Equipo de arquitectas Proyecto Libro: La arquitectura y el ferrocarril.Una mirada a nuestro patrimonio	Carola Romay, Virginia Etchevarren, Mercedes Chirico Soledad Maggi, Catalina Páez,
Colonia	Colonia del Sacramento	Directora de Turismo de Colonia	Cristina Otero
Colonia	Colonia del Sacramento	Asociación de Guías de Colonia	Solange Bermúdez
Colonia	Colonia del Sacramento	Antropólogo - Editor de contenido	Francisco Abella
Colonia	Colonia del Sacramento	Asociación Turística de Colonia y Cámara Gastronómica de Colonia.	Gerardo Pernigotti
Colonia	Colonia del Sacramento	Restaurante y Hostel Caliu	Mauro Baremberg
Colonia	La Paz y Colonia Valdense	Guía local	Silvia Armand Ugón
Colonia	Boca del Rosario	Estancia Indaré	Facundo Ferro
Colonia	Colonia Valdense	Posada La Vigna	Agustín Battellini y Lucila Providente
Rocha	Valizas	Cabalgatas Valiceras	Mauro Ríos y Laura Viviani

Fuente: Elaboración propia.

Reuniones realizadas y participación en eventos locales.

Fecha	Tema	Participantes	Local
5/11/19	Presentación de avances	Referentes Mintur: Gabriel Buere, Soledad Viera. Equipo Centro Sur: Elvira Demasi, Fabiana Pontón, Gabriela Campodónico, Gabriel de Souza y Mariciana Zorzi.	Montevideo, Mintur.
04/12	Presentación del convenio	Soledad Viera, Gabriel Buere (MINTUR) Elvira Demasi, Fabiana Pontón, Mariciana Zorzi (UDELAR). Eduardo Rappetti (Director de Turismo de la Intendencia Departamental de San José) Angelo Girol di (Edil y representante Asociación Comercial Ciudad del Plata/San José) Ilda Panzardo (Funcionaria División Turismo, Dirección de Promoción y Desarrollo – Intendencia Departamental de Flores) Eugenio Bidondo (Asesor Coordinador División Turismo, Dirección de Promoción y Desarrollo – Intendencia Departamental de Flores) Andres Viana (Coordinador de Turismo de Durazno) Luciana Fernandez (Durazno) Ariel Cabrera (Jefe administrativo Florida) Gervasio Martínez (Director de Turismo de la Intendencia de Florida)	Hostería del Parque (San José).
04/12	Foro Regional de Turismo ODS 2019	-	San José de Mayo
17/12	7° Salón Regional de Turismo CDP	-	Ciudad del Plata (San José)

Fuente: Elaboración propia.

Relevamiento de formación de capacidades para el turismo en el territorio - Inefop.

Departamento	Rubro	2015	2016	2017	2018	2019	Total de cursos
Colonia	Empleo	-	-	1	1	2	4
	Gestión	-	1	1	-	1	3
	Idiomas	-	-	6	3	2	11
Durazno	Empleo	-	-	-	-	1	1
	Gestión	-	-	-	-	-	0
	Idiomas	-	-	-	-	-	0
Flores	Empleo	-	-	1	-	-	1
	Gestión	-	-	-	-	-	0
	Idiomas	-	-	4	1	2	7
Florida	Empleo	-	8	10	-	-	18
	Gestión	-	-	8	-	-	8
	Idiomas	-	-	-	-	-	0
San José	Empleo	-	-	-	-	2	2
	Gestión	-	-	-	-	-	0
	Idiomas	-	-	-	-	-	0

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Inefop.

Información adicional Proyecto Trenes y Pueblos

Comentarios sobre el patrimonio ferroviario y los ejes de ruta

El trazado de la Ruta 1 simplificó lo que era el trazado de la línea a Colonia del Sacramento (que pasaba por 2 bifurcaciones -25 de Agosto y Mal Abrigo-. En Mal Abrigo también se separaba la línea a Mercedes que pasaba por Arroyo Grande -actualmente Ismael Cortinas. No obstante quedaron por fuera del trazado y muy alejados de la Ruta 1 localidades como Tarariras, Colonia Barker, Estanzuela y Cufré-. Es importante destacar que la estación de Mal Abrigo está restaurada y funciona una cafetería. No obstante aún no se ha posicionado en el escenario turístico regional. Actualmente se encuentra totalmente desactivado, y es difícil identificar el trazado.

La Ruta 1 es uno de los ejes más transitados del país con objetivos turísticos, principalmente en el departamento de Colonia. Las localidades de Colonia y de Nueva Helvecia tienen propuestas turísticas importantes, mientras que Rosario no está activo, pero quedó sobre el eje de la Ruta 2 que va a Fray Bentos. El movimiento turístico entre granjas y bodegas en Colonia es muy significativo, pero las estaciones del tren no forman parte del atractivo. No obstante, cerca del “molino quemado” pasa un puente ferroviario que es muy atractivo para incluir en actividades de turismo activo.

El ramal que va hasta Colonia comienza en 25 de Agosto, una estación que tenía un tránsito muy importante por la conexión con el ramal a Rivera. Actualmente está inactivo, ya que las vías han sido levantadas y los durmientes retirados para la construcción del ferrocarril central. Si bien el ramal principal era el que se dirigía a Colonia del Sacramento, es importante mencionar que había un ramal breve que unía este con el puerto de Juan Lacaze que se usaba casi exclusivamente para transporte de carga; con Mal Abrigo como estación de entronque.

La Ruta 5 acompaña el trazado del ramal a Rivera. No obstante, desde 25 de Agosto hasta tomar la actual Ruta 5 deja por fuera a Berrondo, localidad a la que sólo se accede por caminería rural. El trazado de la Ruta 5 toma la línea del tren a la altura de la ciudad de Florida, atravesando las principales ciudades (Florida y Sarandí Grande en el departamento de Florida y Durazno en el departamento de Durazno) pero quedan al margen una gran cantidad de localidades pequeñas. Para las localidades de Florida es sencillo acceder desde la ruta, ya que no quedaron a una distancia significativa -La Cruz, Pintado, Puntas de Maciel y Goñi-, mientras que Parish, una localidad de Durazno quedó a varios kilómetros de la ruta.

Actualmente se encuentra una empresa retirando las viejas vías y durmientes para la construcción del nuevo Ferrocarril Central. En este punto surge un conflicto muy importante en torno al trazado del nuevo tren.

La primera localidad sobre la Ruta 6 con estación de ferrocarril es Chamizo, pero la línea de tren que corre por ahí corresponde a la línea a Nico Pérez, y actualmente se encuentra activa con transporte de carga. Desde la ciudad de Florida -en la estación Piedra Alta- hacia el este sale el ramal al Km 329, y hay 6 estaciones entre esta y Montecoral, la primera sobre la Ruta 6. Es importante

tener en cuenta que la mayoría de estas paradas corresponden a estaciones de carga de ganado, por lo que no se desarrollaron poblaciones en el entorno. Eso hace que hoy en día muchas de ellas hayan desaparecido entre la maleza. Hasta Sarandí del Yí la ruta y la vía van juntas. Después de Sarandí del Yí la vía se vuelca al noroeste mientras que la carretera lo hace hacia el noreste. Corren de forma “paralela” a una distancia que oscila entre 15 y 20 km hasta el final de la vía en el Km 329. Esto hace que para llegar a las estaciones entre Elías Regules y Cuchilla de Ramírez haya que hacerlo por rutas en muy mal estado o por caminería rural.

El eje de la ruta 6 y su relación con el tren tiene como singularidad el puente del Km 329 (ubicado en el km 331) que está sobre un camino rural a más de 20 km de la Ruta 6. El puente se planificó como una prolongación de la vía que cruzaría al departamento de Tacuarembó, pero nunca se concretó. La prolongación del ramal se realiza en el año 1994 se inauguró el actual puente de concreto, que se ha convertido en un inmenso “elefante blanco”.

La Ruta 7 nace de la Ruta 6 a pocos kilómetros de la localidad de Toledo (donde nace la Ruta 6). Se junta con la vía ferroviaria en la localidad de Fray Marcos, en el límite entre Canelones y Florida. Se separa del ramal a Rivera después de la estación Sayago (en Montevideo) y tiene la particularidad de ser una de las líneas activas para carga hasta Nico Pérez. Si bien es una de las rutas activas, el transporte de carga actual no requiere del servicio de las estaciones, por lo que tanto, al igual que en el eje de la Ruta 5, donde las estaciones están, en su mayoría ocupadas por habitantes o en estado de abandono total (con diferentes estados de deterioro). Sobre Ruta 7 se encuentran algunas estaciones deshabitadas y en relativamente buen estado de conservación (como es el caso de Illescas), y la estación de Nico Pérez, que es una de las más grandes del país, con una infraestructura y equipamiento de gran tamaño. No obstante esto, las localidades en torno a algunas de las estaciones reflejan el abandono que significó la cancelación de los servicios de pasajeros.

Si bien la estación de Nico Pérez está activa, el entorno se encuentra en estado ruinoso. Las casas, los antiguos comercios y hoteles que funcionaban gracias al movimiento constante de pasajeros en torno a la estación hoy se encuentran en mal estado de conservación. Las construcciones se están cayendo, y están siendo tomadas por vegetación, lo cual acelera los procesos de deterioro. Además han sido saqueadas para tomar de ellas materiales para construir nuevas casas.

En la estación Nico Pérez la vía se bifurca en los ramales a Río Branco (activo para transporte de carga) y el ramal a Melo (inactivo). En este último se encuentran algunos destinos interesantes, como Los Plátanos en la Estación Valentines, y las iniciativas en Cerro Chato (“Cosas de Pueblo”, “Pueblo Turístico” y proyectos PPD).

En este mismo sentido, acaban de comenzar las obras del proyecto “Cosas de Pueblo” en la localidad de Cerro Colorado (Alejandro Gallinal) que se encuentra en la salida para la estancia turística San Pedro de Timote. Esta es, a grandes rasgos, la situación de los 971 km de vía férrea distribuidos en 4 ramales que corren paralelos a los ejes de las rutas 1, 3, 5, 6 y 7, abarcando los departamentos de Colonia, San José, Florida y Durazno mayormente, con 4 estaciones en el departamento de Flores.

Estado de las estaciones visitadas

3.1 Veinticinco de Agosto

Con las vías levantadas, es una estación activa para transporte de pasajeros y de carga que actualmente tiene los servicios suspendidos. La estación forma parte de la vida de la localidad porque el tren tiene una demanda significativa (para la cantidad de servicios que ofrece). El predio de AFE es bastante grande, y presenta mantenimiento bastante limitado. Por otro lado, la casa del jefe de estación está ocupada.

3.2 Juan Soler

La estación de Juan Soler fue consumida por el fuego y actualmente sólo quedan los carteles de cemento. Todavía tienen el tendido de vías, pero el estado en que se encuentran (rodeadas de maleza) no permite la circulación de vehículos.

3.3 González

Para llegar a la estación no es necesario alejarse mucho de la ruta, ya que se encuentra a 200m aproximadamente. La estación está ocupada y el resto de la infraestructura edilicia de la estación se encuentra en avanzado estado de deterioro, ya que la mayoría son galpones construidos en chapa. La vía está visible, pero no está habilitada para transporte, ya que está rodeada de maleza, e incluso de árboles.

3.4 Mal Abrigo

La estación fue restaurada con una inversión muy importante. La estación se encontraba ocupada por una persona. Actualmente se encuentra un museo y una cafetería en la estación que funciona los fines de semana. La estética de todo el predio de AFE está muy cuidada y hay una fotogalería con fotos de la estación aún funcionando. A pesar de que se rehabilitó el lugar, los flujos turísticos son muy limitados y se entiende que necesita de un proyecto para configurar que este sitio sea más atractivo en el imaginario de los visitantes.

Se intentó rehabilitar un tramo de vías para poder poner un tren turístico que uniera Mal Abrigo con González, pero no fue posible por falta de interés de algunas de las partes. No obstante se ha empezado a recuperar el interés en la localidad por el valor que tiene el patrimonio ferroviario.

3.5 Arroyo Grande

Para llegar a la estación hay que ir hasta el borde de la localidad, que por su tamaño no es una distancia significativa desde la Ruta 23. La estación de la localidad de Ismael Cortinas se encuentra habitada, y las vías están desactivadas desde hace décadas. La infraestructura edilicia en general está bastante deteriorada, principalmente en los galpones que son de material liviano (y reciben poco mantenimiento).

3.6- Trinidad

La estación de Trinidad se encuentra en las afueras de la ciudad, próxima al Parque Centenario. Las vías han sido totalmente removidas, y lo único que queda de la infraestructura edilicia de la estación es el edificio principal. Se encuentra en excelente estado de conservación porque lo tiene en comodato la Intendencia de Flores. Actualmente funciona un pequeño museo del departamento donde se exponen piezas vinculadas al patrimonio ferroviario, mientras que en otras salas se exponen otros elementos patrimoniales del departamento (o del país). Instalaron una vía frente a la estación y le pidieron a AFE una locomotora para dotar a la estación una presencia más importante del patrimonio ferroviario, pero en lugar de una locomotora enviaron un vagón de carga. Actualmente tienen el proyecto de convertirlo en un centro de información turística.

3.7- Cardal

Se encuentra en el ramal a Rivera que actualmente está en obras. En el año 2006 se les brindó un servicio especial en el marco de las celebraciones de la Fiesta Nacional de la Leche, y que de ese tren se bajaron 600 personas en la estación. Tanto la estación como el terreno de AFE son espacios recuperados por la comunidad. El estado de conservación de la estación es bueno porque lo tienen otorgado en comodato a varias instituciones, y el predio se le cedió a la Intendencia, y en él se realizan fiestas y colocaron una fotogalería.

3.8 Veinticinco de Mayo

La estación tiene las vías removidas para la construcción del nuevo tren. No obstante se puede observar que la estación está en un estado relativamente bueno de conservación. Todo el predio de AFE es un espacio parqueizado, con el pasto cortado.

3.9 Florida

En la estación de Florida se bifurcaba la vía entre el ramal a Rivera y el ramal al Km 329. Se encuentra en uno de los extremos de la ciudad y está cerrada, parcialmente pintada con algunos graffitis, y con las aberturas en avanzado estado de deterioro (vidrios rotos, persianas caídas, etc). El espacio está abandonado, con los pastos altos y el predio en general no resulta atractivo. Está sobre un tramo de vía activa, que será retomado por el Ferrocarril Central.

3.10 Piedra Alta

Esta es una de las pocas estaciones activas que hay en el país. En las instalaciones de la estación (en los galpones) se ubicaron los talleres de Piedra Alta porque es una de las estaciones que no ha salido de la órbita de AFE en ningún momento. Actualmente se utiliza como depósito y taller de las maquinarias que se están utilizando para la construcción del Ferrocarril Central. Piedra Alta no tiene las vías levantadas porque no forma parte del ramal a Rivera, sino del ramal al Km 329. Si bien el entorno de la estación se encuentra relativamente cuidado, no es una estación que se pueda utilizar con fines turísticos ya que en ella se

realizan actividades de mantenimiento, y no se permite ingresar (a la estación). El acceso al predio está vigilado.

3.11 La Cruz

La estación La Cruz se encuentra relativamente cerca de la Ruta 5, y está ocupada por una familia. La vía fue removida para el Ferrocarril Central, aunque no sabemos cómo va a ser el paso por la localidad. Es una estación pequeña, que tenía relevancia para el transporte de la producción de la Bodega La Cruz. La cancelación de los servicios de pasajeros y el cierre de la bodega dejaron a la localidad en una situación socioeconómica bastante compleja.

3.12 Pintado

La estación de Pintado se encuentra a corta distancia de la Ruta 5 y en un estado similar a la de La Cruz, así como también la realidad socioeconómica de la localidad posterior a la cancelación de los servicios de pasajeros. Actualmente tiene las vías levantadas, y se sabe que el Ferrocarril Central va a pasar por la localidad.

3.13 Sarandí Grande

Sarandí Grande es una de las localidades que se negó a que el Ferrocarril Central atravesara la planta urbana. Esto hace que el destino de la actual estación sea bastante incierto. El edificio se encuentra desocupado, y en buen estado de conservación. El predio de AFE está parquizado y hasta hace pocos meses por ahí pasaban los trenes de carga procedentes del norte. Tras varios meses de reclamos la localidad logró que el Ferrocarril Central hiciera una modificación en el trazado de la vía y el nuevo trazado afecta un parque que es un importante espacio recreativo de la población local.

3.14 Durazno

La estación de Durazno funcionaba (hasta hace algunos meses) dentro del ramal a Rivera, pero también tenía una bifurcación porque de allí salían los servicios que iban para Trinidad. Este tramo de vía se encuentra totalmente inactivo con tramos de vía inexistentes, por lo cual es muy complejo pensar en la posibilidad de una reactivación. En términos generales es una estación que se encuentra en buen estado de conservación, y conserva muchos de los edificios anexos a la estación (talleres, depósitos, etc).

3.15- Yí

La estación de Santa Bernardina (Estación Yí) se encuentra habitada. Si bien Santa Bernardina anexa a Durazno, cuenta con algunos detalles interesantes en términos de patrimonio ferroviario. Entre ambas ciudades se encuentra un puente sumergible en funcionamiento que fue construido para asegurar el pasaje del tren y fue restaurado hace pocos años. La estación se encuentra en buen estado y es de fácil acceso desde la Ruta 5.

3.16 Molles

Durante la visita de la salida de campo, la estación de Molles tenía enfrente toda la maquinaria de la empresa que está quitando las vías. En el predio de AFE hay un acumulado muy importante de rieles y durmientes retirados de varias estaciones. La estación está habitada por un ex funcionario de AFE. La localidad es pequeña, y la distancia a la estación desde la Ruta 5 es bastante breve. En la localidad se está ejecutando un proyecto PPD, y entre las ideas de los ejecutores del proyecto está la activación de un pequeño “trecito” para hacer recorridos por la localidad. Si bien esto no está realmente vinculado a la estación o a los servicios ferroviarios, es muy interesante porque refleja sobre la importancia que tiene (que tuvo y que tiene en el imaginario actual) el tren y su presencia en la localidad.

3.17 Montecoral

La estación de Montecoral se encuentra desocupada, y en relativamente buen estado de conservación. No se encuentra vandalizada, aunque sí deteriorada por el paso del tiempo. El entorno está tomado por vegetación por lo que resulta difícil visualizar el andén y las vías. Según el censo de 2011 la localidad tiene una población de 51 habitantes; la mitad de la que tenía en el censo de 2004. La localidad nace producto de un fraccionamiento de tierras que hace el dueño de la zona y se radican allí trabajadores zafrales de varias estancias vecinas. El tren representaba un movimiento constante en el pueblo, que una vez cancelado (tanto los servicios de pasajeros como los de carga) se acabó. La Ruta 6 pasa a 2km de la estación.

3.18 Capilla del Sauce

La estación de Capilla del Sauce se encuentra habitada y requiere de mantenimiento constante. Al igual que todas las estaciones sobre el ramal, tiene las vías cubiertas por vegetación y el espacio del predio de AFE, que podría ser parqueado, ya cuenta con buen pasto y algunos árboles.

3.19 Sarandí del Yi

La estación de Sarandí del Yi ha estado constantemente activa, aunque no para el servicio de trenes que dejó de correr en los '80. En el edificio se encuentra una oficina del MTOP (que también toma los talleres) y tiene 2 oficinas acondicionadas como dormitorios para funcionarios. En la parte superior funcionaba la biblioteca pública, pero se decidió trasladarla a otro lugar porque queda muy lejos de la escuela pública. A pesar de haber estado siempre con actividad, el espacio utilizado así como el mantenimiento dado por el MTOP ha sido mínimo, dejando espacios libres donde se ve el deterioro del equipamiento y de la infraestructura en sí misma. Si bien la vía está inactiva, el predio de AFE se encuentra despejado y las vías están visibles.

3.20 Blanquillo

La estación de Blanquillo se crea en 1938, cuando se traza el ramal al Km 329. En la zona había algunas familias radicadas, vinculadas a las tareas agropecuarias y a la arcilla que se aglomeraron en torno a las facilidades y oportunidades que ofrecía la nueva estación del ferrocarril. El ferrocarril es de particular importancia para Blanquillo, ya que establecen como fundación del pueblo el día en que el presidente Alfredo Baldomir llegó a la localidad en el tren. La estación está ocupada por el ex jefe de estación que fue reasignado a trabajar en el correo; oficina que ocupa la otra mitad de la estación. Los talleres principales lo ocupan organizaciones de la sociedad civil, como son los grupos de artesanas y un grupo de adultos mayores, mientras que el otro galpón grande se le dio en comodato al liceo para que lo utilicen como salón multiusos (por el tamaño puede cumplir funciones de salón de actos, salón para fiestas, pequeño gimnasio, etc). Esto hace que el espacio total de la estación de Blanquillo se encuentre muy despejado, parqueizado y muy bien mantenido. Si bien el tren dejó de correr hace más de 30 años, hay una añoranza muy fuerte en torno a esos tiempos porque tras la cancelación del tren de pasajeros nunca se le dio a Blanquillo una buena alternativa vial para entrar y salir de la localidad.

3.21 Islas de la Paloma

La estación de La Paloma es posterior a la fundación del pueblo, pero por razones que no hemos podido identificar se la instaló a 2.5km del centro del pueblo. La estación, que no sólo está alejada sino que se encuentra por debajo del nivel de la carretera, fue recientemente ocupada por una familia de La Paloma que expresó haber “arrendado” el lugar. Ha hecho trabajos importantes de restauración básica (vidrios, puertas, techo) pero no así del entorno. Las vías están a la vista, aunque el al predio le falta mucho para decir que está parqueizado. La localidad tiene algunos elementos interesantes, tales como que el fraccionamiento de las tierras para la venta no lo hizo un agrimensor, por lo tanto las calles no son rectas y las manzanas son desparejas, aunque no mantiene en esto un vínculo estrecho con la historia del ferrocarril. Se cree que donde hoy funciona la comisaría era un antiguo casco de estancia propiedad de Manuel Oribe, que ha sido uno de los políticos más controversiales de la historia nacional. Por otro lado, la localidad cuenta con algunos lugares que son de interés turístico: “La Llorona”, “El chorro” y “El perao”; tres formaciones geológicas que permiten disfrutar de paisajes y microclimas completamente diferentes al del entorno.

3.22 Casupá

La estación de Casupá se encuentra ocupada por una oficina del MEC. El predio está parqueizado y es un lugar interesante, y hay apropiación por parte de la comunidad local. Está sobre uno de los pocos tramos activos que hay en el país, por lo que las vías pueden ser utilizadas para un tren turístico de pasajeros.

3.23 Cerro Colorado

La estación de Cerro Colorado está “al lado opuesto” del pueblo. La localidad está básicamente al lado oeste de la Ruta 7 (y de la vía), y la estación se encuentra al

este. El predio de AFE es realmente grande aunque actualmente se encuentra ocupada. El pasaje regular del tren de carga no requiere del uso de las estaciones, y al haber un único ramal activo no se necesitan operadores de la vía. La localidad de Cerro Colorado tiene una oferta de alojamiento realmente limitada, por lo que poder utilizar el predio de AFE para la instalación de vagones “hotel” sería una ganancia para el lugar.

3.24 Illescas

La estación de la localidad de Illescas está desocupada y en un estado de conservación intermedio. Un detalle interesante es que en esa estación está lleno de vagones, lo cual no significa que pueda ser más sencillo acceder a ellos para darles múltiples usos. El espacio de la estación es realmente amplio, aunque no está parquizado ni hay procesos notorios de apropiación del espacio como patrimonio ferroviario. Encontramos caballos pastando y pastos de más de un metro de altura. La localidad tiene una población realmente reducida.

25- Nico Perez

La estación de Nico Pérez es una de las pocas estaciones activas del país. Cuenta con un patrimonio ferroviario importantísimo que requiere recalificación. Es uno de los espacios más interesantes para armar un centro de interpretación y al estar en un tramo de vía activa se puede pensar en la idea de que en algún momento vuelvan a pasar trenes con pasajeros. El entorno de la estación es estéticamente muy complejo ya que la mayor parte de los edificios (casas, bares, farmacias, hoteles, etc) que dependían del flujo de pasajeros fueron quedando abandonados. Actualmente se encuentran en un mal estado de conservación

Nico Pérez, al igual que muchas de las localidades que se encuentran sobre el eje de la Ruta 7, tienen elementos políticos, históricos y culturales vinculados a lo que fue la conformación político partidaria del país, el desarrollo del tren, y otras que fueron heredados de la época de las diligencias.

Datos de la Encuesta Continua de Hogares relevantes para esta investigación.

Cantidad de personas en Montevideo, MVD y Canelones y Total país por tramos de edades. Total país, 2018.

	Montevideo	Montevideo y Canelones	Total
Menores de 25	460.055	675.838	1.260.269
Millennials (25 a 40)	317.044	434.694	739.963
Generación X (41 a 59)	323.454	470.305	827.228
Baby boomers (60 y más)	281.979	390.751	679.074
Total	1.382.532	1.971.588	3.506.534

Nacional de Estadística, Uruguay.

Porcentaje de personas en Montevideo, Montevideo y Canelones y Total país por tramos de edades. Total país, 2018.

	Montevideo	Montevideo y Canelones	Total
Menores de 25	33,3	34,3	35,9
Millennials (25 a 40)	22,9	22,0	21,1
Generación X (41 a 59)	23,4	23,9	23,6
Baby Boomers (60 y más)	20,4	19,8	19,4
Total	100	100	100

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Cantidad de personas por tramos de edad y condición de actividad. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	X de 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Menor 14 años	346.373	0	0	0	346.373
Ocupados	111.398	366.747	387.577	87.404	953.126
Desocupados Busca Trabajo por primera vez	14.648	854	36	0	15.538
Desocupados propiamente dichos	25.385	24.236	14.991	2.570	67.182
Desocupados en seguro de paro	1.237	2.111	2.520	168	6.036
Total Inactivos	176.797	40.746	65.181	300.609	583.333
Realiza los quehaceres del hogar	11.411	23.935	34.326	25.806	95.478
Estudiantes	144.895	6.466	627	166	152.154
Rentistas	267	566	2.993	3.930	7.756
Pensionistas	5.900	4.628	9.758	45.033	65.319
Jubilados	38	667	14.244	221.991	236.940
Inactivo, otro	14.286	4.484	3.233	3.683	25.686
Total Inactivos remunerados	6.205	5.861	26.995	270.954	310.015
Total	675.838	434.694	470.305	390.751	1.971.588

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Porcentaje de personas por tramos de edad y condición de actividad. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	X de 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Menor 14 años	51,3	0,0	0,0	0,0	17,6
Ocupados	16,5	84,4	82,4	22,4	48,3
Desocupados Busca Trabajo por primera vez	2,2	0,2	0,0	0,0	0,8
Desocupados propiamente dichos	3,8	5,6	3,2	0,7	3,4
Desocupados en seguro de paro	0,2	0,5	0,5	0,0	0,3
Total Inactivos	26,2	9,4	13,9	76,9	29,6
Realiza los quehaceres del hogar	1,7	5,5	7,3	6,6	4,8
Estudiantes	21,4	1,5	0,1	0,0	7,7
Rentistas	0,0	0,1	0,6	1,0	0,4
Pensionistas	0,9	1,1	2,1	11,5	3,3
Jubilados	0,0	0,2	3,0	56,8	12,0
Inactivo, otro	2,1	1,0	0,7	0,9	1,3
Total Inactivos remunerados	0,9	1,3	5,7	69,3	15,7
Total	675.838	434.694	470.305	390.751	1.971.588

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Cantidad de personas por tramos de edad y quintiles de ingresos per cápita. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	Generación X 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Quintil 1	182.252	66.152	54.063	24.464	326.931
Quintil 2	140.467	70.483	69.964	54.101	335.015
Quintil 3	125.704	75.646	89.046	81.948	372.344
Quintil 4	123.891	98.284	117.253	94.483	433.911
Quintil 5	103.524	12.4129	139.979	135.755	503.387
Total	675.838	434.694	470.305	390.751	1.971.588

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Porcentaje de personas por tramos de edad y quintiles de ingresos per cápita. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	Generación X 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Quintil 1	27,0	15,2	11,5	6,3	16,6
Quintil 2	20,8	16,2	14,9	13,8	17,0
Quintil 3	18,6	17,4	18,9	21,0	18,9
Quintil 4	18,3	22,6	24,9	24,2	22,0
Quintil 5	15,3	28,6	29,8	34,7	25,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Media, Máximo y mínimo de ingresos per cápita, según quintiles de ingresos, por tramos de edad de las personas (pesos constantes). Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Millennials 25 a 40			Generación X 41 a 59			Baby Boomers 60 y más		
	Media	Máximo	Mínimo	Media	Máximo	Mínimo	Media	Máximo	Mínimo
Quintil 1	7.393	10.317	0	7.504	10.317	0	7.826	10.317	0
Quintil 2	12.705	15.082	10.318	12.766	15.086	10.318	13.039	15.083	10.325
Quintil 3	18.034	21.203	15.090	18.128	21.202	15.090	17.986	21.203	15.090
Quintil 4	26.291	32.234	21.203	26.266	32.234	21.203	26.127	32.234	21.203
Quintil 5	51.975	450.583	32.238	54.592	1.807.341	32.238	58.395	1.829.816	32.238
Total	27110	450583	0	28991	1807341	0	32.672	1829.816	0

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Cantidad de personas que viven en hogares que cuentan con automóvil o camioneta para uso del hogar, por tramos de edad. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	Generación X de 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Automóvil o camioneta	310.966	212.380	270.423	162.783	956.552
No cuenta con automóvil o camioneta	364.872	222.314	199.882	227.968	1.015.036
Total	675.838	434.694	470.305	390.751	1.971.588

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Porcentaje de personas que viven en hogares que cuentan con automóvil o camioneta para uso del hogar, por tramos de edad. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	Generación X 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Automóvil o camioneta	46,0	48,9	57,5	41,7	48,5
No cuenta con automóvil o camioneta	54,0	51,1	42,5	58,3	51,5
Total	100	100	100	100	100

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Cantidad de personas por tramos de edad según tipo de hogar. Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	Generación X 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Unipersonal	4.850	28.156	30.850	78.979	142.835
Pareja sin hijos	10.490	61.384	56.147	130.811	258.832
Pareja con hijos de ambos	300.463	169.106	201.757	49.600	720.926
Pareja con hijos de al menos uno	87.634	45.513	36.149	5.670	174.966
Monoparental masculino	12.766	5.725	9.459	4.890	32.840
Monoparental femenino	93.741	39.900	49.827	25.146	208.614
Extenso	147957	73252	77809	88651	387669
Compuesto	17937	11658	8307	7004	44906
Total	675838	434694	470305	390751	1971588

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Porcentaje de personas por tramos de edad según tipo de hogar. Total Montevideo y Canelones, 2018.

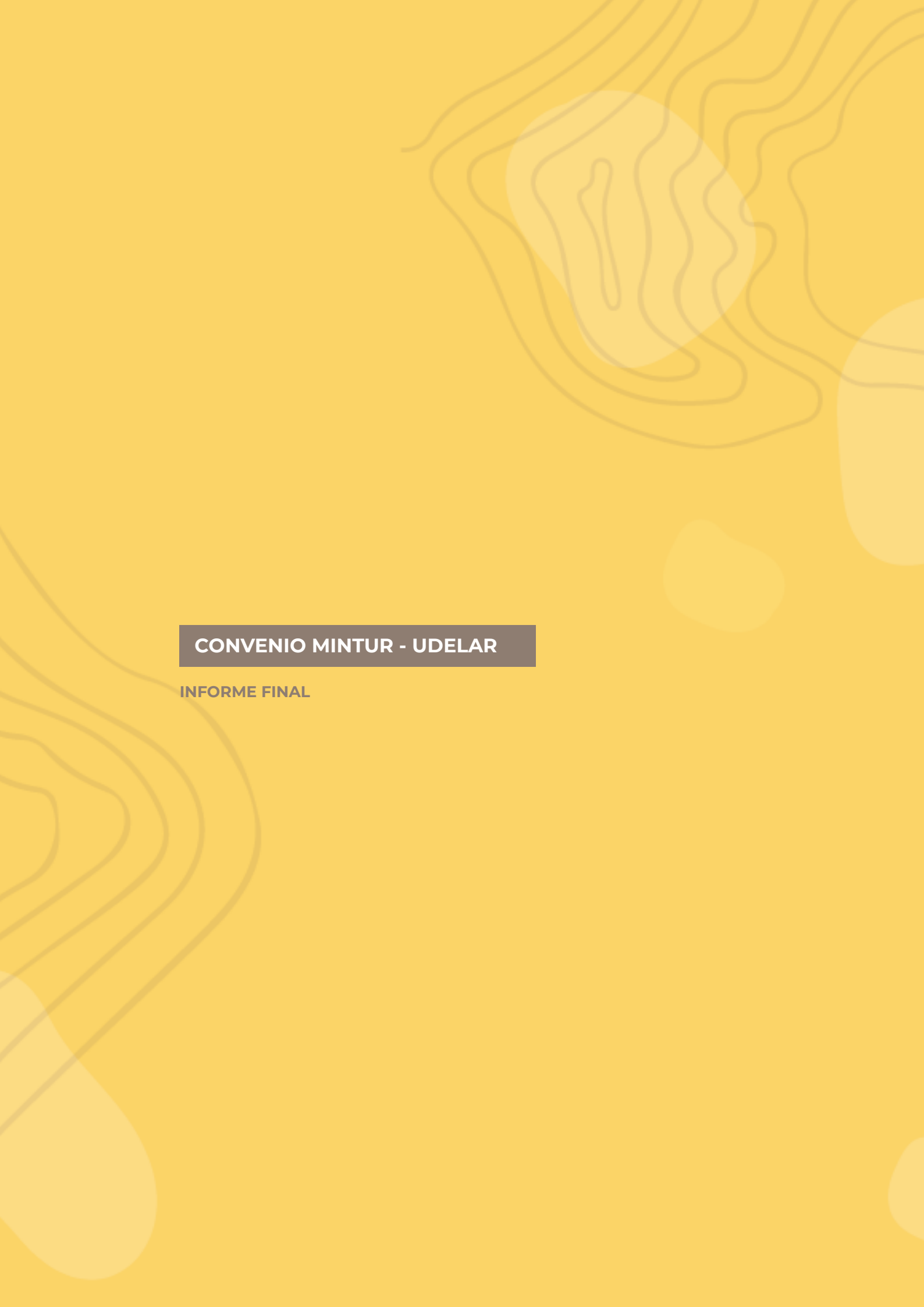
	Menores de 25	Millennials 25 a 40	Generación X 41 a 59	Baby boomers 60 y más	Total
Unipersonal	7	6,5	6,6	20,2	7,2
Pareja sin hijos	1,6	14,1	11,9	33,5	13,1
Pareja con hijos de ambos	44,5	38,9	42,9	12,7	36,6
Pareja con hijos de al menos uno	13,0	10,5	7,7	1,5	8,9
Monoparental masculino	1,9	1,3	2,0	1,3	1,7
Monoparental femenino	13,9	9,2	10,6	6,4	10,6
Extenso	21,9	16,9	16,5	22,7	19,7
Compuesto	2,7	2,7	1,8	1,8	2,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.

Cantidad de personas por tramos de edad según máximo nivel educativo alcanzado (considerar solo 25 y más). Total Montevideo y Canelones, 2018.

	Menores de 25	Millennials 25 a 40	X de 41 a 59	Baby Boomers 60 y más	Total
Sin educación formal	50012	717	1360	3812	55901
Primaria completa o menos	252439	46659	87657	163929	550684
Secundaria Básica Incompleta	124084	51878	49027	33650	258639
Secundario Básico Completo	20314	47089	57223	38375	163001
Secundaria Superior Incompleta	105871	65652	67241	41762	280526
Secundaria Superior Completa	20849	61932	77528	43160	203469
Terciaria Incompleta	72992	75283	43377	21863	213515
Terciaria Completa	5550	85364	86843	43827	221584
Total	652111	434574	470256	390378	1947319

Fuente. Elaboración propia en base a los microdatos de la Encuesta Continua de Hogares (2018) del Instituto Nacional de Estadística, Uruguay.



CONVENIO MINTUR - UDELAR

INFORME FINAL