

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**  
**Tesis Licenciatura en Sociología**

**De peón a guía turístico:  
consecuencias del impacto del turismo en el  
medio rural uruguayo**

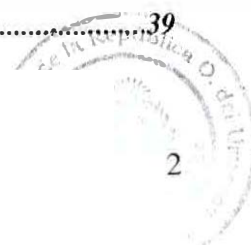
**Martín Lescano**

**Tutora: Inés Iens**

**2006**

## Índice

<i>Introducción...</i>	4
<i>Capítulo I</i>	
<i>¿De peón a guía turístico?</i>	6
<i>Objetivo...</i>	7
<i>Preguntas Problema...</i>	8
<i>Capítulo II</i>	
<i>El Turismo como actividad generadora de empleo...</i>	9
<i>Ocio y desempleo...</i>	9
<i>Nuevos yacimientos de empleo...</i>	11
<i>El turismo...</i>	12
<i>Capítulo III</i>	
<i>El turismo rural como nuevo fenómeno social. ....</i>	15
<i>El turismo rural...</i>	15
<i>El turismo rural en la región...</i>	16
<i>El turismo rural en el Uruguay...</i>	17
<i>Capítulo IV</i>	
<i>Una mirada a través de abordajes cuantitativos y cualitativos...</i>	22
<i>De la teoría a la práctica...</i>	24
<i>Técnicas de recolección de información...</i>	25
<i>Las categorías. ....</i>	27
<i>Capítulo V</i>	
<i>Análisis...</i>	30
<i>Un acercamiento al turismo rural...</i>	30
<i>Entrando a las establecimientos...</i>	34
<i>El campo: ¿Un lugar de trabajo versus una forma de vida?.....</i>	35
<i>Mi hijo el peón.....</i>	39



<i>El Rol de la mujer</i> .....	41
<i>El trabajo zafra</i> .....	43
<i>¿Y el futuro?</i> .....	44
<b>Capitulo VI</b>	
<i>Conclusiones</i> .....	46
<i>Perspectivas a futuro</i> .....	48
<b>Capitulo VII</b>	
<i>Bibliografía</i> .....	49
<b>Capitulo VIII</b>	
<i>Anexos</i> .....	52

## ***Introducción***

El turismo en el mundo es una de las actividades más dinámicas de los últimos tiempos, generando empleos y formando parte importante en la economía de muchos países, siendo líder en el intercambio comercial mundial. El Impacto de esta corriente global en el Uruguay se encuentra en constante crecimiento, progresando en infraestructura y calidad de servicios. El creciente interés en el Turismo y la creación constante de centros de atracción, convierte a esta actividad en un rubro que recibe inversiones millonarias y que genera trabajo para miles de personas. Dicho auge requiere de nuevas opciones para poder ampliar la oferta, teniendo el turismo rural posibilidades de ocupar un lugar importante junto al turismo de playa, el termal y el cultural.

En los últimos años, muchas de los establecimientos rurales uruguayos han abierto sus porteras a los turistas, como forma de diversificar sus ingresos frente a las crisis y a la evolución de la economía regional y mundial. De esta forma, el campo se ha transformando lentamente en un área de esparcimiento para la población urbana, donde el espacio rural ofrece servicios de consumo de ocio, combinando las actividades tradicionales del trabajo de campo. Esta apertura significa un nuevo fenómeno social en el medio rural produciéndose la fusión de dos actividades económicas que involucran formas de vida muy distintas: el trabajo en el campo y la prestación de servicios turísticos. Por un lado, el turismo es una actividad que implica preparación y contacto con el público en contraposición con el trabajo “clásico” del peón, acostumbrado a la vida solitaria de campo. A su vez en el rubro servicios son importantes la buena presencia, la correcta atención y la calidad en el producto que se ofrece. El medio rural cuenta con poca infraestructura, baja densidad de población- en su mayoría masculina- en condiciones de vida precarias y con trabajos zafrales. El impacto de valores y costumbres urbanas registradas en el campo a través del turismo, evoca un proceso de redefinición del nuevo papel que debe jugar el medio rural.

A partir del interés de este fenómeno social se elaboró la siguiente monografía, como parte de un trabajo realizado para el taller de investigación de “Formación y Empleo” iniciado

en el año 2004, con el fin de descifrar algunos de los aspectos más relevantes del turismo rural en esta área.

En la siguiente monografía, se aborda el tema del impacto del turismo en la vida de los trabajadores rurales, teniendo en cuenta la gran diferencia existente entre los peones y los dueños. Por un lado se estudió la vida de los peones a través de las variables que se consideraron más relevantes, como son la generación de empleo y la calidad del mismo, la participación de la mujer rural y las condiciones generales de vida en el campo. Por otro lado, se estudió a los dueños con el fin de observar el impacto en sus vidas como patrones. La formación, la inversión realizada y las perspectivas a futuro, así como la rentabilidad de los establecimientos son los aspectos que se abordan desde el enfoque de los dueños. Estos últimos toman decisiones que afectan directamente la vida de los peones e inciden en la consolidación o no a largo plazo de la actividad turística en el campo.

En el primer capítulo se enmarca el problema sociológico y se definen categorías conceptuales que permiten abordar correctamente el objeto de la investigación. En el siguiente capítulo, se desarrollan los antecedentes y fundamentos de la monografía sobre el turismo y su impacto como generador de nuevos empleos. Posteriormente, en el tercer capítulo se aborda, la importancia del turismo rural como nuevo fenómeno social, explorando su contexto y su potencial en el Uruguay. En el cuarto capítulo se realiza un desarrollo del abordaje metodológico, donde se expone el plan de análisis explicando y definiendo las técnicas y enfoques utilizados para afrontar el trabajo de campo. Se delimita el universo de análisis y se presentan los ítems que sirven como pautas para la investigación. En el capítulo cinco se analiza la totalidad del trabajo de campo y los resultados obtenidos a partir de las técnicas utilizadas, contrastando y comparando los discursos de los distintos actores y los datos surgidos de la encuesta, finalizando con las conclusiones de la investigación en el último capítulo.

## **- Capítulo I -**

### **¿De peón a guía turístico?**

A través de los años, el turismo en el mundo ha impactado en las sociedades donde se ha desarrollado generando cambios que afectan la vida de los actores sociales y su entorno. Desde el empleo a aspectos estructurales, pasando por migraciones masivas e impactos en el medio ambiente, la actividad turística modifica de forma significativa la sociedad en la que se consolida a largo plazo.

En el Uruguay, el turismo se encuentra muy desarrollado en la oferta de Sol y Playa, y en menor medida el Turismo Termal. En los últimos años, el Uruguay ha comenzado a ofrecer nuevas propuestas en materia turística, donde el turismo rural posee grandes posibilidades de encontrar su espacio junto a las ofertas tradicionales de turismo. El desarrollo que posee el turismo rural en Europa –principalmente España- y en los países de la región, genera expectativas sobre las posibilidades de que se consolide a largo plazo en el Uruguay e impacte en los distintos aspectos de la vida diaria del trabajador rural, como ser empleo, calidad de vida, y el papel de la mujer en el campo. En este contexto, se plantea la interrogante de cual es el resultado de la conjunción de una actividad como el turismo y la vida del trabajador rural, que encuentran en los establecimientos turísticos una forma de convivir.

El turismo rural es aquel donde la motivación principal de quienes visitan los establecimientos es conocer la vida en el campo concurriendo a aquellos que mantienen sus tradicionales actividades agropecuarias. En su concepto más amplio, consiste en actividades de esparcimiento en el medio rural y se define como una mezcla de turismo ecológico, cultural, de aventura y turismo deportivo. Las actividades agropecuarias y no agropecuarias dentro de la explotación, se complementan entre oferta de ocio y uso agrario del espacio, a través de una planificación integral. El Turismo Rural en el Uruguay, es una actividad económica que representa un incipiente desarrollo y como consecuencia de esto se encuentra pocos antecedentes bibliográficos de investigación. Los estudios publicados tratan el tema de forma

secundaria, y como una alternativa más dentro de las posibilidades que ofrece el Uruguay planteando un desafío mayor al no poder contar con material de apoyo directamente relacionado al problema sociológico. Pero a su vez permite explorar y experimentar un acercamiento al objeto de estudio de una forma abierta y sin pre conceptos.

En este sentido, se entendió importante crear antecedentes sobre la temática y lograr un acercamiento al Turismo rural de forma tal que permita colaborar en futuras investigaciones que pretendan realizar un análisis más profundo sobre el tema.

### Objetivos

El objetivo general de este trabajo es observar el impacto del turismo, como nuevo fenómeno en el medio rural, en la vida de los diferentes actores principales de los establecimientos. Por un lado los peones y como se vio afectada su vida con la llegada del turismo al campo. Se planteó el estudio de algunos aspectos de la vida del peón rural identificados “claves”, como ser la generación y calidad del empleo, la participación femenina, las condiciones básicas de vida y la jerarquización del trabajo de campo. Por otro lado, la visión del dueño o encargado del establecimiento sobre el turismo rural como principal actor a la hora del impulso y desarrollo a largo plazo en el Uruguay. Estudiar los aspectos más relevantes, como ser la apuesta de los dueños en materia de infraestructura y en formación de recursos humanos para la prestación de servicios

De esta forma, interesó saber si es una actividad consolidada o si las variables que sustentan su crecimiento son temporales, pues *“las modas cambian, mueren y renacen, están en constante evolución”*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Simmel G. “Sobre la aventura y otros ensayos filosóficos” (Pág. 58)

***Preguntas problemas***

Para dar consistencia y solidez al trabajo, se han planteado las siguientes interrogantes a modo de hipótesis, que se utilizarán como forma de acercamiento al objeto de estudio.

- **¿Significa la llegada del turismo un cambio en las condiciones de vida del peón rural?**
- **¿Cuál es la participación de la mujer en el turismo rural?**
- **¿Es el Turismo un generador de empleos en el medio rural?**
- **¿Se puede afirmar que el Turismo Rural es una alternativa al desarrollo local del interior del país?**



## -Capítulo II -

### *El Turismo como actividad generadora de empleos.*

#### Ocio y desempleo

En una definición general se puede decir que el desempleo es el tiempo libre involuntario de una persona que desea encontrar trabajo, es decir, una persona en edad de trabajar y con disposición de hacerlo, pero que no posee una ocupación remunerada. El ocio por el contrario, es el tiempo libre voluntario.

En el mundo actual, ambos conceptos se cruzan y se retroalimentan, logrando que el ocio de unos sea la posibilidad de empleo de otros, abriendo posibilidades de trabajo en nuevas áreas.

Ulrich Beck, en su texto *“Un nuevo mundo feliz”*<sup>2</sup>, define el tiempo libre de la sociedad moderna como el tiempo ganado en la producción gracias a los avances tecnológicos. Con este concepto, el autor plantea que las sociedades modernas tienen el reto principal de reaccionar a estos avances industriales y tecnológicos, adaptándose al nuevo mapa laboral. Uno de estos cambios es la flexibilización laboral, que supone el pasaje constante entre trabajo dependiente y “autónomo”. Los límites entre trabajadores asalariados y empresarios se desvanecen. Además se destaca la disparidad en la calidad de los empleos y en los ingresos laborales en perjuicio de los trabajadores de menor calificación. Otro factor determinante es el repliegue del Estado como empleador, dejando casi exclusivamente al sector privado en el mercado de empleo.

Desde otro enfoque, Andre Gorz, destaca en su libro *“Metamorfosis del Trabajo”*<sup>3</sup>, desde una visión europea, la necesidad de modernizar los supuestos sobre los que está fundada la modernidad. La idea contemporánea de trabajo, aparece con la llegada del capitalismo fabril. El trabajo actual, el que se tiene, se busca o se ofrece, es una actividad en la esfera pública, por la cual conseguimos una identidad en ella. Además por ser un factor socializador es que se denomina a la sociedad industrial una sociedad de trabajadores.

---

<sup>2</sup> Beck, U. “Un nuevo mundo feliz” (Pág. 9)

<sup>3</sup> Gorz A. “Metamorfosis del trabajo” (Pág. 92)

En la actualidad, debido a los progresos tecnológicos, muchos empleos serán suprimidos, aunque simultáneamente se verá aumentada la ganancia por producto, generándose así más dinero que podrá ser repartido entre las personas desplazadas de sus trabajos. *“El paro es más un desplazamiento de actividad que una suspensión del empleo”<sup>4</sup>*. El tiempo de trabajo economizado, permite remunerar a quien ha perdido su empleo, dándole trabajo en otra actividad económica distinta, remunerándole por unas actividades que, hasta ese momento no estaban remuneradas ni eran consideradas como parte de la economía. *“Permite crear nuevos empleos en otro lugar dentro de la economía, aunque sea en las actividades dedicadas al ocio”<sup>5</sup>*.

Veblen en su libro *“Teoría de la clase ociosa”<sup>6</sup>* orienta el concepto de ocio desde las distinciones de clase. La clase alta debe buscar constantemente nuevas formas de ocio, que continuó desarrollándose tanto como hay divisiones sociales en las clases. El ocio de la elite produce trabajo para las clases inferiores, de esta forma se produce una división del trabajo, que coincide con la distinción entre la clase trabajadora y la clase ociosa.

Anteriormente, el ocio era considerado como una ocupación, desde el punto de vista económico, ya que las clases poderosas se dedicaban a tareas académicas o prácticas que no conducían al fomento de la vida humana. En todas estas ramas del conocimiento, lo importante era demostrar el empleo improductivo del tiempo, y que uno no había pasado tiempo en tareas industriales.

Actualmente, el ocio voluntario, sigue siendo una característica de las clases altas, aunque su fin no es demostrar que no se tiene necesidad de trabajar. Este nuevo ocio, viene dado por un aumento de tecnología y conocimiento, que permite liberar tiempo extra, a las personas más capacitadas, espacio que es utilizado por una masa de trabajadores desplazados por los avances tecnológicos, para brindar servicios a dicha nueva clase ociosa. De esta forma, se comienzan a explorar empleos que antes no existían, definiendo entonces lo que se denomina *“nuevos*

---

<sup>4</sup> Gorz A. “Metamorfosis del trabajo” (Pág. 92)

<sup>5</sup> Gorz A. “Metamorfosis del trabajo” (Pág. 92)

<sup>6</sup> Veblen T, “Teoría de la clase ociosa” (Pág. 54)

*yacimientos de empleo*”, que en este caso surgen por una *“liberación de tiempo a escala de la sociedad”*.

Se plantea la lógica de cómo el ocio de unos significa la posibilidad de trabajo para otros. *“Unos, cada vez más numerosos, seguirán siendo expulsados del campo de las actividades económicas o serán mantenidos en su periferia. Otros, en cambio, trabajarán tanto o incluso más que ahora y en razón de sus resultados o de sus aptitudes, dispondrán de ingresos y poderes económicos cada vez más altos. Remuentes a desprenderse de una parte de su trabajo y de las prerrogativas y poderes vinculados a su empleo, esta elite profesional sólo puede acrecentar sus ocios encargando a terceros que le procuren tiempo disponible<sup>7</sup>.”*

### **Nuevos yacimientos de empleos**

Los llamados *“Nuevos Yacimientos de Empleo”* (NYE), surgen como respuesta a las nuevas necesidades de la sociedad. No nacen como consecuencia de las políticas macro económicas sino como resultado de los cambios de hábitos de la población mundial, donde existen necesidades sin cubrir que suponen empleos potenciales. El concepto NYE sirve para definir los sectores que reclaman empleos por demandas poco cubiertas y donde las posibilidades de creación de empleo son mayores.

Hoy en día debido a la reciente mejoría de algunos sectores de la Sociedad mundial, y como consecuencia de distintos cambios que sufre la sociedad actual -como el envejecimiento de la población, el aumento de la actividad de las mujeres, y una importancia creciente de la cultura y el ocio- se han creado nuevas necesidades de los ciudadanos que exigen cambios en el mercado laboral. Es ahí donde los nuevos empleos se presentan como una solución al problema del desempleo de muchos trabajadores que han quedado fuera del mercado.

Los servicios de proximidad, que van desde la limpieza hasta servicios turísticos, entran en la categoría de NYE que manejan los economistas que intentan clasificar estos nuevos trabajos, que no son otra cosa que los ámbitos de la actividad económica que se dirigen a

---

<sup>7</sup> Gorz A. *“Metamorfosis del Trabajo”* (Pág. 90)

mejorar la calidad de vida en un mundo caracterizado por la generalización de nuevas necesidades. Los NYE sirven para explicar la importancia estratégica de algunos sectores en los que las expectativas de crecimiento y creación de trabajo, potencializan los ámbitos laborales con más futuro.

Lorenzo Cachón, en un informe realizado para el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, define a los NYE como *“los ámbitos de la actividad económica que vienen a satisfacer las nuevas (o relativamente nuevas) necesidades surgidas de los cambios en la sociedad, explotando de manera activa y positiva el filón económico y de empleo que se esconde en esos cambios, aprovechando las oportunidades de crecimiento y de empleo que puedan venir a satisfacer las necesidades que surgen de esas transformaciones sociales”*.<sup>8</sup>

En general, cuando se habla de *“nuevos yacimientos de empleo”*, se hace referencia exclusivamente al sector servicios, en las siguientes áreas: vida diaria, mejora de la calidad de vida, cultura y ocio, y protección del medio ambiente. Dentro de cultura y ocio se encuentra el turismo y sus distintas *“nuevas”* modalidades como ser el Turismo rural, cultural y otros nuevos fenómenos turísticos, como el servicio de acompañamiento y acogida turística.

### **El turismo**

La creación de la Organización Mundial de Turismo, en 1977 le dio un marco institucional que permitió impulsar y desarrollar el turismo en el ámbito mundial, siendo hoy en día una de las principales industrias del mundo. En este momento, el turismo genera uno de cada nueve empleos en el ámbito mundial y se estima que en el período comprendido entre 1995 y el 2006 creará 136 millones de nuevos empleos.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Cachón Rodríguez, L. “Nuevos yacimientos de empleo en España: potencial de crecimiento y desarrollo futuro. (Pág. 13)

<sup>9</sup> Organización Internacional de Turismo.

## LOS DIEZ PAÍSES MÁS VISITADOS EN EL MUNDO

(En millones de turistas)

PAÍS	TURISTAS
FRANCIA	75.1
ESPAÑA	53.6
EEUU	46.1
CHINA	41.8
ITALIA	37.1
GRAN BRETAGNA	27.7
HONG KONG (CHINA)	21.8
MEXICO	20.6
ALEMANIA	20.1
AUSTRIA	19.4

\* Fuente Organización Mundial de Turismo, mayo 2005.

Estimaciones de la Organización Mundial de Turismo indican que la participación del turismo en el Producto Interno Bruto Mundial para el año 2006 será del 11.4 % y generará el 11.6 % de la aportación en impuestos, previendo que para el año 2006 la cifra de turistas internacionales alcance los 702 millones, 1,000 millones para el 2010, y 1.600 millones para el 2020.

En el Uruguay, el turismo es una de las principales fuentes de ingreso alcanzando en promedio el 3.5% del PBI, según estudios publicados por el Banco Central del Uruguay. Es un sector de peso considerable en la economía del país (entre el 15- 20 % de las exportaciones), cuyos ingresos han venido creciendo de año en año hasta llegar a US\$ 695 millones, ubicando a Uruguay dentro de los diez países con mayor incremento mundial en el turismo receptivo. Los turistas llegan mayoritariamente desde la región y en la época de verano, debido a que la

infraestructura en la costa Atlántica está muy desarrollada ofreciendo todo tipo de servicios a los visitantes.

### LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A LA REGIÓN

PAIS	2002	2003	2004
Argentina	2820039	2.995272	3.352572
Brasil	3.783.400	4.090.590	4.704.178
Paraguay	250.423	268.175	309.287
Uruguay	1.353.872	1.508.055	1.870.858

Fuentes: Ministerios y Secretarías de Turismo de cada país.

Los principales visitantes son precisamente Argentinos con casi un millón por año, seguidos por los Brasileños con doscientos mil (datos 2003). Punta del Este es el principal destino en alta temporada, seguido por Montevideo, Colonia y el Litoral termal.

En la investigación realizada para el BCU<sup>10</sup> sobre el turismo receptivo en Uruguay, se observa la verdadera incidencia de esta actividad y su aporte al producto bruto interno, empleo y remuneraciones. Según el informe, la demanda generada en la economía uruguaya por turistas no residentes puede compararse con la demanda ejercida por alguno de los principales sectores de exportación del Uruguay. Lo que respecta a los gustos y preferencias de los visitantes, se observa que el 56% buscan Sol y Playa, un 11% realizan turismo de negocios, y un 15% Termal y Salud, y solo un 2 % busca actividades culturales y deportivas. Desde el punto de vista del turismo rural, se aprecia como este yacimiento no está aún lo suficientemente explotado y aparece como una opción de unos días, dentro de otro destino. La poca incidencia del turismo rural en el Uruguay, y el gran desarrollo que tiene éste en el mundo, impulsa a pensar que se esta frente a una posibilidad de crear un nuevo mercado y ampliar la oferta, cautivando nuevos turistas que buscan un acercamiento a la naturaleza y a la cultura del país.

<sup>10</sup> Armellini M y Isabella F, BCU (Pág. 46)

## **- Capitulo III -**

### ***El Turismo rural: Un nuevo fenómeno social***

El concepto de turismo rural se establece como la modalidad del un turismo, orientado a las áreas naturales y alejadas de las poblaciones urbanas. Se consideran, en general, alojamientos rurales, aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico, con o sin otros servicios complementarios. Es una modalidad específica y personalizada, que se desarrolla en ambientes naturales, teniendo como ingredientes de interés, la conservación de los recursos naturales, los usos y las costumbres locales. Los datos del crecimiento del turismo rural en el mundo, nos muestran el potencial que tiene, sobre todo en países que realizan una gran apuesta al turismo en todas sus modalidades. En el año 2005 casi dos millones de turistas visitaron establecimientos dedicados al Turismo Rural de España, una potencia mundial en este campo, generando un negocio directo superior a los sesenta millones de Euros. En Francia, Italia, Alemania es también una modalidad de turismo cada vez más demandada, además de un modelo de desarrollo que ofrece un futuro económico y social a áreas rurales y un modelo alternativo a los turistas respecto al de capitales y costas masificadas. América Latina, donde la actividad ha comenzando a consolidarse, el turismo rural muestra un gran potencial de crecimiento, al margen de poder convertirse en una alternativa económica para las muchas regiones aun rurales del continente.<sup>11</sup>

*“El sector económico del turismo rural en América Latina tiene un gran potencial de crecimiento, aunque para ello sea necesario formar profesionalmente a gestores capaces de emprender un negocio muy diferente la de su exploración rural tradicional”<sup>12</sup>*

---

<sup>11</sup> [www.asmoz.org](http://www.asmoz.org)

<sup>12</sup> [www.asmoz.org](http://www.asmoz.org)

### **El turismo rural en la región**

En septiembre del año 2005 se realizó un informe sobre los Circuitos Turísticos Regionales en el MERCOSUR.<sup>13</sup> En la investigación se presentan distintos productos turísticos de la región, siendo el Turismo Rural una opción válida para los cuatro países miembros del bloque. La oferta del medio rural se basa en tres grandes elementos: a) edificios y extensiones importantes, como el caso de cascos de establecimientos, b) la inmensidad, y c) actividades vinculadas al campo y sus costumbres. El informe destaca la importancia de conformar redes de establecimientos que permitan mejorar la oferta y facilitar así la promoción de los mismos. Se concluye que *“el turismo rural es un producto con potencial para incrementar estadias, especialmente cuando se oferta de manera asociada a opciones de alojamiento, en espacios relativamente alejados de las grandes ciudades.”*<sup>14</sup>

En Argentina, el estudio presentado por la Lic. Guillermina Fernández y el Lic. Aldo Ramos en la Universidad del Centro, Buenos Aires, Argentina, nos muestra como los actores rurales se vieron enfrentados a la necesidad de crear distintas estrategias de supervivencia.

*“Ante la cambiante evolución de la economía sectorial y global, los productores recurren a estrategias adaptativas diversas que implican una nueva transformación socioproductiva y espacial, producto del agotamiento del modelo económico anterior. Se presentan los procesos que transforman al espacio rural y las nuevas conceptualizaciones. El fomento de estrategias adaptativas de reconversión, el rescate de valores tradicionales del medio rural, etc.”*<sup>15</sup>

Muchos de los establecimientos evaluaron la posibilidad de ampliar sus actividades, e incursionar en el sector del turismo. Este nuevo yacimiento de empleo ya contaba con gran desarrollo en los países de la región y en todo el mundo, y no suponía ningún gran cambio estructural, permitiendo continuar con las actividades llamadas “clásicas” del campo. En el comienzo solo se podía pasar el día en los establecimientos, pero poco a poco se fue creando la

---

<sup>13</sup> Luis Gustavo Patrucco y Gustavo R. Capece, O. E. A.

<sup>14</sup> Luis Gustavo Patrucco y Gustavo R. Capece, Turismo Rural en América Latina (Pág. 45)

<sup>15</sup> Guillermina Fernández y el Lic. Aldo Ramos, Turismo, desarrollo sustentable y globalización.



infraestructura necesaria para alojar a los turistas constituyéndose así en una importante actividad rural.

*“La innovación a la que apuesta el espacio rural es importante, y el turismo es uno de estos ejes que expresan los cambios del sector y promueven ese desarrollo hacia la sostenibilidad. Desde esta nueva perspectiva el Turismo Rural se torna en una estrategia de diversificación de ingresos.”<sup>16</sup>*

### **El turismo rural en el Uruguay**

#### *El medio rural*

En la colección de grupos de trabajo del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Diego Piñeiro realiza un análisis de la sociedad rural y su evolución a lo largo del tiempo. La sociedad rural uruguaya ha mantenido una estructura relativamente estable a lo largo de su historia. Desde los comienzos del siglo XX, se observaban grandes concentraciones de tierra, donde 3800 explotaciones eran mayores a 1000 hectáreas sobre un total de 44.0000. En los grandes establecimientos se tomaban trabajadores solteros expulsando a la familia hacia la ciudad, creándose un país fuertemente urbano.

*“El despoblamiento del área rural se da en todo el país, con excepción de Montevideo rural y su entorno más cercano. En los últimos 30 años la población en el medio rural se mantiene en un 17 % dependiendo siempre del criterio para clasificarla”<sup>17</sup>.*

Actualmente, en el campo uruguayo, se han observado cambios estructurales como consecuencia de las últimas crisis que golpearon al país. En primer lugar, se observa que el número de establecimientos agropecuarios ha disminuido fuertemente debido a la desaparición de las unidades de menor tamaño.

---

<sup>16</sup> Idem

<sup>17</sup> Diego Piñeiro. Los trabajadores rurales en el Uruguay: principales tendencias (Pág. 16)

*“Los censos muestran un acelerado proceso de descomposición de la agricultura familiar: si había 65.000 establecimientos con menos de 100 hectáreas en 1965, el último censo (1990) registró solo 35.000 establecimientos con esa superficie. Es decir que en 30 años se perdió la mitad de los establecimientos. La tierra perdida por este sector social fue a parar a manos de los establecimientos más grandes (de más de 1.000 hectáreas).”<sup>18</sup>*

Esto llevó a una mayor concentración de la tierra en grandes establecimientos, generalmente dedicadas a actividades extensivas, donde un campo de 2000 hectáreas emplea como máximo a 8 trabajadores.

Por otro lado, la situación económica del campesino o pequeño productor ha empeorado. El endeudamiento, y las condiciones meteorológicas adversas han hundido al productor rural en una dependencia financiera.

*“Existe un uso ideológico del término (pequeño productor), que pretende crear la ilusión de que no existen relaciones de subordinación entre los distintos sujetos sociales del agro”<sup>19</sup>*

Como contrapartida en general la calidad de vida de la población rural ha cambiado. Teléfono, electricidad (59 %), y varios servicios básicos se han extendido a lo largo del campo uruguayo, mejorando notoriamente la vida en el medio rural. Según el estudio presentado por Cancela y Melgar<sup>20</sup>, existe un notorio aumento de la calidad de vida de los habitantes del interior rural, en aspectos fundamentales como ser la alimentación, el abastecimiento de agua, la precariedad de la vivienda y la educación.

### *El trabajo zafral*

El gran problema del trabajador rural es su dependencia a los procesos productivos del campo donde muchas veces accede a trabajos zafrales como única solución laboral, y donde las condiciones son poco beneficiosas para el peón.

---

<sup>18</sup> Diego Piñeiro. Los trabajadores rurales en el Uruguay: principales tendencias (Pág. 17)

<sup>19</sup> Piñeiro Diego. Los trabajadores rurales en el Uruguay: principales tendencias (Pág. 10).

<sup>20</sup> Cancela y Melgar El Uruguay rural: cuarenta años de evolución, cambios y permanencias (Pág. 63)

*“Bajos salarios, zafralidad, precariedad y menos empleo inciden en que las mediciones sobre pobreza rural (1992) hayan detectado cifras abrumadoras de familias por debajo del nivel de pobreza: 42%, cuando en las áreas urbanas para la misma fecha estaba en el entorno del 12% (FIDA-MGAP, 1992).”<sup>21</sup>*

En el campo, la precariedad y los trabajos zafrales son una constante en el ámbito laboral. Durante décadas el peón rural se ha adaptado a los ciclos económicos y productivos. Mediante la incorporación de tecnología en el campo, se ha aumentado la productividad y se ha alterado los ciclos de trabajo anual, generando mayor número de trabajos zafrales y disminuyendo los efectivos. Piñeiro expone la realidad del trabajador zafral rural en el Uruguay, donde el trabajador eventual generalmente no recibe beneficios sociales, no computándose los días trabajados para el cálculo jubilatorio, ni recibe asignaciones familiares, ni seguro por enfermedad.

*“El reconocimiento de los derechos laborales es mucho más difícil. La rotación entre los establecimientos también lleva a que el trabajador deambule a lo largo de la geografía, donde lo lleva el trabajo. No hay posibilidad ni interés de capacitarse en un trabajo que es inestable y que por lo tanto no ofrece la posibilidad de obtener mejores remuneraciones por medio de la especialización”<sup>22</sup>.*

Las condiciones de trabajo son muy duras, con horarios extensos, durmiendo en vivienda precaria o a veces prácticamente inexistente como es en el caso de los cosecheros que deben acampar en el establecimiento cuando no pueden regresar a sus casas. Esta situación de trabajador temporal, hace con que se forme un círculo vicioso, donde la falta de formación deja al peón en situación de dependencia de estos trabajos zafrales.

### *La llegada del turismo*

En el Uruguay el turismo aparece fuertemente en el medio rural a fines del siglo XX, pero es en estos últimos años que el fenómeno se instaló como alternativa para los establecimientos.

---

<sup>21</sup> Piñeiro Diego Los trabajadores rurales en el Uruguay: principales tendencias (Pág. 10).

A partir del año 1996 se observa una estabilización de la oferta del turismo rural y el ecoturismo.

La actividad tiene sus inicios en la década de los noventa, impulsado principalmente por los propios dueños, quienes comenzaron a organizar cabalgatas para turistas y a ofrecer servicios de alojamiento. En 1995 se crea la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural (SUTUR), integrada por 43 establecimientos agropecuarios dedicados también al turismo, fundada en el seno de la Asociación Rural del Uruguay (ARU), cuyo objetivo es mejorar el campo de trabajo en este rubro y optimizar la calidad de los servicios, además de promocionarlo.

En lo que respecta a la calidad de los servicios prestados, y al constante perfeccionamiento de lo mismo, se han ido implementando controles y cursos de calidad, tanto para los propietarios como para los peones de los establecimientos. Si bien se encuentran varias instituciones que preparan a sus estudiantes para trabajar en turismo, aún no existen planes de estudio especializados en el medio rural. SUTUR ofrece Talleres de Posicionamiento Empresarial del Turismo Rural, con una duración de cinco días, en los que acerca conceptos enfocados a los emprendimientos y su relación con el turismo en general y el turismo rural en particular.

Por otro lado, el Instituto de Capacitación Turística (ICT) plantea un curso donde se orienta a proporcionar los conocimientos necesarios para desempeñarse como Guía Turístico en lo relacionado al manejo de grupos, la interpretación de los paisajes, recursos naturales y los valores culturales desde el enfoque del turismo sostenible.

De parte del estado, se encuentran en los últimos años un apoyo importante en ferias y congresos internacionales, pero siempre en menor proporción si se compara con el turismo de playa y el termal. Las distintas Intendencias han comenzado a organizar talleres y a dedicar más recursos en la difusión de los establecimientos turísticos, estimulando ámbitos de discusión sobre esta actividad.

---

<sup>22</sup> Piñeiro Diego "Los trabajadores rurales en el Uruguay: principales tendencias" (Pág. 35)

A nivel departamental, existe interés en romper con la estacionalidad por medio, entre otros, del turismo rural y la oferta cultural que ella implica. Es fundamental el rol que le compete a los gobiernos locales, pues la actividad municipal y el turismo se encuentran indisolublemente ligados, siendo imprescindible que el tema esta sobre la mesa de todos los gobiernos departamentales, con el fin de generar un contexto favorable para el desarrollo del Turismo Rural.

## - Capítulo IV -

### *Una mirada a través de abordajes cuantitativos y cualitativos*

La metodología propuesta para el siguiente trabajo de investigación es una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas. El planteamiento de la integración de métodos surge a partir de la necesidad de lograr un mayor conocimiento de la realidad del turismo rural, y se logra a partir de la incorporación de un diseño multimétodo, con orientaciones metodológicas de diferentes paradigmas. Para justificar la aplicación del diseño, se basó en los trabajos de Eduardo Bericat, sobre la posibilidad de utilizar y combinar enfoques cualitativos con cuantitativos

En su libro *“La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social”*, Bericat propone un diseño multimétodo que permita intentar conocer o aproximarnos al conocimiento de la complejidad de la realidad social, a través de la integración de ambas paradigmas. Sostiene que *“la posibilidad de integrar distintas orientaciones metodológicas en el seno de una misma investigación, siempre que se cumplan las mismas condiciones de coherencia, rigor y adaptación al objeto que se le exigen a los diseños de investigación que utilizan una sola orientación. El nexo entre paradigma y técnica de investigación no es rígido, y por tanto la selección de uno no compromete necesariamente la selección de las otras ni de sus correspondientes orientaciones metodológicas”*.<sup>23</sup>

La integración de métodos se fundamenta en un diseño de investigación que permita compensar coherentemente las debilidades y fortalezas de cada uno de los métodos involucrados en la propuesta, a objeto de obtener un mayor conocimiento de la realidad social. Es fundamental atender la complejidad del conocimiento de la realidad que se desea obtener y desde ahí, desarrollar una propuesta de integración que se adecue a las necesidades planteadas en la investigación.

---

<sup>23</sup> E. Bericat, *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo* (p. 17)

La estrategia para combinar las distintas metodologías que mejor se adapta a los intereses de la siguiente investigación es la triangulación.

*“En la triangulación, el grado de integración aumenta y la legitimidad de la estrategia está condicionada a la posibilidad de que dos metodologías diferentes como la cuantitativa y la cualitativa puedan captar en parte o totalmente un mismo hecho. No se trata de completar nuestra visión de la realidad con dos miradas, sino de utilizar ambas orientaciones para el reconocimiento de un mismo e idéntico aspecto de la realidad social”<sup>24</sup>*

En la estrategia de triangulación, cuanto más diferentes sean los métodos que muestran idénticos resultados, mayor será la evidencia de su veracidad. Según Bericat, el término triangulación busca convergencia, corroboración o correspondencia de resultados procedentes de distintos métodos. Se aplica también cuando es preciso acceder a áreas o aspectos de la realidad inaccesibles por algún método y el conocimiento que puede aportar una encuesta sobre un ámbito de la realidad que luego se investigará cualitativamente.

Como primer acercamiento al tema se aplica una mirada cuantitativa, a través de una encuesta realizada telefónicamente, donde se abarco todo el universo de análisis con el fin de depurar la lista de establecimientos turísticos realizando un relevamiento de todos los establecimientos inscriptos en el ministerio de Turismo. Este enfoque, permitió realizar una aproximación a la estructura del turismo rural, debido a la falta de información sobre el tema y obtener una primera imagen de los establecimientos y de sus distintos actores. Se busco indagar en tópicos como el empleo, formación en la prestación de servicios e inversión en la infraestructura. Al encuestar a todos los establecimientos, se logró contar con información que fue corroborada posteriormente con la obtenida en las entrevistas en profundidad.

Luego en las entrevistas en profundidad, se opto por una visión cualitativa en la investigación sobre el impacto del Turismo en el medio rural para rescatar la subjetividad de los sujetos como parte constitutiva del fenómeno social. Para afrontar el tema, se contactó a los actores involucrados, identificando por un lado los encargados o dueños de establecimientos, y

por otro los peones y sus familias. En este sentido, el universo de relevamiento son los actores que trabajan en establecimientos agropecuarios donde reciben turistas, abordando los mismos desde un enfoque exploratorio. Una vez delimitados los establecimientos, se enfocó la problemática desde una óptica cualitativa, aplicando técnicas participativas y realistas, con consultas y entrevistas a los actores y agentes sociales involucrados.

Las técnicas seleccionadas fueron: la entrevista en profundidad y la observación participante. Como instrumento de recolección se elaboraron pautas temáticas que recogen los principales tópicos de interés, para poder desarrollar distintos temas y no distanciarnos de los objetivos principales.

### *De la teoría a la práctica*

Esta monografía sobre del turismo rural es fruto de dos años de investigación en el ámbito del Taller Central de Investigación de “Formación y Empleo” donde las pautas y los enfoques se han ido puliendo para construir la siguiente monografía. Al no existir calificación alguna de los establecimientos que ofrecen turismo rural, fue necesario elaborar un registro de los establecimientos que realmente están trabajando con turistas, donde esta actividad forma parte importante en la producción. Una vez contactados todos los establecimientos, se obtuvo un panorama general de la situación del turismo rural, en cuanto permitió seleccionar un grupo de establecimientos que fueran relevantes para ser entrevistadas u observadas de forma personal.

Dentro de la clasificación realizada, el enfoque cualitativo se realizó en establecimientos ubicados en los departamentos cercanos a Montevideo, teniendo como referencia un radio de 250 Km. Esto se debió a dos razones, que estuvieron fundadas en las variables de tiempo y recursos. Por un lado, la lejanía de los otros establecimientos impedía realizar varias visitas, siendo de vital importancia que la unidad de relevamiento se encontrara en una relativa cercanía. En lo referente a los recursos, al encontrarse los establecimientos cerca de Montevideo, esto permitió realizar varias visitas en el día.

---

<sup>24</sup> ■ericat, E. La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo (Pág. 114)



La razón metodológica para acotar la región de los establecimientos, se debió a que de esta forma se pudo realizar un análisis más profundo sin intentar abarcar todo el territorio nacional. Una vez delimitada el área de investigación, se eligieron tres establecimientos ubicados en departamentos del interior del país, y dos establecimientos ubicados en departamentos de la costa Atlántica. Se buscó de esta forma, poder llegar a dos realidades distintas de turismo rural: por un lado zonas donde el turismo no sea lo habitual y por otro lado zonas donde están acostumbrados a recibir turistas. Esta diferenciación de los establecimientos, permitió poder comparar los discursos de los entrevistados por establecimiento, y no solo por actividad o por posición de los distintos actores.

Al realizar el trabajo, se visitó por lo menos dos veces cada establecimiento y en algunos casos más. Se entrevistó y observó a sus peones y dueños, efectuando en cada uno de ellos tres entrevistas y algunas observaciones. Los establecimientos se eligieron de forma aleatoria (dentro del área delimitada anteriormente) encontrando en la mayoría de los casos buena receptividad por parte de los dueños, lo que facilitó la recolección de datos. Los establecimientos estudiados fueron: La quebrada del Castillo (Maldonado), El Charabón (Rocha), El Ceibo (Florida), y El Silencio y San Martín del Yí (Flores).

### *Técnicas de recolección de información*

Como primer acercamiento al tema, como anteriormente expresamos, se realizó una encuesta telefónica a todos los establecimientos turísticos, basada en preguntas básicas, sobre el empleo, la infraestructura que poseen, formación en prestación de servicios e inversión realizada.

Mediante un formulario estandarizado, se puso énfasis en los aspectos claves de la investigación. De esta forma, el instrumento, abarcó ocho dimensiones y se le realizó la encuesta a los setenta y seis establecimientos ubicados en todo el territorio nacional. Como herramienta de análisis se utilizó el programa SPSS, con el fin de poder estudiar y analizar mejor los datos surgidos. Con este relevamiento, se llegó a una lista real de establecimientos que

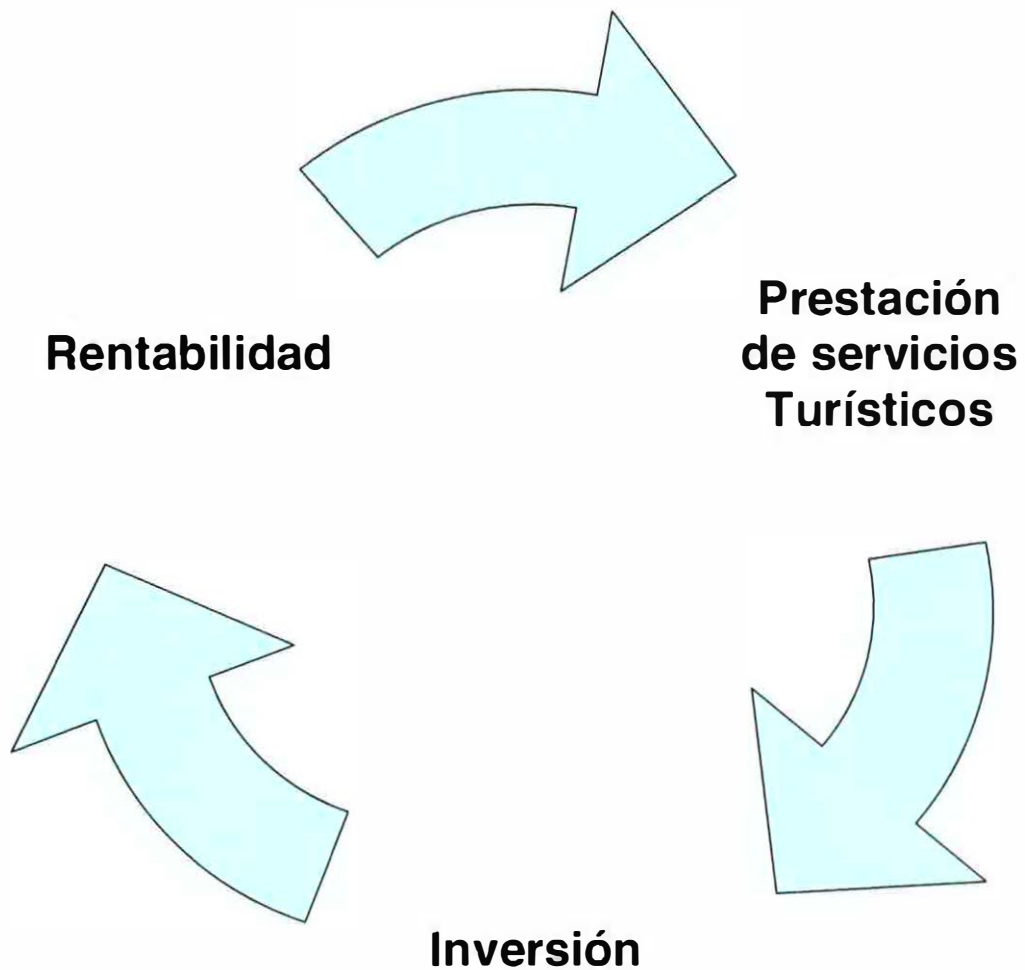
trabajan de forma permanente, para luego realizar un abordaje cualitativo, entendiendo que fue la que mejor que se adaptaba a las necesidades indagatorias sobre el objeto de estudio.

Una vez dentro de los establecimientos, se aplicó una observación participante, donde el investigador hace una inmersión en el contexto, obteniendo vivencias de primera mano que le permiten comprender la situación o el comportamiento del grupo. Al efectuar esta técnica se intentó observar como se involucran los distintos actores en sus tareas del establecimiento y la interacción social entre ellos. Se logró de esta forma entrar en un campo de fácil acceso donde se estableció una relación inmediata con los informantes desde un punto de vista flexible, sin preconceptos específicos. La observación participante, además de tratarse de una fuente de información, es un procedimiento útil para verificar si lo que la gente dice, coincide con lo que hace y permite entender las diferencias entre uno y otro aspecto de la realidad.

Como principal fuente de información, se aplicó entrevistas en profundidad teniendo en cuenta que fuesen dinámicas, realizando varios encuentros con los actores cara a cara. Estas fueron dirigidas al estudio de acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente. Las pautas para la entrevista, se elaboraron en orden de importancia, y se trató de crear un clima de confianza y naturalidad. Lo fundamental en las entrevistas en profundidad es acercarse a los discursos de los entrevistados: Sus significados, perspectivas, el modo en que ellos ven, clasifican y experimentan el mundo. En cada establecimiento se entrevistó al dueño y a un peón de campo, realizando una serie de preguntas solicitando que describan y enumeren acontecimientos, experiencias, lugares y personas. Para el análisis de las entrevistas, se utilizó el programa informático de análisis cualitativo Max QDA. Esta herramienta informática permite encontrar con facilidad temas recurrentes en los discursos y agrupar conceptos y opiniones de los entrevistados. Los distintos temas recurrentes que fueron apareciendo en los discursos permitieron la codificación de los mismos y facilitaron su posterior elaboración de categorías y análisis.

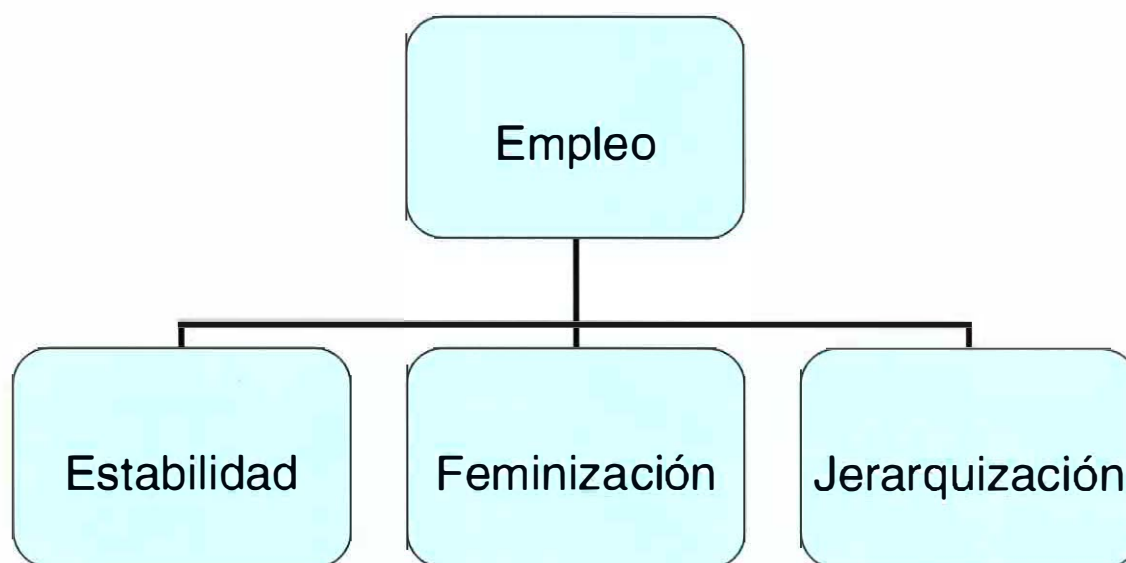
**Las categorías**

A la hora de delimitar las categorías de análisis, se busco abarcar la mayoría de los aspectos relevantes que se observaban en las entrevistas, teniendo en cuenta los datos que surgieron en la encuesta, relacionados siempre a la vida en los establecimientos rurales e intentando analizar que variables se modificaron y cuales no, a la hora de prestar un servicio turístico. El aspecto estructural del Turismo Rural se estudió a través de la inversión en reformas, la formación en prestación de servicios turísticos de los trabajadores de los establecimientos y la rentabilidad del emprendimiento, surgiendo estos datos de las entrevistas a los encargados de los establecimientos. Como se muestra en la siguiente imagen, estos conceptos se retroalimentan formando parte fundamental en los discursos de los dueños de los establecimientos.



La rentabilidad del establecimiento turístico es fundamental para su supervivencia en el mercado. Por otro lado, la inversión realizada y la prestación de servicios turísticos son claves a la hora de comenzar un emprendimiento empresarial en el rubro del Turismo. De esta forma, se observa como se relacionan estos tres componentes con el objetivo de estudiar la apuesta a largo plazo y la posible consolidación del Turismo como actividad en el medio rural. Solo existiendo solidez en esta se puede esperar que el impacto en la vida de los trabajadores rurales sea considerable.

De las categorías relacionadas directamente a la vida diaria de los trabajadores rurales, el empleo es fundamental para poder medir su situación y del estudio del mismo surgen aspectos como la zafralidad y la posible estabilidad, la jerarquización del trabajo de campo y la participación de la mujer.



Se intentó ver en que forma los actores ven jerarquizado o no su trabajo en el campo, como consecuencia de la visita de turistas. La estabilidad del empleo se enfoca a través de uno de los grandes problemas del trabajador rural, como es el trabajo zafra y las consecuencias

## De peón a guía turístico: Consecuencias del impacto del Turismo en el medio Rural uruguayo.

negativas en la cobertura social de la mayoría de los peones rurales. A su vez el trabajo femenino en el turismo rural, incide directamente en el núcleo familiar como una categoría que abarca, todos los aspectos de la vida diaria muy ligada al sentimiento de pertenencia al campo, es decir como sienten ellos y sus familias el medio rural como forma de vida.

## - Capítulo V -

### *Análisis*

#### *Un acercamiento al turismo rural*

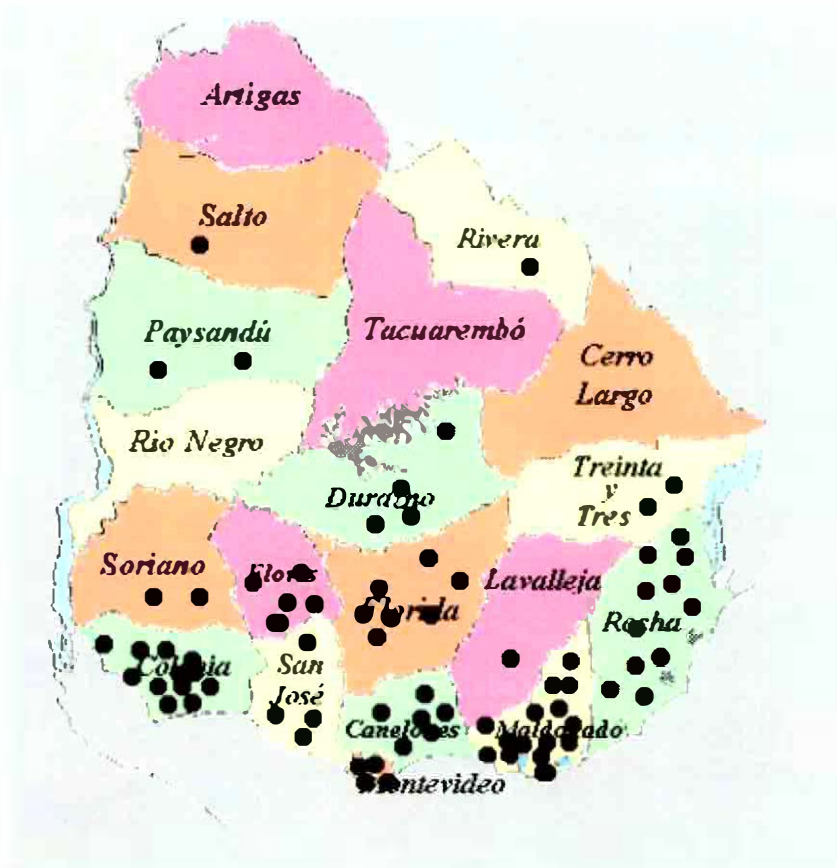
Al investigar acerca del turismo rural en el Uruguay, se realizó un relevamiento de los establecimientos dedicados a esta actividad en todo el país, con el fin de obtener un estado de situación del rubro. El número total de las establecimientos turísticas es de setenta y seis y se encuentran a lo largo de todo el territorio uruguayo, por lo que se optó en primera instancia por realizar una encuesta a todos los establecimientos, a través de la cual se obtuvo información que permitió clasificar la oferta de las establecimientos turísticas y cuantificar dimensiones para el estudio del turismo en el medio rural en el Uruguay. De esta forma, se realizó un censo, debido a que el universo de análisis es muy pequeño y no permite realizar muestras. El cuestionario (ver anexo) abordó distintos aspectos de la actividad turística en el campo, pero siempre relacionado, directa o indirectamente a los principales actores involucrados. En este análisis, a través de los cuadros univariados se marcan tendencias que sirven como complemento a las entrevistas y observaciones realizadas en los establecimientos

En un primer acercamiento, se encontró poca información sobre los servicios y muchas dificultades a la hora de contactarlos. A través de la lista de establecimientos de la página del Ministerio de Turismo, dentro de la oferta de “Establecimientos del Uruguay”, donde se encuentran todos los establecimientos registradas del país, se logró la información necesaria para el relevamiento. En la actualidad, de los setenta y seis emprendimientos inscriptos en el Ministerio de Turismo y por lo tanto habilitados a la práctica del turismo rural, veintiséis no trabajan más en el rubro. Los cincuenta restantes, son un grupo muy heterogéneo que incluye desde establecimientos con cascos antiguos, hasta granjas donde solo se puede pasar el día.

En la siguiente imagen se presentan los establecimientos que reciben turistas donde observa que la mayoría se localiza concentrados al sur del río Negro. Como se puede observa

en la siguiente imagen, los establecimientos turísticos se ubican en la cercanía de la ciudad de Montevideo, encontrándose distribuidos mayoritariamente entre los departamentos costeros (Colonia, San José, Montevideo, Maldonado y Rocha). La buena red de carreteras y la importancia del mercado montevideano facilitan el desarrollo de los establecimientos turísticos ubicados en sur y sur-este del Uruguay.

### UBICACIÓN DE LAS ESTABLECIMIENTOS TURISTICAS EN EL URUGUAY



Ante la interrogante sobre los comienzos de la actividad turística de cada establecimiento, los datos indican que la mitad de los propietarios comenzaron sus actividades a partir del año 2000. Si tenemos en cuenta que en la región, y más específicamente en Argentina; como se desarrollo en el capítulo III; tiene sus orígenes a mediados de la década del 80, Uruguay se encuentra en un reciente desarrollo. Por otro lado, la consolidación del turismo rural en Europa y

la región, dejan abierta una interrogante sobre la posibilidad que en un futuro cercano el Turismo Rural en el Uruguay llegue a los mismos niveles de crecimiento.

### **Año de comienzo de las actividades turísticas.**

<b>FECHA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Antes de 1992</b>	<b>14.0</b>
<b>Entre 1993 y 1999</b>	<b>38.0</b>
<b>Después del 2000</b>	<b>48.0</b>
<b>Total</b>	<b>100.0</b>

El turismo rural nació como actividad secundaria formando parte de la diversificación de actividades de los dueños, que tienen en general como rubro principal la actividad agropecuaria. De todos los establecimientos que se dedican al turismo, ocho de cada diez diversificaron su producción, agregando el rubro turismo, siendo tan solo dos de cada diez los que se dedican al turismo como actividad económica principal. De los dueños que diversificaron sus actividades, el 75% realizaron reformas, al igual que los que tienen al turismo como actividad principal. A su vez, en idéntica proporción entre ambos grupos, se encuentra que, nueve de cada diez permanece abierto todo el año.

Un aspecto estructural relevante son los cuartos con baño privado para los turistas, siendo un termómetro ideal a la hora de medir la calidad de la actividad, pues permiten observar un panorama general de todos los establecimientos, surgiendo de la encuesta que un tercio de los establecimientos no tiene capacidad suficiente para alojar a turistas. De esta forma queda en evidencia un factor clave para la consolidación del turismo rural en el Uruguay, que es la inversión realizada y la apuesta por parte de los dueños en este sentido. Sin una apuesta fuerte



en infraestructura y servicios se dificulta la supervivencia del Turismo Rural como nuevo producto en el mercado de servicios.

### **Cuartos con baño privado para turistas**

<b>Cuartos</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Ninguno</b>	<b>28.0</b>
<b>Entre 1 y 3</b>	<b>12.0</b>
<b>Entre 4 y 6</b>	<b>36.0</b>
<b>Entre 7 y 10</b>	<b>14.0</b>
<b>Más de 10</b>	<b>10.0</b>
<b>Total</b>	<b>100.0</b>

El aumento de personal al incursionar el empresario en el turismo rural es muy poco, observándose que la mitad no contrató nuevo personal. De los que si lo hicieron, solo uno de cada diez contrató personal con conocimientos en el área de servicios.

### **Consideración sobre la rentabilidad del Turismo Rural**

<b>Rentabilidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>NO</b>	<b>32.0</b>
<b>SI</b>	<b>68.0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>

A la hora de la visión económica de la actividad, se encuentra que cerca del 70% de los dueños que diversificaron sus rubros, considera rentable el turismo, y entre los que tienen al turismo como principal actividad esto se da en nueve de cada diez establecimientos.

Este censo realizado a los establecimientos rurales dedicados al turismo, brinda datos sobre aspectos relevantes que inciden directamente en la vida de los diferentes actores sociales del Turismo Rural. El empleo generado y la calidad del mismo, la inversión realizada a través de reformas, y la visión del dueño sobre la rentabilidad de la actividad turística en el campo, determinan la consolidación o no del rubro a largo plazo. A través de las características estructurales detalladas anteriormente, se puede obtener una aproximación a la situación del turismo rural en el Uruguay de forma de comprender mejor los posibles cambios sociales que puede o no producir el rubro en el medio rural. Una vez que se realizó la encuesta a todos los establecimientos registrados y basándose en la información surgida en la misma, se dio paso al estudio de los discursos de los actores, complementado con las observaciones realizadas en el lugar.

### ***Entrando a las establecimientos.***

El estudio de los discursos y de los informes que surgieron de las observaciones participantes, permitió encontrar aspectos y tendencias que dan una pauta del impacto del turismo en los aspectos relevantes de la vida de los trabajadores rurales. Si bien se encontraron visiones y conceptos similares entre los peones y los dueños, se diferenció el status de los actores a la hora de agrupar los discursos. El abordaje del análisis se instrumentó a través de las interrogantes planteadas en el problema de investigación donde se identificaron referencias a distintos temas en los discursos y se crearon categorías que pudieran aportar al análisis del objeto de estudio. Para codificar las entrevistas se efectuaron agrupamientos de las coincidencias en función de lo expresado por los distintos actores. Luego se agruparon en

categorías, generando de esta forma tipos de discursos, que tienen en común un cierto enfoque en referencia a los temas tratados en la investigación.

### ***El campo: ¿Un lugar de trabajo versus una forma de vida?***

Al analizar los distintos discursos, se observó que la mayoría de los dueños de los establecimientos rurales que trabajan con turistas, si bien los reciben y se encargan de la prestación de servicios, no ofician como anfitriones. No viven en los establecimientos y sienten al campo como un lugar de trabajo y como una empresa, donde el turismo es un rubro más, en la búsqueda de maximizar las ganancias. En los discursos se encuentran referencias a conceptos empresariales, tales como rentabilidad, ganancia, margen, la cual estaría indicando la intención de los dueños en obtener el mayor rédito económico. Al ser visto como una empresa, se desprende de estos discursos una búsqueda del impacto económico, para poder seguir adelante y consolidarse a largo plazo, siendo las ganancias o las pérdidas las que marcan su visión sobre el Turismo Rural.

*“Porque sabes que la producción en Uruguay, tiene que ser intensiva y extensiva, y acá en Uruguay con 200 hectáreas nos parece que es un jardín. Bueno tratamos de sacarle la mayor rentabilidad posible, a las 200 Hect.” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Ceibo”)*

Esta falta de identidad con el campo, se ve reflejada en la relación que tienen con los peones del establecimiento, existiendo desconfianza y constantes tensiones a la hora de trabajar con los turistas. El estanciero que no vive en el campo no logra coordinar efectivamente los recursos humanos del establecimiento, evidenciando el problema de ajustar el ritmo de vida del campo a las necesidades de un establecimiento turístico. Los horarios, las costumbres y el constante contacto con turistas son las principales diferencias que encuentran los peones de los establecimientos a la hora de prestar servicios.

*"Los dueños de los establecimientos estamos permanentemente con este problema del personal, con el personal estable, hay que ser muy claro con las ordenes que das, muy claro porque si no a la primera de cambio, porque el personal de campo es o muy quedado o muy mal arreado, entonces o si se queda...no es racional, un día se empacan y se van, te dejan con 25 personas y se van, pero de alguna manera bueno uno esta acostumbrado al ritmo de trabajo, yo estoy a cargo de todo acá, y estoy acostumbrada al cumplimiento de horarios, de las órdenes y en el campo es difícil que se de, hay que escribir bien las órdenes, nos llevo tiempo que ellos entendieran" (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento "El Ceibo")*

Es en este discurso donde queda en evidencia lo difícil de la convivencia a la hora de trabajar, observándose un choque entre las relaciones laborales de la ciudad y el campo. Muchos de los dueños, viven en las capitales de los departamentos y tienen sus intereses económicos en la ciudad, e intentan aplicar su forma de trabajo urbana al campo, resultando en muchos casos conflictos y desentendidos en el ambiente laboral

A su vez, se le exige al peón buena presencia y buena disposición con los turistas. De esta forma se introduce una visión urbana del trabajo al peón de campo, donde el mismo se ve obligado a adaptar sus costumbres a los requerimientos de los visitantes.

*"Bueno le enseñamos a vestirse, a estar prolijos, les exigimos que tiene que estar prolijos, el tema de no tirar papeles, de no tirar huesos, no tirar lana, el tema de la prolijidad que es un tema importante, el tema de la basura, de todos esos temas." (Entrevista realizada al dueño del establecimiento "La Quebrada")*

En la perspectiva de estos empresarios del turismo rural se desprenden referencias al Estado de forma negativa y con un algo grado de incertidumbre. Esto se da como consecuencia de la

nueva asunción del gobierno y la falta de soluciones a problemas concretos frente a los reclamos de cada establecimiento.

*“y no hay contemplación por el Estado de ningún tipo, digo los patios, la luz exterior, la luz de la caminería, ahí lo pago yo, no paga la Intendencia la luz de afuera, como te digo, son costos adicionales que son altos, y aportas como cualquier otro” (Entrevista realizada al dueño del establecimiento “La Quebrada del Castillo”)*

Por otro lado, existe un reclamo por la falta de regulación, y por la burocracia existente por parte del Estado. La característica más fuerte de este grupo es el pedido de control por parte del gobierno, como forma de consolidar la actividad turística y de hacerla rentable.

*“hay un agujero legal, que no encuentran solución, y estamos dependiendo que un día venga un loco y nos encaje una multa” (Entrevista realizada al dueño del establecimiento “La Quebrada”)*

En lo referente a la prestación de servicios, se encontró aquí diferencias entre lo expresado frente a la importancia del servicio brindado al turista y la modalidad de aplicada en los establecimientos. Esto se distingue en los dueños, donde el servicio como forma de hacer la diferencia esta muy presente aunque de forma poco profesional, y dejando de lado la formación.

*“es como todo, si no estas, si no los atendes bien, no vienen más, y se me ocurre a mí, podes tener un 5 estrellas en la playa o en el campo, pero si no tenes el personal adecuado, seguramente que no ha de marchar nada” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Ceibo”)*

Se prioriza el trato humano, y a la capacidad, casi innata, de saber como atender al cliente y de estar pendiente de lo que él quiera. Los peones reproducen de forma similar el discurso, de la importancia del servicio y de la atención que el turista debe recibir. En las observaciones realizadas en los establecimientos se comprobó que los dueños reciben a los turistas de forma informal, aunque pretendiendo siempre la mejor atención hacia el visitante.

*“No pueden creer, porque la gente que va, hasta ahora la gente que va todas han quedado encantados, además el servicio es muy bueno, porque yo hago mucho hincapié en el servicio”*  
(Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Ceibo”)

A través de los distintos discursos de los dueños de los establecimientos, queda en evidencia la falta de formación en el rubro turístico, tanto en los peones como en los dueños. Estos últimos son personas con muy poca formación, que dirigen los emprendimientos guiados por el sentido común y su experiencia personal.

*“Yo entiendo un poco la mentalidad del hombre del interior, por lo que fue mi niñez, a pesar de que nací en Montevideo, y eso me facilitó en parte tener un buen contacto”* (Entrevista realizada al dueño del establecimiento “La Quebrada del Castillo”)

Existe una constante improvisación a la hora de manejar el personal, de trabajar con los turistas, y de emprender la actividad turística. Esta modalidad de recibir al visitante es una constante en casi todos los establecimientos.

*“Bueno te cuento que nosotros aprendimos mi marido y yo primero a trabajar con los turistas, poniéndonos en el lugar del que demanda, nosotros habíamos viajado mucho y a través de nuestra propia experiencia como consumidores de turismo, y le empezamos a dar un toque*

*persona. Por otra parte no te olvides que recibimos a la gente en nuestra casa” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Ceibo”)*

Se constata que no hay demanda trabajo calificado en el turismo rural, pues no está en la agenda de los dueños. Se corroboran de esta forma los datos surgidos en las encuestas donde solo un 10% contrato personal con conocimientos en la prestación de servicios turísticos; A modo de ejemplo, las necesidades de idiomas las suplen los mismos dueños o familiares.

*“El tema idiomático yo hablo inglés, francés y sueco y con eso me arreglo... y si no mi hija cuando esta habla 3 idiomas, y mi hijo también” (Entrevista realizada al dueño del establecimiento “La Quebrada del Castillo”)*

### ***Mi hijo el peón***

En lo que respecta al empleo, en casi todas las entrevistas realizadas a los peones rurales, existen referencias a la jerarquización del trabajo de campo, pero sobre todo de la forma de vida en los establecimientos, sus costumbres, sus actividades y su cultura en general.

*“Generalmente todos quieren ver los trabajos camperos, las comidas de campo, acá eso funciona así, se les hace un puchero campero, un guiso campero, no quieren las grandes comidas de restaurante, eso es lo que ellos buscan “(Entrevista realizada al peón del establecimiento “El Ceibo”)*

El interés de los turistas por la cultura rural y por el trabajo de campo se pudo registrar en las observaciones participantes realizadas en los establecimientos donde se realizó las entrevistas. En el establecimiento “El Ceibo” los turistas entran en la cocina para presenciar las tareas y como forma de participar en la elaboración de las comidas.

De esta forma, la visión y expectativas del turismo en el medio rural por parte de los peones de los establecimientos turísticos es positiva, y refleja el posible creciente interés de los turistas urbanos por las costumbres del campo.

*“Yo creo que es una de las cosas lindas que se han creado en el campo, porque antes nosotros, porque yo también soy del campo, buscábamos y nos teníamos que ir a la ciudad, ahora es al revés, la gente de la ciudad busca el campo, y encuentras en estos lugares lo ideal, y es una fuente importante de trabajo.”*

*(Entrevista realizada al peón del establecimiento “El Silencio”)*

Esta valoración se observa también en los discursos de los dueños, reconociendo el interés que despiertan las actividades de campo en el visitante. De esta forma, se registró – a través de la observación participante- un mayor reconocimiento por parte de los dueños frente a las tareas de clásicas del campo. En los establecimientos “El Charabón” y “El Silencio” se prioriza las actividades tradicionales del campo para que los turistas puedan observar las mismas.

*“La parte que los turistas participan y les encanta es la de ayudar a los peones, ayudar no digamos participar, cuando se junta ganado, cuando se marca, cuando se separa, eso les encanta, y ahí tiene contacto con el capataz, y con los peones” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Charabón”)*

El medio rural, además de la creciente jerarquización de las actividades de campo, esta experimentando mejorías en las condiciones de trabajo, como consecuencia de diferentes variables. Esto se refleja en el informe de Walter Cancela y Alicia Melgar sobre el medio rural donde plantean un notorio aumento de la calidad de vida de los habitantes del interior rural, en aspectos fundamentales como la alimentación, el abastecimiento de agua, la precariedad de la



vivienda y la educación. Si bien el Turismo no tiene incidencia directa en estos cambios, potencializa los mismos, acompañando la nueva realidad del campo uruguayo.

El peón del establecimiento turístico siente mejora en algunos aspectos personales, como ser la vestimenta y la presencia. Esto se pudo constatar en las observaciones realizadas en los establecimientos, donde los peones que tenían contacto con los turistas recibían uniforme.

*“Si antes no había que pensar en la vestimenta, y ahora hay que estar bien vestido digo, presentable, no, para que la gente quede conforme” (Entrevista realizada a un peón del establecimiento “La Quebrada del Castillo”)*

En algunos casos la mejora es también de forma monetaria, siendo una motivación más para brindar un buen servicio.

*“cuando tengo grupos importantes les doy una participación a todos, es una forma de agradecimientos y a mí me gusta que cuando me va bien a mí le vaya a todos, económicamente” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Charabon”)*

### ***El rol de la mujer***

El turismo rural se manifiesta como una actividad donde la mujer desempeña un papel importante, tanto a nivel gerencial como en el ámbito de los peones rurales. De los establecimientos entrevistados, en el rubro turístico más de la mitad son dirigidos por mujeres.

*“Y después de determinado momento, con los hijos ya mayores, me busque una actividad mía, que complementara mis actividades en el campo, y al abrir la casa y compartir todo lo que el campo tiene de precioso, me pareció una actividad divina, y muy enriquecedor a nivel personal” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “San Martín del Yí”)*

Si bien este hecho no se puede generalizar, al realizar la encuesta telefónica se identificó un número importante de establecimientos turísticos dirigidos por mujeres. En otros casos, las mujeres de los dueños se dedican exclusivamente al rubro turístico, quedando en sus manos todo lo referente a la prestación de servicios a los visitantes. Al visitar los establecimientos, se constató una importante presencia de mujeres trabajando en distintas tareas relacionadas a la atención del turista.

*“Yo planifico todo, además allá tienen camioneta y cuando hace falta algo lo van a buscar. Ya cuando vienen los turistas yo les hago el plan, les digo día por día desde el desayuno al té, todo lo que tienen que cocinar” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Charabón”)*

En el ámbito de los peones, se constata un aumento de la presencia del trabajo femenino en los establecimientos rurales. Este hecho se ve reforzado en el trabajo sobre el medio rural de Diego Piñeiro<sup>25</sup>, donde se destaca el incremento de las trabajadoras asalariadas en el campo. Las tendencias del medio rural latinoamericano es una feminización de la fuerza de trabajo rural donde esta pasa de representar el 7% al 16% en pocos años. Si bien esta se duplica, aún representa una proporción menor en la PEA rural total. Hay más trabajo para las mujeres remunerado en general, y el turismo rural genera la posibilidad de que la mujer permanezca en el campo.

*“Yo tengo una cocinera fantástica que es la señora del casero” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Charabón”)*

De esta forma se convierte en una forma de crear cierta estabilidad en el trabajo rural, empleando la mano de obra femenina, que antes quedaba apartada de los trabajos en el campo. En las entrevistas realizadas, se constata efectivamente una importancia creciente del empleo

---

<sup>25</sup> Piñeiro, D “Población y trabajadores rurales en el contexto de transformaciones agrarias” (Pág. 26)

femenino, sobre todo en lo que respecta al servicio de los turistas. La mujer encuentra su espacio en el campo, ocupando un papel importante y remunerado en los establecimientos rurales que se dedican al turismo.

*“...Yo vivo acá, yo y una compañera... que es la que se encarga de la cocina, somos 2 de los 4 permanentes que vivimos acá....después cuando vienen todas estas fiestas, cuando viene gente, se traen mozo y todo eso” (Entrevista realizada a un peón del establecimiento “El Silencio”)*

Se encuentra valorizado el papel de la mujer rural, tanto en las esposas de los peones como entre las esposas de los dueños con las habituales diferencias. En ambos casos la prestación de servicios les abre una oportunidad para poder trabajar en la establecimiento. En el caso de las esposas de dueños, encuentran una actividad propia a través del turismo siendo en la mayoría de los casos las encargadas de este rubro en los establecimientos. Mientras que para la mujer del peón de campo, se abre una posibilidad en la prestación de servicios y en la gastronomía

### ***El trabajo zafra***

En el medio rural, los distintos ciclos productivos llevan a que muchos peones trabajen de forma zafra, con todas las consecuencias en materia de falta de beneficios sociales que ello implica. El turismo rural, lejos de ser una única solución al tema del trabajo zafra, tiene todo el potencial para albergar a trabajadores durante muchos meses del año, complementando las tareas de prestación de servicios con la de mantenimiento de los establecimientos. Se observa que el turismo rural no impacta en la calidad del empleo, siendo zafra y de baja capacitación

*“siempre tenemos un grupo itinerante que va a trabajar, una ayudante de cocina, un hombre campo, generalmente buscamos gente de la zona, pero no termina siendo un trabajo estable” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Ceibo”)*

De acuerdo a las características el peón rural generalmente posee poca preparación formal pero encuentra más posibilidades de trabajar, y de combinar los trabajos zafrales. De esta forma, se convierte en un trabajo más, pero que no compite con los ciclos de producción del campo. El trabajador rural que combina ambas actividades, genera de esta forma una cierta “estabilidad” laboral. Esto se ve consolidado con la encuesta realizada telefónicamente a todos los establecimientos dedicados al turismo rural de donde se desprende que en su gran mayoría no se contrata trabajadores especializados en la prestación de servicios turísticos. Sin embargo, sí se ve incrementado el trabajo en las tareas que exigen menor preparación. Estos trabajos son zafrales, pero a diferencia del trabajo clásico de campo, no depende pura y exclusivamente de los tiempos de producción complementándose con otros trabajos zafrales, y permitiendo la permanencia del peón en el establecimiento. Lejos de ser una solución definitiva, es un paso previo para la contratación estable trabajador, ya que se justifica su presencia en el establecimiento convirtiéndose en polifuncional, rotando en distintas actividades a lo largo del año.

### ***¿Y el futuro?***

Encontramos en general una visión positiva del Turismo Rural, tanto en los discursos de los peones como en el de los dueños. Estos últimos son en definitiva los que los que deciden el rumbo de la actividad a través de inversiones en infraestructura y formación. Esta tendencia se corrobora con los datos surgidos de la encuesta telefónica donde un 68% considera al Turismo Rural una actividad rentable.

*“Creo que va ir creciendo, porque es decir, es un tipo de turismo que a uno no le cuesta tanto esfuerzo, como es una actividad secundaria, se creó otro rubro...”(Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “San Martín del Yí”)*

A su vez lentamente los dueños de los establecimientos comienzan a percibir el desarrollo de la actividad a través de la creciente importancia en el mercado turístico.

*“Todo eso.... entonces veo que la cosa esta instalada en el mercado, antes las agencias de viajes no te daban bolilla, y ahora las agencias te vienen a buscar, y la prensa se interesó un poco más” (Entrevista realizada a la dueña del establecimiento “El Ceibo”)*

Los peones, comparten la óptica optimista del Turismo Rural, y el impacto positivo en la vida del trabajador rural, sobre todo desde el punto de vista laboral, donde se amplía la posibilidad de trabajar en el campo.

*“Yo creo que es una de las cosas lindas que se han creado en el campo, porque antes nosotros, porque yo también soy del campo, buscábamos trabajo y nos teníamos que ir a la ciudad, ahora es al revés, la gente de la ciudad busca el campo, y encuentra en estos lugares lo ideal, y es una fuente importante de trabajo, por que es tan difícil” (Entrevista realizada al peón del establecimiento “El Silencio”)*

Más allá de la idealización que pueda existir en algunos discursos y lo reciente de la actividad en el Uruguay, las distintas visiones son importantes a la hora de estudiar las tendencias y el camino a seguir por el Turismo Rural en el Uruguay.

## **- Capítulo VI -**

### ***Conclusiones***

En la realización de esta monografía se ha pretendido describir la situación del Turismo Rural y su impacto en la vida de los distintos actores, planteándose desde un enfoque exploratorio y dejar planteadas algunas tendencias que han surgido en la investigación.

El primer acercamiento a los establecimientos muestra la precariedad del rubro. Del análisis de las encuestas realizadas a los cincuenta establecimientos inscriptos en el Ministerio de Turismo que están funcionando, quedan en evidencia las debilidades del producto /mercado "Turismo Rural".

Lo reciente de la actividad, marcada por la crisis del 2002, muestra que el Turismo Rural en el Uruguay se encuentra atrasado en materia de infraestructura y formación, en comparación con los países de la región y el mundo. El Uruguay cuenta con una infraestructura básica en la mayoría de los casos, registrándose que un tercio de las establecimientos no tiene cuartos con baño privado para alojar a los turistas. Estos establecimientos ofrecen paseos por el día, limitando la visita a turistas de la zona y dificultando su supervivencia en el mercado. A su vez se ha visto reducido de forma importante el número de los establecimientos que reciben a turistas, donde de un total de setenta y seis establecimientos inscriptos en el Ministerio de Turismo, cuarenta y cinco funcionan de forma regular todo el año.

Una de las principales debilidades de rubro se observó en la convivencia de entre el campo como un lugar de trabajo y como una forma de vida, existiendo una constante referencia de los dueños sobre los problemas generados con el personal de campo y su adaptación a los ritmos laborales que requiere el Turismo. Como contrapartida, no se encuentra en la agenda de los dueños la formación en la prestación de servicios del personal ni la contratación de trabajadores calificados en la materia. Para poder explotar al máximo todo el potencial de estos nuevos yacimientos, es necesario que se estimule la formación profesional para que pueda realmente convertirse en una fuente de empleo más estable. Las grandes debilidades

encontradas, son la escasez de oferta de calidad internacional, la escasa capacitación y motivación que poseen los dueños a la hora de realizar inversiones en materia de formación.

Al indagar sobre el impacto en la vida de los distintos actores sociales, se observa que los peones ven su trabajo jerarquizado y valorado. Se trata en definitiva de revalorizar los recursos locales y complementarlos, sean estos, productos, actividades tradicionales u otras relativamente novedosas. Esto permite además evitar la pérdida continua de población del sector rural e incluso incorporar a la mujer con un papel mucho más activo dentro del sector como consecuencia del aumento de posibilidades para la mujer al interactuar con los turistas. De esta forma los empleos en el área de servicios, ya sean gastronómicos o de servicios de proximidad son los que mayor potencial tienen con el turismo. En este sentido, la mujer rural tiene más trabajo y por lo tanto el núcleo familiar recibe mayores ingresos creándose una mayor estabilidad laboral y una considerable mejora en la calidad de vida

En lo referente al trabajo zafra observamos que según la encuesta, la mitad de los establecimientos no contrató personal nuevo, pero si utilizó el disponible, generando nuevas actividades para el peón rural. El aspecto del trabajo zafra, es una realidad del campo uruguayo y el turismo rural no escapa a esta característica. En los establecimientos que reciben turistas, esta actividad, les brinda la posibilidad a los peones de mantenerse más tiempo en un mismo establecimiento y no depender de la zafra agropecuaria, generando otro tipo de trabajo y en algunos casos convirtiéndose en un trabajador polifuncional. Una fuente importante de empleo, son los trabajos en la construcción, ya sea arreglando un casco de establecimiento o construyendo casas para los turistas. Al quedar expuestas a los ojos de los turistas, las viejas casas de campo han mejorado su apariencia, a través de reciclajes o aumento de las comodidades de los cascos. Al construir baños o agregar cuartos, se genera trabajo de forma directa o indirecta a muchos pobladores de la zona.

### *Perspectivas a futuro*

Se observa en general una visión positiva del turismo rural en la encuesta realizada a la hora de preguntar sobre la rentabilidad del rubro, esta tendencia se corroboró en el análisis de los discursos tanto de los dueños de los establecimientos como de los peones rurales. De todos modos, más allá de la visión subjetiva de los actores del rubro, podemos decir si bien el turismo rural tiene un potencial como producto. En la actualidad, si bien la demanda va en aumento y existen ofertas de jerarquía internacional, en promedio, el turismo rural es más un producto en desarrollo que consolidado. La posible fluctuación de las preferencias del público urbano y la dificultad de invertir en infraestructura y servicios, dejan planteadas preguntas sobre la durabilidad de esta “moda” del turismo rural. Para impulsar su desarrollo, hay que fomentar las inversiones en formación de los empresarios y trabajadores destinadas a la obtención de la capacidad necesaria para la creación, crecimiento y mejora de la competitividad de los emprendimientos. Al existir una falta de compromiso en la regulación del rubro, y una dificultad a la hora de desarrollar estrategias en común, debería existir una intervención “pacífica” en el sector por parte de las autoridades estatales, posibilitando de esta forma su expansión y consolidación

Debido al alcance de la investigación realizada y a lo reciente del turismo rural, no se pueden generalizar las conclusiones ni aseverar las tendencias registradas en el análisis. La importancia del turismo como actividad generadora de empleo en el mundo, y su impacto en las sociedades donde se consolida, deja planteada la interrogante de hasta que punto el impacto del turismo en el medio rural uruguayo es a largo plazo, siendo interés de esta investigación que las observaciones registradas en esta monografía sirvan como base y antecedentes para futuros estudios que pretendan profundizar sobre el tema estudiado.



## - Capitulo VII -

### *Bibliografía consultada*

---

- Beck, Ulrich . Un nuevo mundo feliz, Editorial Paidós Barcelona, 1999.
- Borrego Huerta, Ángel, Correo bibliotecario nº 36, Madrid, 2000.
- Cancela Walter, Melgar Alicia, “El Uruguay rural: cuarenta años de evolución, cambios y permanencias”, ClaeH, Montevideo, 2004.
- Carabaña, J. “Títulos contra el paro.¿Protegen los estudios del desempleo la, Argentina, 2000.
- Cinterfor, El diseño de familias profesionales en Turismo, Buenos Aires, 1999.
- Chacon, Lorenzo, Nuevos Yacimientos de Empleo, presentado en unas Jornadas realizadas en el País Vasco sobre los nuevos yacimientos de empleo en octubre 1996, Madrid.
- Cook, T. D y Reichardt, Ch. S., Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativo, Editorial Morata, Madrid, 1998.
- Delgado, Juan, Los Nuevos Trabajos que se Imponen, Número 135 / Domingo 26 de julio de 1998, diario el Mundo España.
- El Libro blanco, Crecimiento, competitividad y empleo, Trabajo realizado para Comunidad económica europea, 1993.
- Espino Alma, “El desempleo en el Uruguay, 1991-2002” Instituto de Economía. Montevideo, 2003.
- Fernández, Guillermina y Ramos, Aldo, Turismo, desarrollo sustentable y globalización, Trabajo realizado para Universidad del Centro, Buenos Aires, Argentina, 2000.

- Finch Henry "Historia económica del Uruguay contemporáneo" Banda Oriental, Montevideo, 1995.
- Freiria Carballo, Gonzalo A., Exposición en el congreso sobre turismo rural realizado en Asunción en el año 1998.
- García Ramón, Geografía Rural, Madrid, 1995.
- Gorz, Andre, Metamorfosis del Trabajo, Editorial Sistema, Madrid 1995
- Mailhos, Victoria. Datos recopilados para la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural en su calidad de asesor técnico. 2000.
- Mazo, Estela. Cambios en la sociedad, nuevos trabajos. Madrid.
- Merton Robert, "Teorías y Estructuras sociales" FCU n° 100, Uruguay.
- Olesker, D. "Transformaciones en el mundo del trabajo" en [www.mtss.gub.uy](http://www.mtss.gub.uy).
- Piñeiro Diego "Treinta años de Sociología Rural en América Latina". Montevideo: Alasru:FCS.
- Piñeiro Diego, "*Nuevos y No Tantos. Los Actores Sociales para la Modernización del Agro Uruguayo*". Montevideo: CIESU/EB●
- Piñeiro Diego, "Los trabajadores rurales en el Uruguay: principales tendencias" Ponencia presentada en el V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología Rural, Chapingo, México, 1998.
- Piñeiro Diego, "Población y trabajadores rurales en el contexto de transformaciones agrarias", FLACS●, Buenos Aires, 2001.
- Piñeiro Diego "Formas de resistencia de la agricultura familiar", CIESU, Montevideo, 1985.
- Simmel G. "Sobre la aventura y otros ensayos filosóficos", Península, Barcelona, 1998.
- Supervielle Marcos, Quiñones Mariela, "La instalación de la flexibilidad en Uruguay". Dep. Sociología, FCS, documento de trabajo n° 45. 1998.
- Veblen "Teoría de la clase ociosa", Alianza, Madrid. 2004.

- Verardi Fialho Marco. “Turismo rural y el empleo rural no-agrícola”  
[www.revistainterforum.com](http://www.revistainterforum.com) Brasil, 2002.
- [www.turismo.gub.uy](http://www.turismo.gub.uy)
- [www.bcu.gub.uy](http://www.bcu.gub.uy)
- [www.mcx.es/turismo/infopais/uruguay/uruguay.htm](http://www.mcx.es/turismo/infopais/uruguay/uruguay.htm)
- [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)