

GRUPO
RADAR
INTELIGENCIA DE MERCADO

1^{er} Observatorio Económico de Maldonado
Módulo I - Desk research

Diciembre de 2020



Descripción

- El Módulo I o “desk research” tuvo como objetivo realizar una recopilación de información lo más amplia posible sobre indicadores del nivel de actividad económica del departamento de Maldonado.
- La recolección se centró en la búsqueda de información de interés para la Universidad Católica del Uruguay (UCU), el Centro Universitario Regional del Este (CURE), la Cámara Empresarial de Maldonado, el Bureau de Punta del Este y la Intendencia Departamental de Maldonado (IDM).
- A partir de ese interés se ordenaron los temas definiendo el organismo público y/o privado que podían aportar los datos, comenzando de esa manera el proceso de recopilación.
- Se capacitó a los representantes de las diferentes gremiales en la recolección y armado del presente informe para que sean capaces de reproducirlo en próximas instancias.
- El campo se desarrolló entre los meses de octubre y diciembre de 2020.

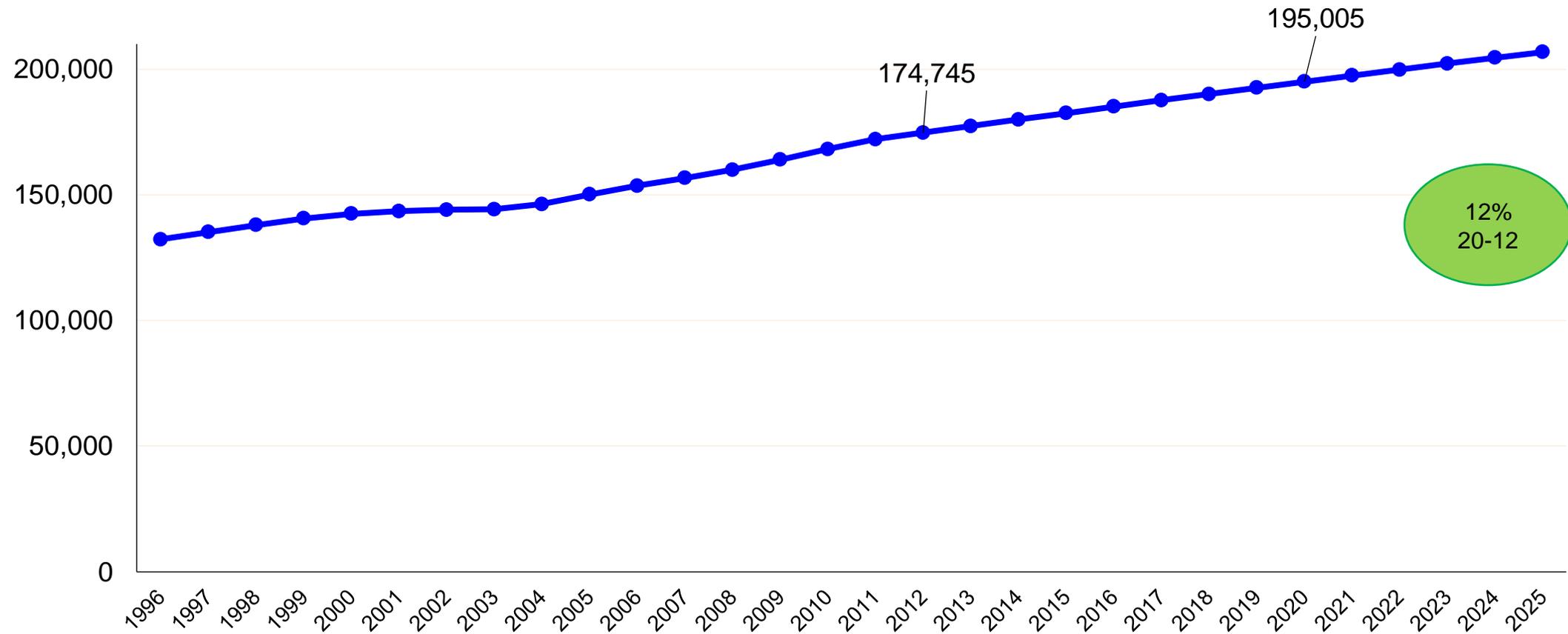


Población
y educación

Población estimada y proyectada por año (1)

Población estimada y proyectada a junio de cada año. Desde 1996 a 2025.

(FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE) – Estimaciones y proyecciones de población (revisión 2013).)

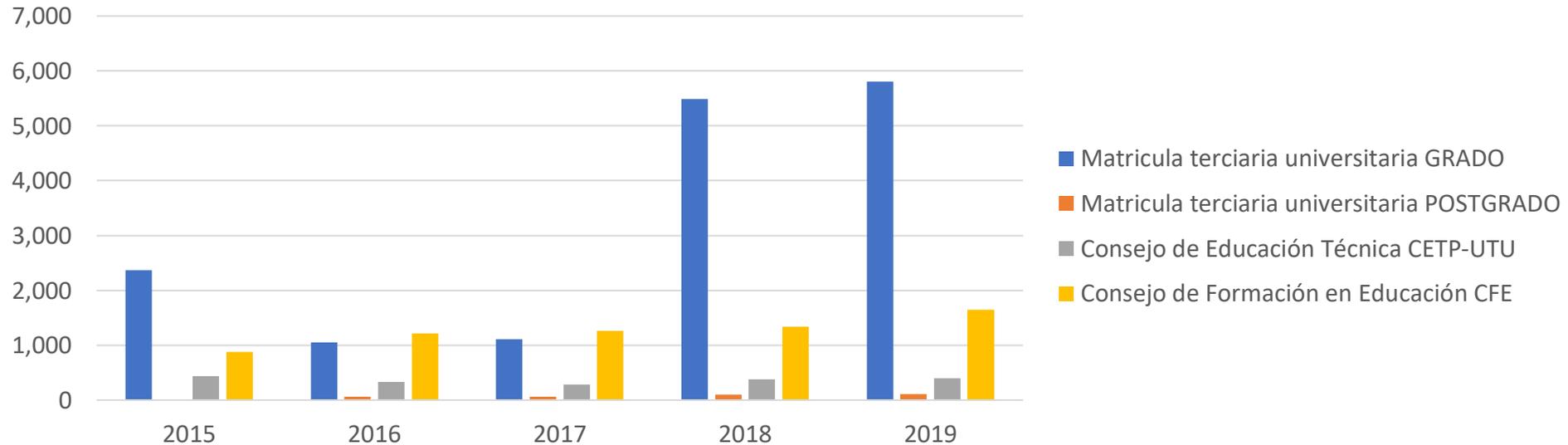


- Período 1996-2011 estimaciones intercensales de población.
- Período 2012-2025 proyecciones de población.

Evolución de la Educación Terciaria en Maldonado

Evolución de la matrícula terciaria en Maldonado entre 2015 y 2019.

(FUENTE: Anuarios Ministerio de Educación y Cultura (MEC). Cuadros Cuadro II-7.1.1, II-5.1.1 y II-6.1.1)



- En 2016 hay un cambio en la metodología de conteo de la matrícula del CFE.
- Matrícula considerada como el número de personas inscriptas para cursar al menos una materia de las carreras que se ofrecen en el CFE.

Notas:

- *Años 2016 y 2017 no hay datos de Udelar
- Al momento de la elaboración del informe faltaban reportar matrícula correspondiente al 2019 de dos instituciones universitarias.
- La expresión “Estudiantes” hace referencia a relaciones entre personas e instituciones y no al conteo de personas físicas. De manera que una persona puede ser estudiante de más de una institución o región, ostentando en cualquiera de ambas categorías inserciones múltiples y en cada caso será contada como personas diferentes.
- Matrícula: Según Res. N°15 del CDC de fecha 23/10/12, se entiende por Estudiante Activo por Carrera a los estudiantes que registran alguna actividad de rendición de curso o examen en los últimos dos años calendario consecutivos anteriores, en cualquier unidad curricular básica de la carrera, más la generación de ingreso a la carrera en el año dado. (Se incluyen en esta categoría los niveles de formación y certificaciones contemplados en la ordenanza de grado.)

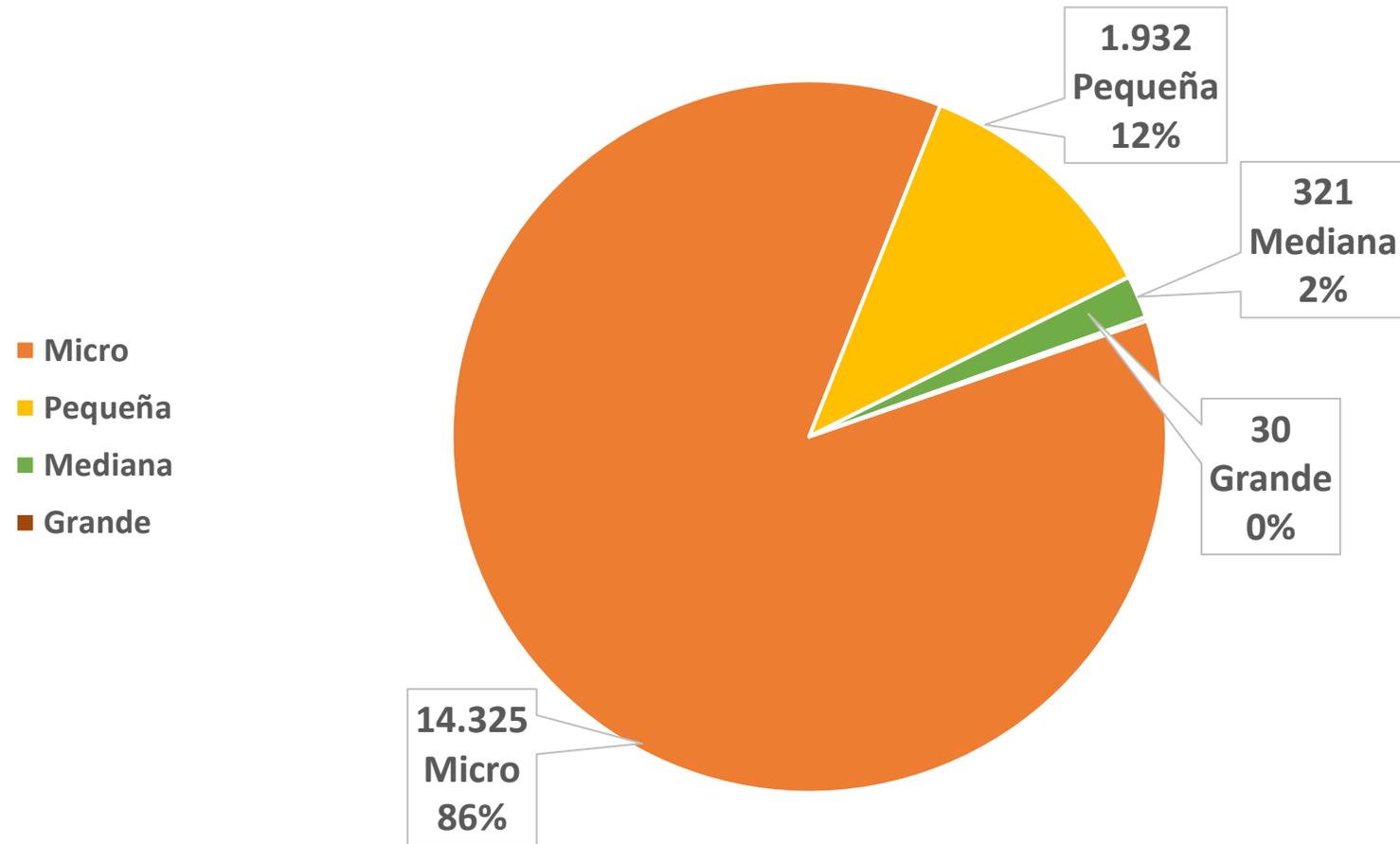


Empresas
y trabajo

Distribución de las empresas según tamaño (número de empleados) (1)

Cantidad de empresas en total y por tamaño CIIU IV

(FUENTE: Procesado por la representación empresarial de BPS. CD-ATYR BPS. Datos agosto de 2020.)

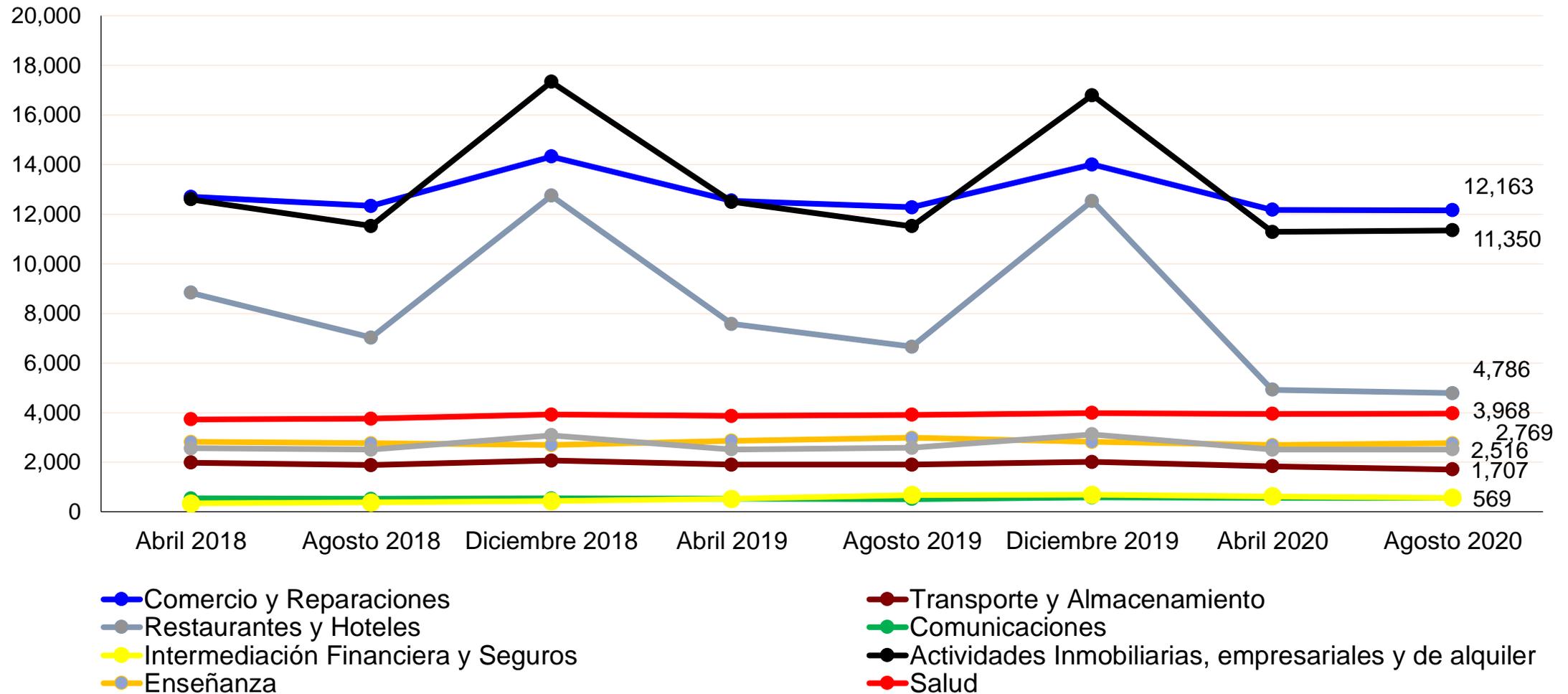


Tamaño de las empresas: Micro (hasta 4 trabajadores), Pequeña (5 a 19), Mediana (20 a 99) y Grande (100 y más)

Evolución de la cantidad de PUESTOS DE TRABAJO en el rubro Comercio y Servicios (1)

Cantidad de puestos de trabajo por sector de actividad CIIU IV del rubro Comercio y Servicios

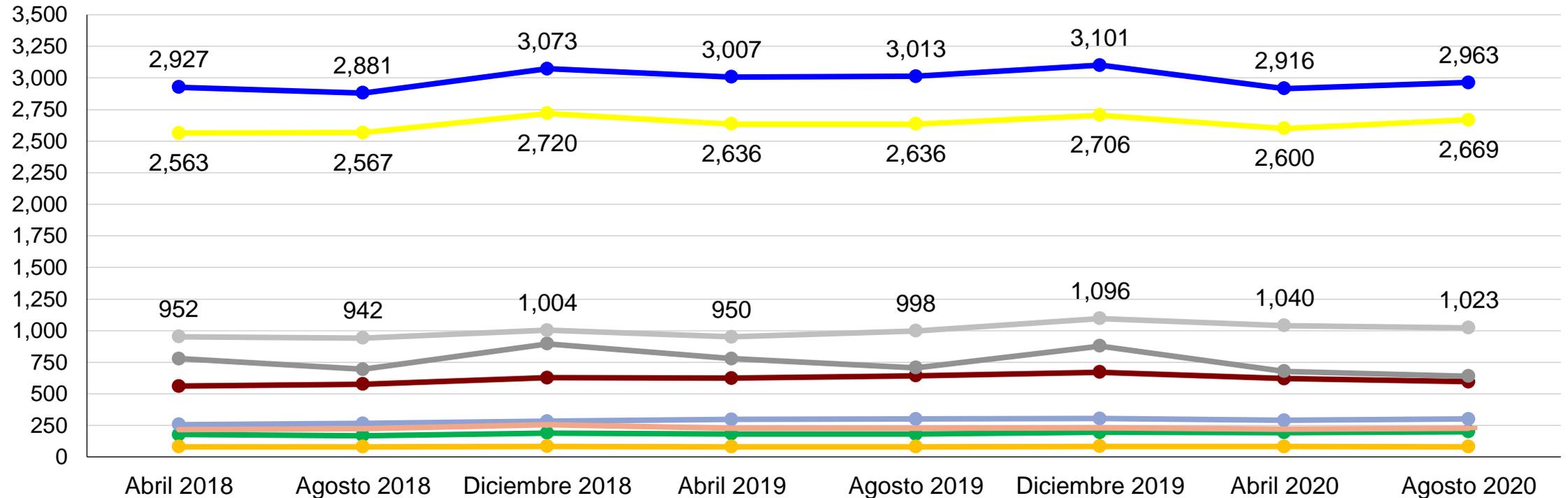
(FUENTE: Procesado por la representación empresarial de BPS. CD-ATYR BPS. Datos de abril, agosto y diciembre de 2018, 2019 y abril, agosto de 2020.)



Evolución de la cantidad de EMPRESAS del rubro Comercio y Servicios (1)

Cantidad de empresas por sector de actividad CIIU IV del rubro Comercio y Servicios.

(FUENTE: Procesado por la representación empresarial de BPS. CD-ATYR BPS. Datos de abril, agosto y diciembre de 2018, 2019 y abril, agosto de 2020.)



- Comercio y Reparaciones
- Restaurantes y Hoteles
- Intermediación Financiera y Seguros
- Enseñanza
- Entretenimiento y otros servicios

- Transporte y Almacenamiento
- Comunicaciones
- Actividades Inmobiliarias, empresariales y de alquiler
- Salud

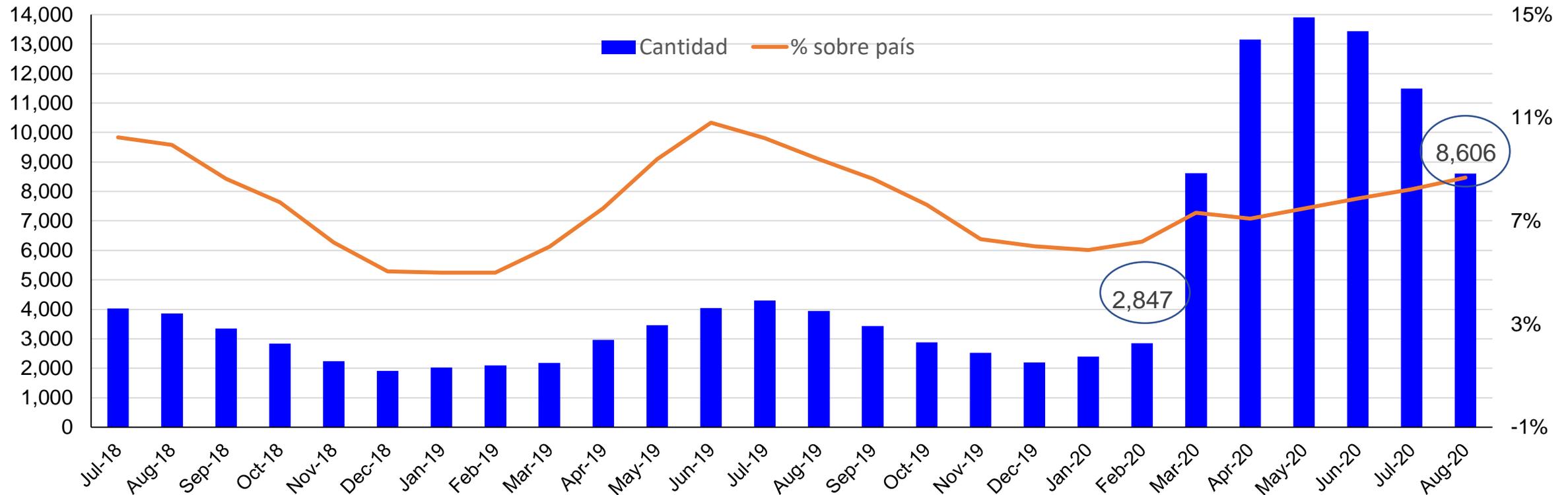


Desempleo

Subsidio de desempleo (1)

Cantidad de personas con subsidio de desempleo en Maldonado y porcentaje de participación de Maldonado sobre el total del país.

(FUENTE: Procesado por la representación empresarial de BPS. CD-ATYR BPS)



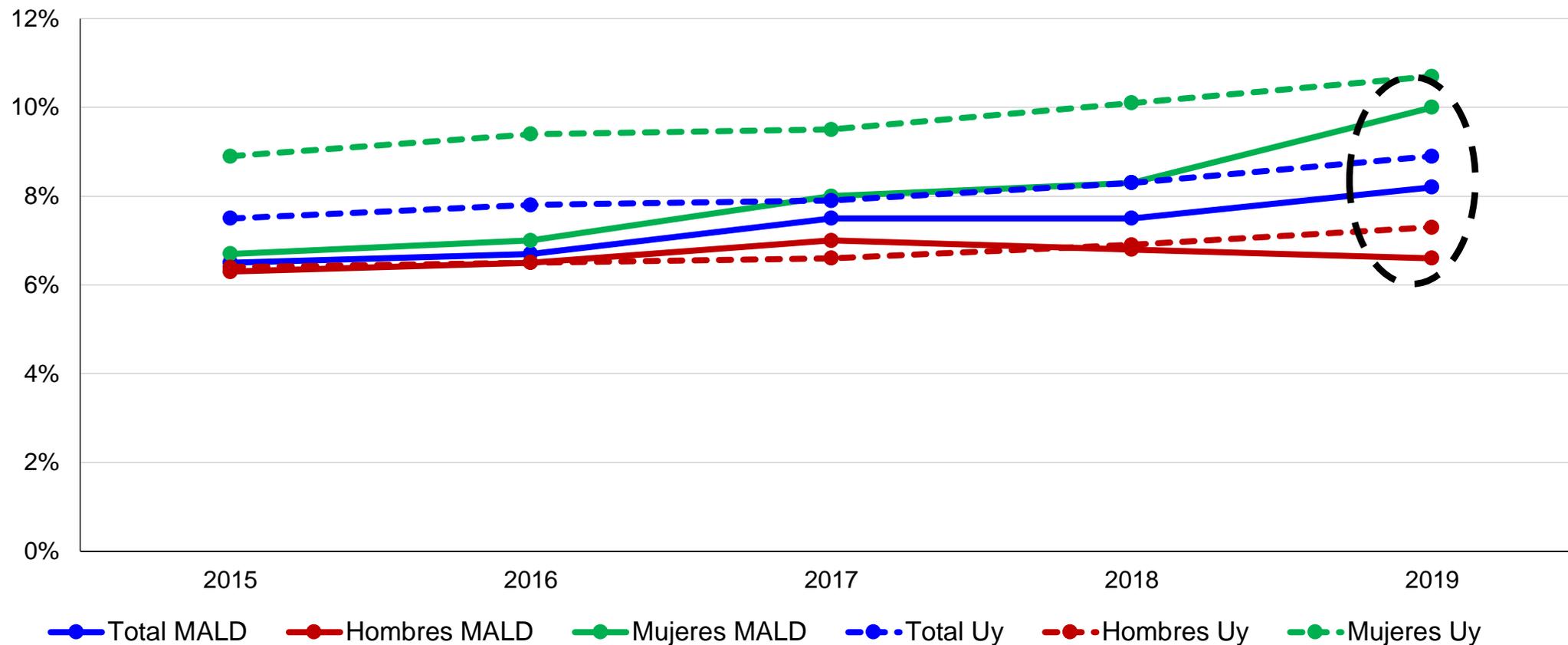
Nota: A partir de febrero 2020 el dato de beneficiarios incorpora la modalidad de "pagos instantáneos", los cuales no eran contemplados en los informes anteriores.

En el eje izquierdo se ve la cantidad de personas enviadas a seguro de paro en Maldonado. En el eje derecho se ve el % que representan esas personas en el total de los seguros de paro de Uruguay

Evolución de la tasa de desempleo

Tasa de desempleo anual: Cociente entre la población desempleada y la población activa (población ocupada y población desocupada o en seguro), en porcentaje. Datos para el dpto. de Maldonado y a nivel país.

(Fuente: ECH - INE)



Se observa que la tasa de desempleo en Maldonado tiende a ser más baja que a nivel nacional y que hay un aumento entre 2019 y 2018 en el total y mujeres en el departamento.

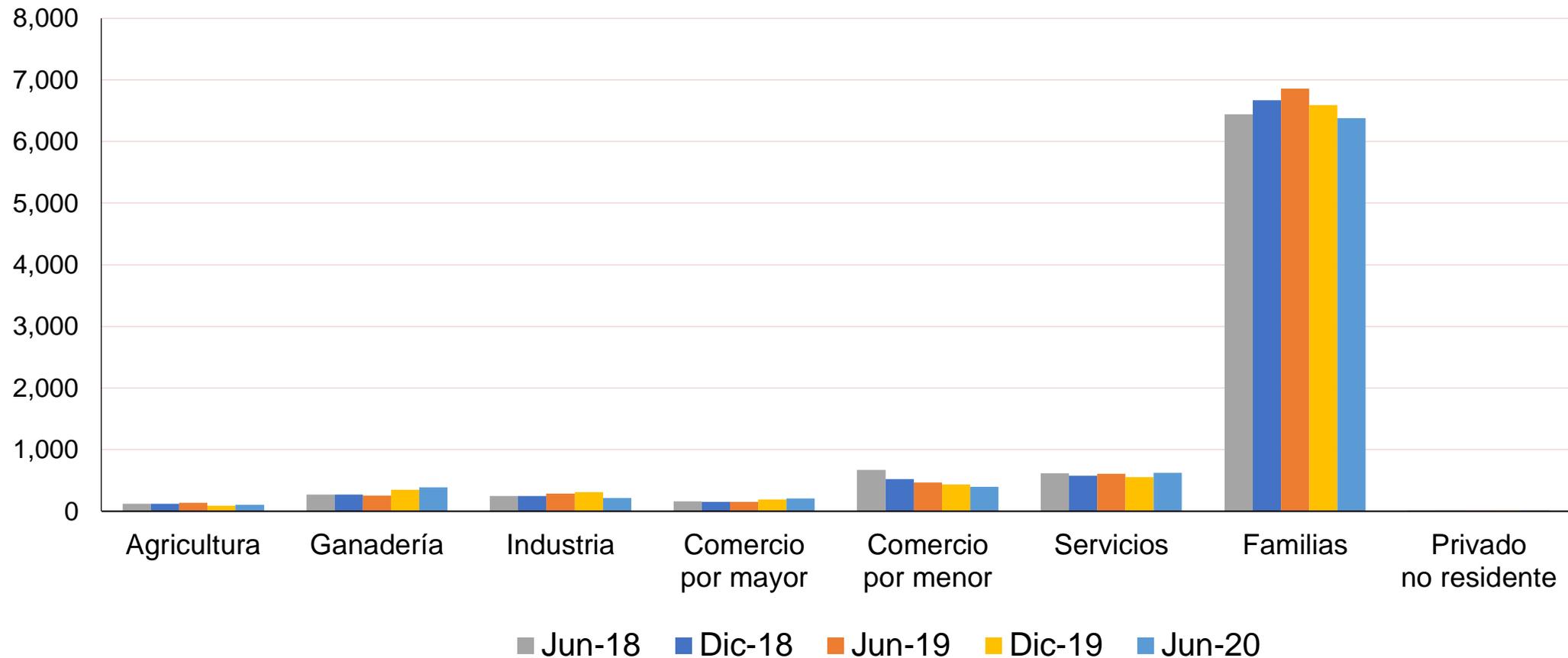


Créditos
por sector
de actividad

Créditos por sector de actividad (1)

Créditos por sector de actividad en el departamento de Maldonado. Datos en millones de pesos uruguayos.

(FUENTE: Superintendencia de Instituciones de Intermediación Financiera - BCU)





Emprendedurismo
e innovación

Beneficiarios ANII por categoría

Beneficiarios ANII por categoría desde el 2009 al 2019 de Maldonado.
(FUENTE: Agencia Nacional de Investigación y Innovación (ANII))



Fondos no reembolsables a emprendedores

Fondos no reembolsables a emprendedores y culturales de Maldonado entre los años 2018 y 2020.

(FUENTE: Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE))

Canti- dad	Año	Título	Monto total pesos	Importe Aprobado Subsidio	Aporte Empresas	Instrumento
1	2018	Innovaton	244.000	219.600	24.400	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
2	2018	Desafío I+I 2018	226.444	203.800	22.644	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
3	2018	Semilla-0077/2018 - Yo Calculo	800.000	640.000	160.000	Semilla ANDE
4	2018	Semilla-0095/2018 - Mimoka	800.000	640.000	160.000	Semilla ANDE
5	2018	Semilla-0100/2018 - Kolor	800.000	640.000	160.000	Semilla ANDE
6	2018	Semilla-0101/2018 - Kolor	800.000	640.000	160.000	Semilla ANDE
7	2018	Empoderar a las mujeres a emprender	244.444	220.000	24.444	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
8	2018	KIT DE HERRAMIENTAS PARA TALLERES DE EMPREND	244.444	220.000	24.444	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
9	2018	Huellas. Emprendiendo con impacto positivo	243.850	219.465	24.385	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
1	2019	Capacitación en medición e inversión de impacto	288.889	260.000	28.889	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
2	2019	Despegados 2019	288.889	260.000		Fomento a la Cultura del Emprendimiento
3	2019	Despegados 2019	260.000	260.000		Fomento a la Cultura del Emprendimiento
4	2019	Te Salvé - El EJI 2019 1 155038	968.750	775.000		Semilla ANDE
5	2019	Bungee Jumping Piripolis	968.750	775.000		Semilla ANDE
6	2019	Semilla-0101/2018 - Kolor	968.750	775.000		Semilla ANDE
7	2019	ERE Maldonado	5.400.000	4.500.000	900.000	Ecosistemas Regionales de Emprendimientos
8	2019	El Silente	969.000	775.000	194.000	Semilla ANDE
9	2019	Bendita Kombucha	969.000	775.000	194.000	Semilla ANDE
10	2019	La Apila - Productos cosméticos de Oliva	968.750	775.000	193.750	Semilla ANDE
11	2019	El Silente	968.750	775.000	193.750	Semilla ANDE
1	2020	Innovaton 2020	288.889	260.000	28.889	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
2	2020	Despegados Maldonado 2020	288.889	260.000	28.889	Fomento a la Cultura del Emprendimiento
3	2020	Celiciosos	968.750	775.000	193.750	Semilla ANDE
4	2020	Serena Blues. Viajes que transforman.	968.750	775.000	193.750	Semilla ANDE
5	2020	Loto Probiotico	968.750	775.000	193.750	Semilla ANDE
6	2020	Order Eat	968.150	775.000	193.150	Semilla ANDE
7	2020	Impactate!	288.889	260.000	28.889	Fomento a la Cultura del Emprendimiento

27 proyectos

3 años

Apoyo a emprendedores, fomento a la cultura emprendedora y fortalecimiento del ecosistema emprendedor

\$ 18.227.865

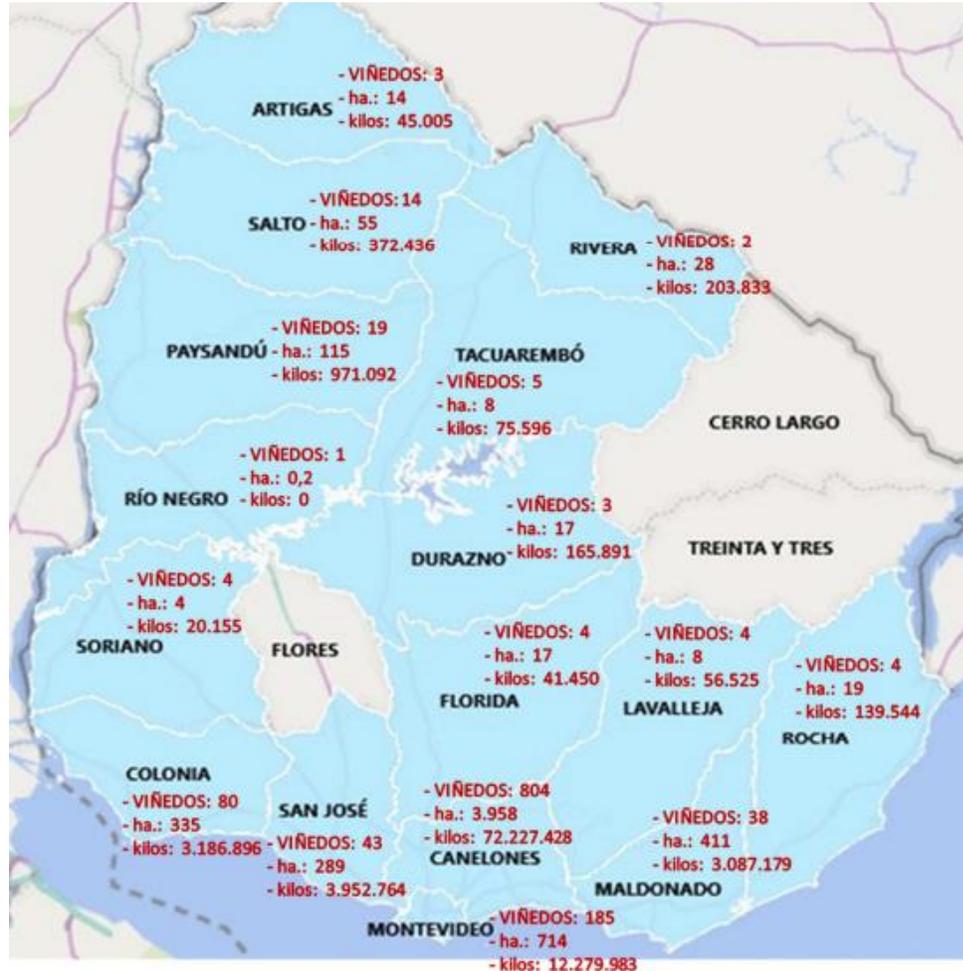


Sectores
vinícola,
oleícola y apícola

Producción vitivinícola y posición nacional (1)

Superficie y producción vitivinícola a nivel nacional.

(Fuente: Estadísticas de viñedos 2020 - Datos Departamentales – I.NA.VI)



#	Departamento	Superficie (ha)	Producción Kg	% Prod. Kg
1	Canelones	3.958	72.227.428	75%
2	Montevideo	714	12.279.983	13%
3	Colonia	335	3.186.896	3%
4	San José	289	3.952.764	4%
5	Maldonado	411	3.087.179	3%
6	Paysandú	115	971.092	1%

Producción de Olivos

Explotaciones, superficie, producción Olivos 2020

(Fuente: MGAP – DIEA, censo de productores de olivos 2020. Zafra 2019/2020)

Zona	Departamento	Explotaciones	Superficie total de montes de olivos (ha)	Superficie total efectiva (ha)	Superficie efectiva regada (ha)	Producción total de aceitunas (kg)	Producción total procesada para aceite (kg)	Producción total para aceitunas (kg)	Aceite litros totales obtenidos
TOTAL País		162	6.195	5.916	768	1.931.746	1.926.562	5.184	322.489
Este	Maldonado	60	1.643	1.468	248	350.873	349.351	1.522	283.073
	Lavalleja	24	402	336	119	108.708	108.708	0	15.965
	Rocha + T y Tres + C. Largo	10	2.964	2.963	72	1.346.172	1.345.872	300	3.000
	Total zona Este	94	5.009	4.767	440	1.805.753	1.803.931	1.822	302.038
Centro y Litoral Sur	Colonia	12	290	286	94	48.395	48.029	366	8.098
	Canelones	9	71	66	0	26.478	26.478	0	3.283
	Montevideo	5	24	23	1	0	0	0	0
	Florida	5	298	277	179	49.920	47.124	2.796	8.970
	Durazno + Flores + S. José	6	49	47	0	0	0	0	0
	Total zona Centro	37	732	699	275	124.793	121.631	3.162	20.351
Norte	Salto	17	320	320	36	0	0	0	0
	Paysandú	6	67	67	8	0	0	0	0
	Río Negro + Artigas + Rivera	8	68	65	9	1.200	1.000	200	100
	Total zona Norte	31	454	451	53	1.200	1.000	200	100

Zona Este: se agruparon los departamentos de Rocha, Treinta y Tres y Cerro Largo (ley 16616).

Zona Centro – Litoral Sur: Se agruparon los departamentos de Durazno, Flores y San José (ley 16616).

Zona Norte: Se agruparon los departamentos de Río Negro, Artigas y Rivera (ley 16616).

Cantidad de colmenas (1)

Distribución territorial de las colmenas (número de colmenas), por año según departamento.

(FUENTE: Anuario estadístico agropecuario 2020 – DIEA en base a información de MGAP – DIGEGRA (RNCP))

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	% 2019
Soriano	72.483	77.971	76.036	75.151	77.501	75.665	76.365	79.204	75.474	74.441	13%
Colonia	62.565	66.042	68.760	63.877	67.502	68.952	66.635	67.143	64.891	67.292	12%
Paysandú	69.737	73.723	73.074	66.597	68.972	68.155	69.727	72.052	67.543	66.805	12%
Río Negro	55.671	64.571	64.858	60.967	67.050	66.947	67.601	66.384	58.969	61.635	11%
San José	39.490	44.000	45.760	46.282	48.485	51.484	50.857	49.169	48.845	50.460	9%
Rivera	47.412	51.425	52.827	44.791	49.899	45.981	45.146	47.109	42.765	40.501	7%
Florida	26.913	32.634	33.910	35.432	39.503	41.912	39.912	40.012	39.080	37.410	7%
Flores	23.450	25.643	25.877	24.470	25.757	26.874	26.356	25.999	25.653	26.604	5%
Durazno	19.533	23.174	24.832	23.719	27.263	27.625	28.878	24.973	23.306	24.303	4%
Canelones	20.237	22.139	24.537	22.515	24.235	26.006	24.695	23.382	22.880	21.144	4%
Tacuarembó	11.979	16.317	15.210	11.926	16.496	16.710	17.500	19.418	18.271	19.120	3%
Cerro Largo	7.604	8.443	10.728	10.238	13.150	14.544	15.899	17.082	16.719	18.137	3%
Salto	12.920	12.478	14.390	13.803	15.380	15.321	13.612	13.320	12.086	11.388	2%
Maldonado	7.412	8.259	8.052	7.664	9.658	10.530	11.101	10.387	10.413	10.170	2%
Rocha	7.728	9.179	9.535	9.182	9.890	9.298	9.283	7.728	8.082	9.453	2%
Lavalleja	5.890	7.030	6.472	6.369	7.762	8.490	9.107	9.035	8.651	8.779	2%
Artigas	7.718	7.405	8.116	6.808	7.097	7.446	7.598	6.916	6.490	6.751	1%
Treinta y Tres	2.003	2.893	2.591	2.878	4.391	4.514	4.735	4.099	4.058	4.446	1%
Montevideo	2.434	2.124	2.747	2.944	2.998	2.774	2.505	2.322	1.931	2.144	0%
Total	503.179	555.450	568.312	535.613	582.989	589.228	587.512	585.734	556.107	560.983	100%

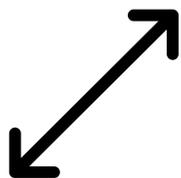


Turismo

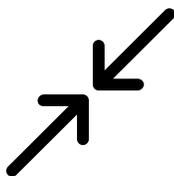
Departamento de Origen y destino de los residentes dentro del país (1)

*Departamento de Origen de los residentes en el país , que realizan viajes de turismo interno.
Viajes realizados por residentes dentro del país, según departamento de destino.*

(FUENTE: Mintur en base al módulo de Turismo Interno – ECH-INE)



Departamento de Origen - Maldonado	Trimestres				TOTAL
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	
2019	19.730	69.128	37.094	46.693	172.645
2018	64.583	56.462	41.014	37.435	199.494
2017	33.722	51.040	48.751	33.931	167.444



Departamento de Destino - Maldonado	Trimestres				TOTAL
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	
2019	512.834	322.821	351.174	413.088	1.599.917
2018	568.987	238.446	236.926	331.472	1.375.832
2017	535.478	206.441	351.198	458.751	1.551.869

Perfil de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay por nacionalidad (3)

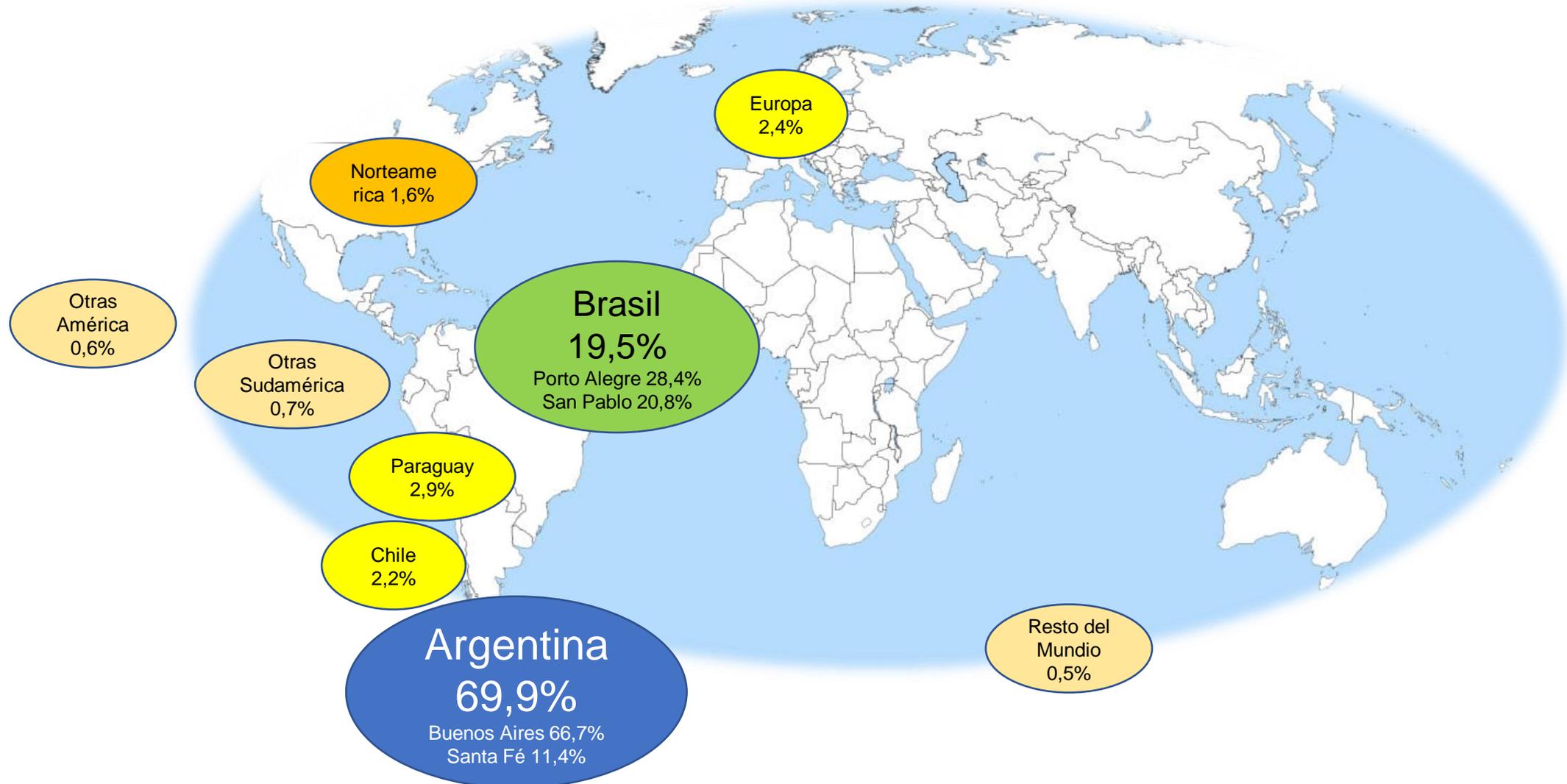
Perfil de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay por nacionalidad en el año 2019 y 2018.

(FUENTE: Mintur)

Nacionalidad	2018		2019		Diferencia 2019-18	Variación 2019-18
	Visitantes	%	Visitantes	%		
Uruguay	17.844	1,9%	19.825	2,6%	1.982	11%
Argentina	699.120	73,6%	504.938	66,2%	-194.183	-28%
Brasil	140.074	14,7%	144.225	18,9%	4.151	3%
Paraguay	20.679	2,2%	21.299	2,8%	621	3%
Chile	25.305	2,7%	15.881	2,1%	-9.423	-37%
Norteamérica	10.838	1,1%	11.773	1,5%	935	9%
Otros América	11.740	1,2%	10.689	1,4%	-1.051	-9%
Europa	24.693	2,6%	31.478	4,1%	6.785	27%
Resto del Mundo	s/d	s/d	2.271	0,3%	s/d	s/d
TOTAL	950.293	100,0%	762.379	100,0%	-187.914	-20%

Perfil de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay por residencia (1)

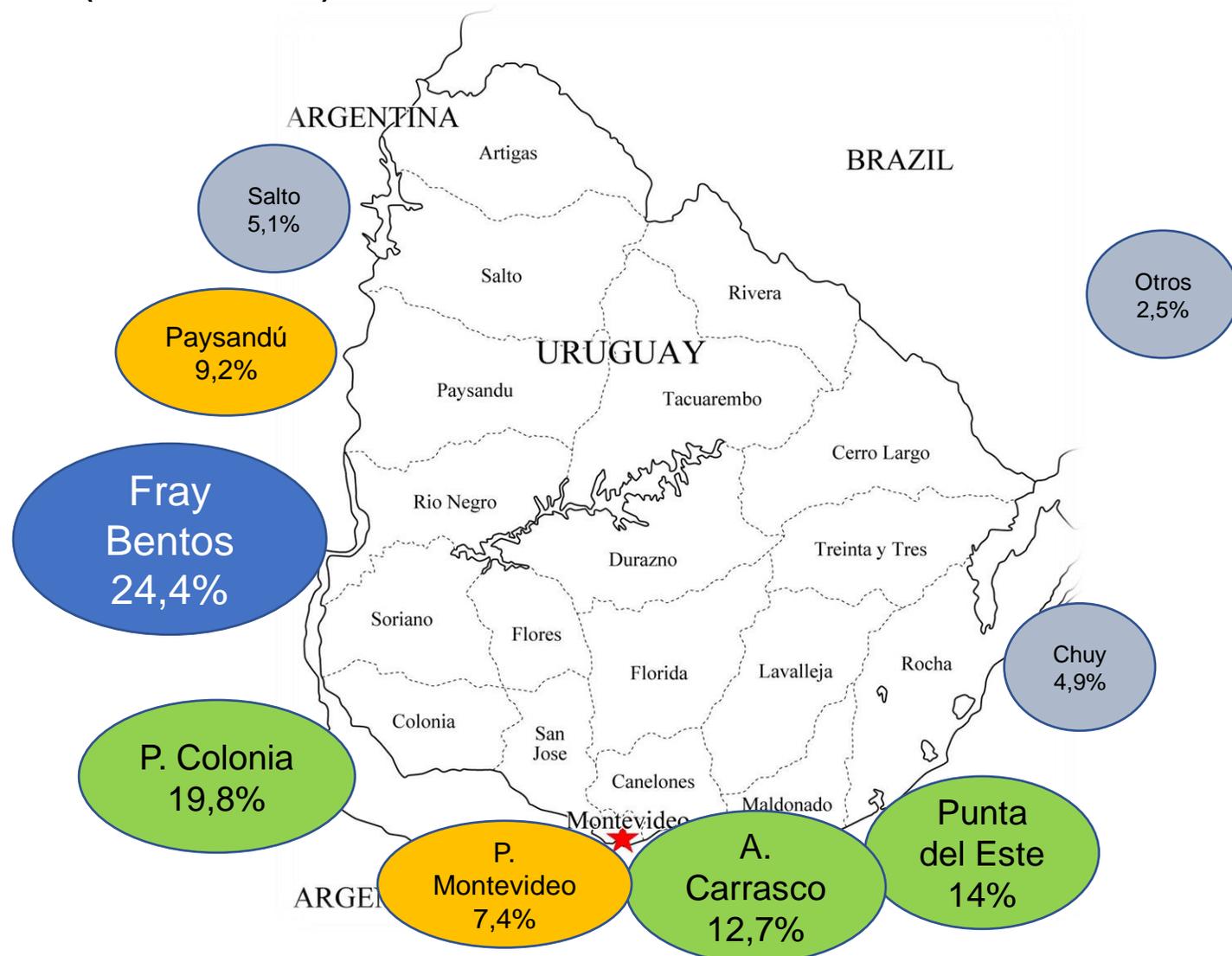
Mapa perfil de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay por residencia en el año 2019.
(FUENTE: Mintur)



Punto de ingreso al país (1)

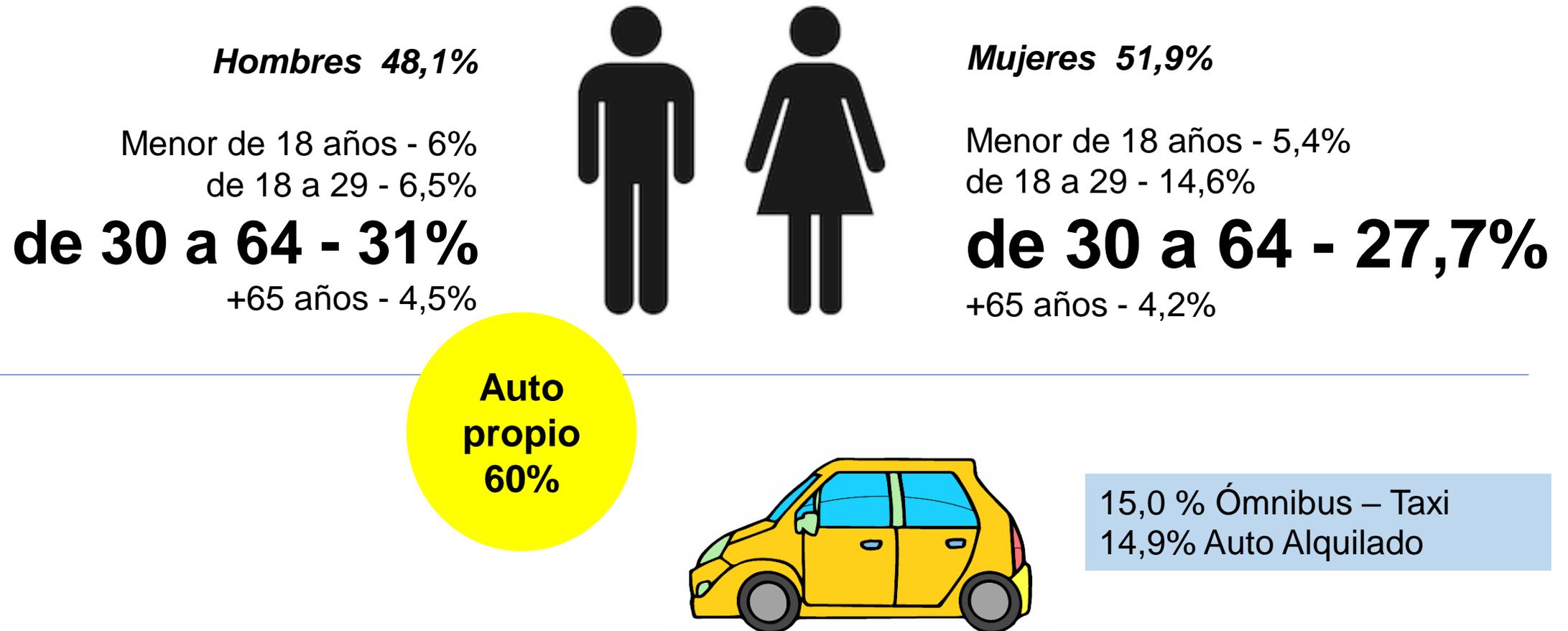
Mapa punto de ingreso de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay el año 2019.

(FUENTE: Mintur)



Edad y sexo de los visitantes no residentes en Uruguay

Edad y sexo de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay el año 2019, y transporte utilizado. (FUENTE: Mintur)



Alojamiento de los visitantes no residentes en Uruguay

Alojamiento de los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay el año 2019.

(FUENTE: Mintur)

ALOJAMIENTO	TRIMESTRE				TOTAL	%
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	VISITANTES	
Vivienda Arrendada	109.745	13.989	9.753	31.655	165.143	21,7%
Hotel 3	61.805	16.619	21.666	47.181	147.272	19,3%
Vivienda Propia	49.745	19.375	23.010	37.919	130.049	17,1%
Hotel 4	57.807	13.203	13.654	18.463	103.127	13,5%
Vivienda Familiares no residentes	27.765	12.697	9.135	14.500	64.097	8,4%
Vivienda Familiares	21.851	8.638	8.785	14.972	54.246	7,1%
Hotel 5	9.754	2.994	5.931	13.234	31.914	4,2%
Apart Hotel	11.346	207	397	2.666	14.616	1,9%
Hotel 1/2	3.683	3.230	1.175	5.255	13.343	1,8%
Hostel	9.004	266	948	2.183	12.401	1,6%
Otros	3.831	762	1.457	1.915	7.965	1%
Cabañas, Bungalow	4.768			340	5.108	0,7%
Motor Home	2.443	306		1.060	3.809	0,5%
Camping	3.233			356	3.589	0,5%
Barco, yate, crucero	2.752				2.752	0,4%
Hotel sin categorizar		294	707	1.021	2.022	0,3%
Ninguno	184			633	817	0,1%
Estancia Turística				107	107	0%
Total	379.717	92.580	96.619	193.463	762.379	100%

Temas de agrado y desagrado de los visitantes no residentes en Uruguay

Qué le agradó y desagradó más a los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay en el año 2019 en su estadía en Uruguay.

(FUENTE: Mintur)

QUE LE AGRADÓ MÁS DE SU ESTADÍA EN URUGUAY	TRIMESTRE				TOTAL	%
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	VISITANTES	
Todo	132.736	26.619	28.908	39.035	227.298	29,8%
Playas, rambla, costa	69.034	13.110	17.104	38.134	137.382	18%
Gente, cordialidad, atención	57.137	12.612	16.283	31.263	117.295	15,4%
Tranquilidad, seguridad	44.715	16.475	15.437	33.565	110.192	14,5%
Punta del Este	35.744	10.937	8.953	22.736	78.371	10,3%
Otros	40.352	12.827	9.933	28.729	91.841	12%
TOTAL	379.717	92.580	96.619	193.463	762.379	100%

QUE LE DESAGRADÓ MÁS DE SU ESTADÍA EN URUGUAY	TRIMESTRE				TOTAL	%
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	VISITANTES	
Nada	301.834	77.114	78.860	143.267	601.076	78,8%
Precios	43.726	5.708	9.413	27.583	86.430	11,3%
No sabe, S/D	6.413	1.223	825	857	9.318	1,2%
Falta de espectáculos y diversión	1.578	2.796	2.418	1.545	8.337	1,1%
Otros	26.166	5.740	5.103	20.209	57.218	8%
TOTAL	379.717	92.580	96.619	193.463	762.379	100%

Actividades realizadas por los visitantes no residentes en Uruguay

Actividades realizadas por los visitantes de Maldonado no residentes en Uruguay en el año 2019 en su estadía en Uruguay.

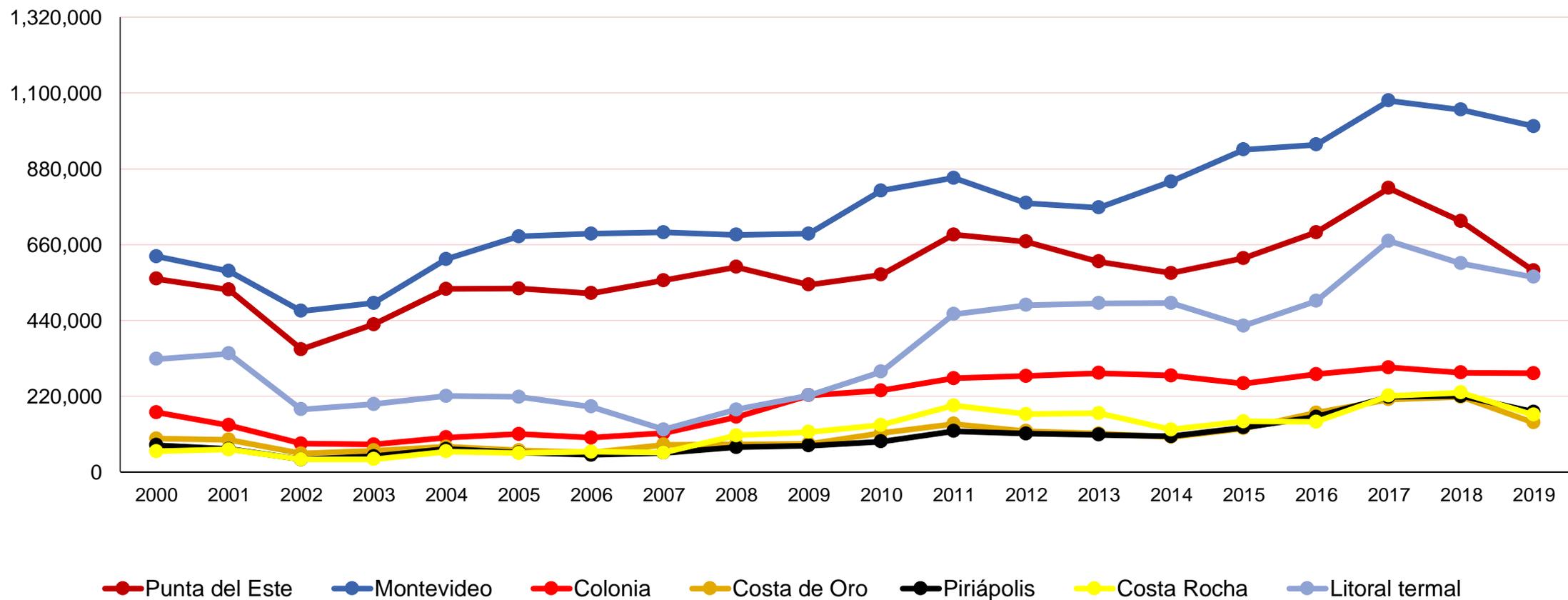
(FUENTE: Mintur)

ACTIVIDADES REALIZADAS EN SU ESTADÍA EN URUGUAY	TRIMESTRE				TOTAL	%
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	VISITANTES	
Sol y Playa	147.999	17.264	17.150	65.133	247.546	32,5%
Gastronómicas (Alta Gastronomía, Catas, Bodegas)	36.678	13.366	13.245	26.407	89.697	11,8%
Sin Actividad	42.186	15.097	14.217	14.454	85.954	11,3%
Asistencia a Eventos o Exposiciones	33.805	8.699	10.431	22.138	75.072	9,8%
Visita Familiares y Amigos	34.603	11.895	9.522	18.154	74.175	9,7%
Visita a Monumentos, Conjuntos Patrimoniales, Históricos	9.076	2.423	5.404	9.602	26.505	3,5%
Visitas a Áreas Protegidas, Parques Naturales	7.347	4.641	6.365	7.747	26.100	3,4%
Piscina	9.698	3.727	5.198	5.411	24.035	3,2%
Visitas a casinos, salas de juego	10.564	3.798	3.120	5.817	23.299	3,1%
Práctica de deportes, caza, paseos a caballo	10.631	2.141	2.100	3.160	18.032	2,4%
Visitas a Discotecas, Night Clubs	7.861	594	442	2.000	10.897	1,4%
Realización de Cruceros, Navegación	7.339	912	653	1.576	10.480	1,4%
Participación en Fiestas Locales	5.268	1.187	1.111	743	8.309	1,1%
Participación en eventos deportivos de forma no profesional	5.520	352	463	1.630	7.965	1,0%
Otras actividades	11.142	6.485	7.198	9.490	34.315	0
TOTAL	379.717	92.580	96.619	193.463	762.379	100%

Visitantes ingresados al país por zona de destino (1)

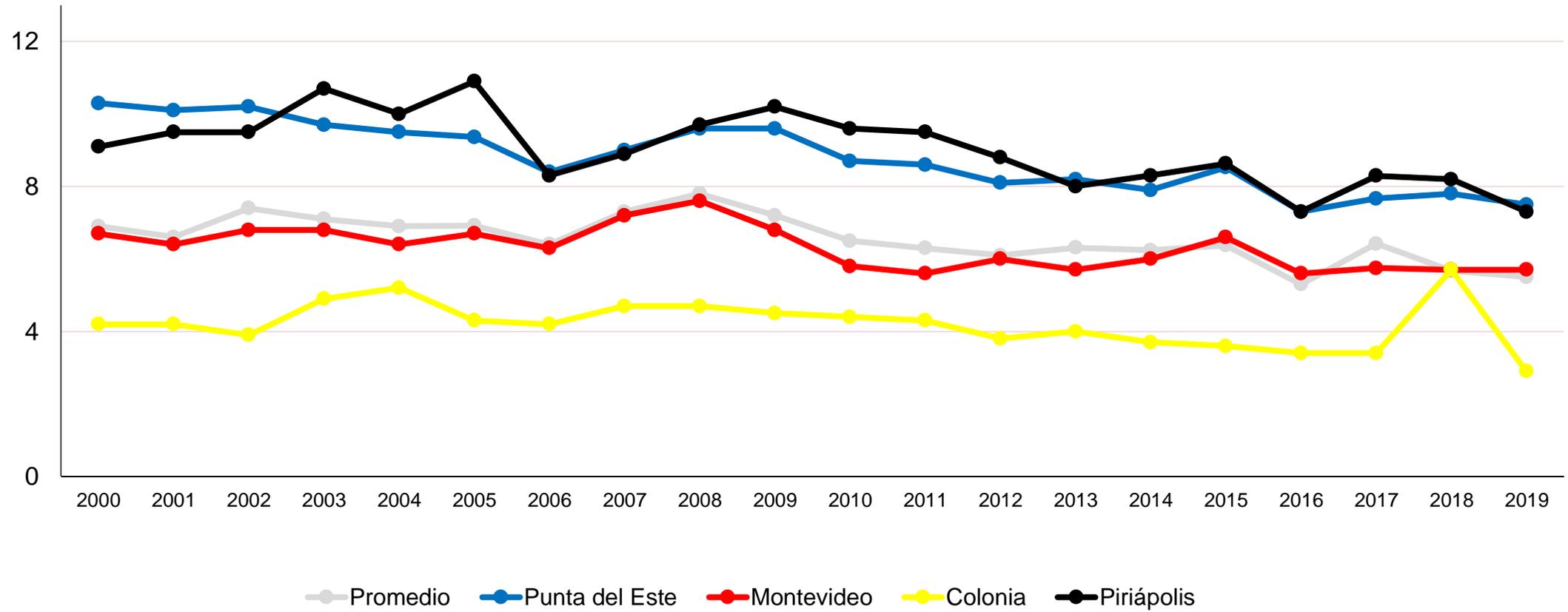
Visitantes ingresado al país, por año, según zona de destino. Periodo 2000 a 2019.

(FUENTE: INE - Ministerio de Turismo en base a datos de la Encuesta de Turismo Receptivo y DNM)



Estadía media de los visitantes ingresados al país por zona de destino (1)

Estadía media de los visitantes ingresado al país, por año, según zona de destino. Periodo 2000 a 2019.
(FUENTE: INE - Ministerio de Turismo en base a datos de la Encuesta de Turismo Receptivo)



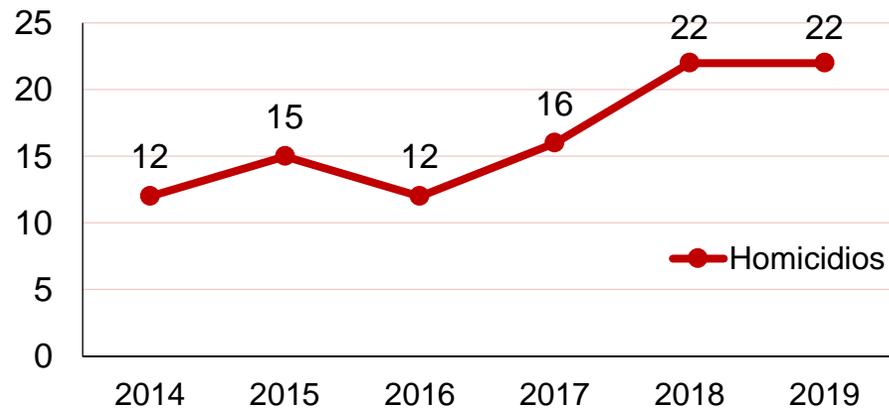
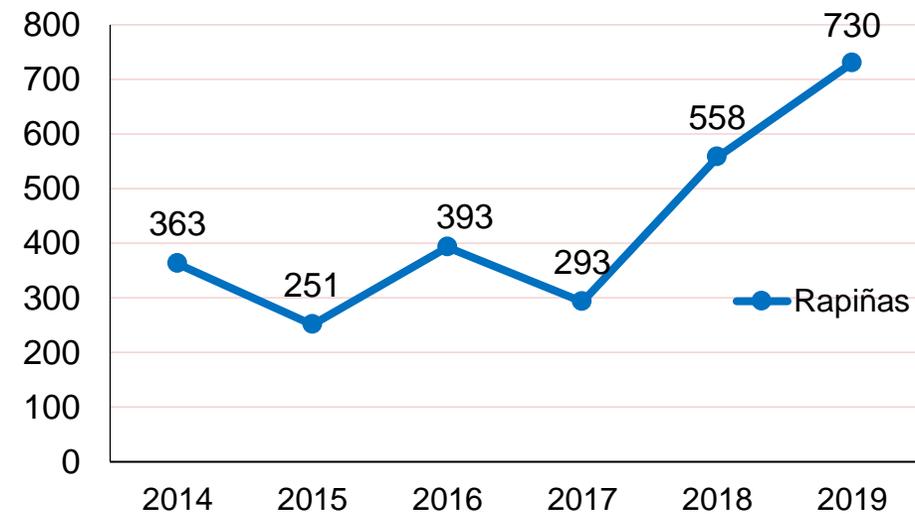
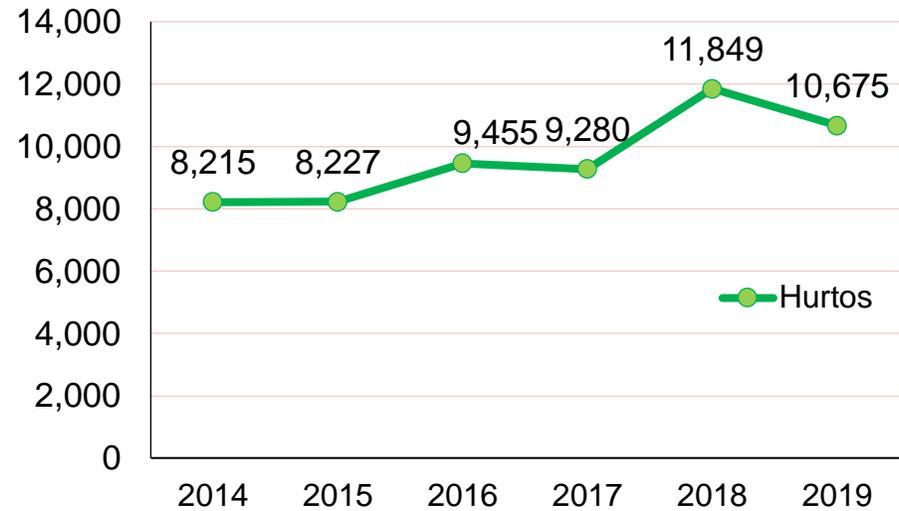


Seguridad Ciudadana

Hurtos, Rapiñas y Homicidios (1)

Cantidad de hurtos, rapiñas y homicidios en Maldonado

(FUENTE: Informes estadísticos anuales del Observatorio Nacional sobre Violencia y Criminalidad del Ministerio del Interior)



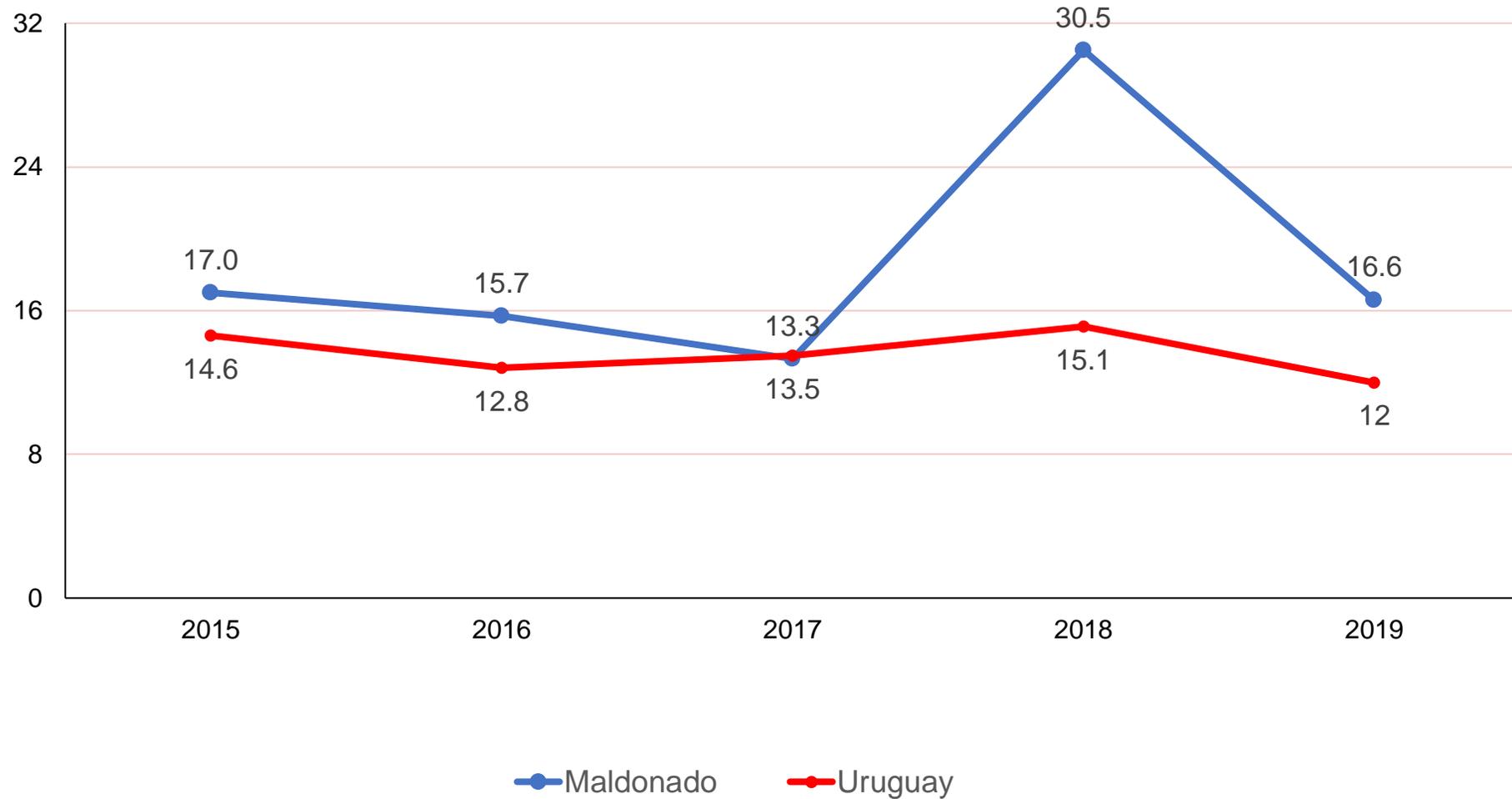
Delito	Diferencia 2019-18	Var. 2019-18
Hurto*	-1.174	-10%
Rapiña*	172	31%
Homicidios**	0	0%

* Las cantidades de Hurtos y Rapiñas incluyen consumadas y en grado de tentativa.

** Las cantidades de Homicidios incluyen solo los consumados.

Lesividad y mortalidad en el tránsito (1)

Comportamiento histórico de la tasa de mortalidad en Uruguay y Maldonado – Período 2011-2019
(FUENTE: UNASEV – Informe Anual Siniestralidad Vial 2019)

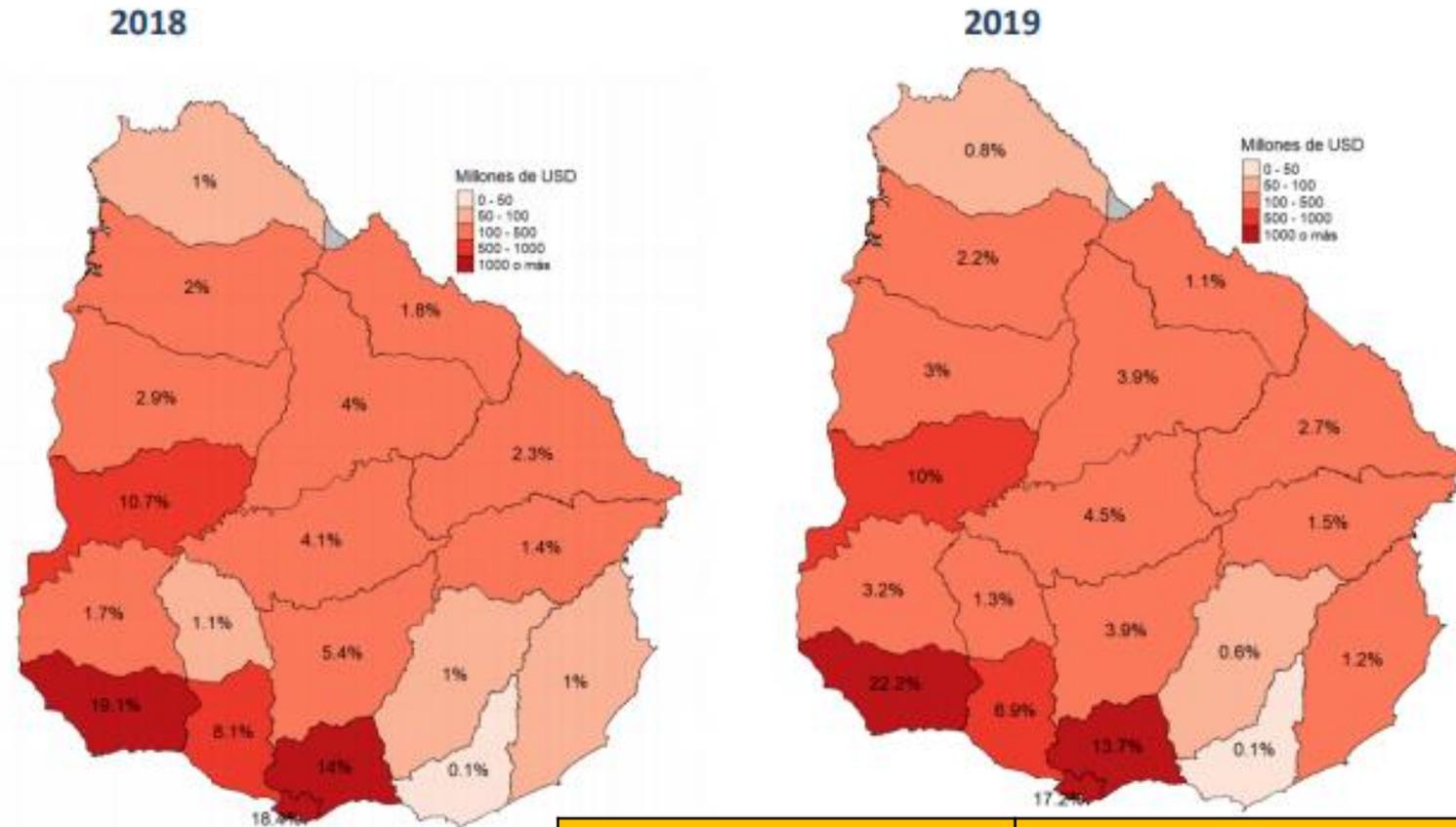




Exportaciones

Exportaciones por departamento (1)

Participación de cada departamento en las exportaciones de Uruguay. Año 2019 Y 2018.
(FUENTE: Uruguay XXI – Exportaciones uruguayas de bienes por departamento)



En el año 2019 las exportaciones de Maldonado representaron el 0,1% del total de Uruguay.

Producto	2018		2019	
	Mill. US\$	Part. %	Mill. US\$	Part. %
Vino	4,7	45%	5,53	47%
Despojos y subproductos cárnicos	3,4	33%	4,13	35%

GRUPO
RADAR
INTELIGENCIA DE MERCADO

Observatorio Económico de Maldonado

Informe de investigación cuantitativa Módulo II

Diciembre de 2020



Diseño de la muestra

- La muestra se extrajo de bases de datos contactadas por las siguientes instituciones:
 - Universidad Católica
 - Cámara Empresarial de Maldonado
 - Base de datos propia de Grupo Radar.
 - Se obtuvo un total de 189 encuestas completas
 - Esta muestra no es aleatoria ni probabilística, por lo cual no es posible calcular el margen de error muestral de los resultados que se presentan en este informe.
 - A modo de ejemplo, en esta encuesta el 56% de la muestra está compuesto por micro empresas, mientras que en el universo (según datos del BPS) constituyen el 86%.
-

Cuestionario y relevamiento de datos

- El cuestionario se definió a partir de los temas de interés propuestos por la Cámara Empresarial de Maldonado, la Universidad Católica del Uruguay y el Centro Universitario de la Región Este (CURE).
- Se redactó una primera versión, que fue testeada por los integrantes del Observatorio Económico. A partir de los resultados de este pre-test se modificó / simplificó la redacción de varias preguntas que resultaban confusas o se prestaban a diferentes interpretaciones, y se eliminaron algunas que no aportaban real valor agregado para que el cuestionario no superara una duración máxima razonable. Con esto se acordó una versión final.
- Se definió una sección de la encuesta común a todos y secciones específicas para los rubros.
- Se enviaron invitaciones para completar la encuesta por Whatsapp y correo electrónico.
- La encuesta tuvo una duración promedio de 19 minutos.
- El trabajo de campo se realizó entre el 23 de noviembre y el 14 de diciembre de 2020.
- Se enviaron recordatorios a los socios para completar la encuesta por Whatsapp y correo electrónico.
- Se capacitó a los representantes de las diferentes gremiales, en cada uno de los aspectos necesarios para la realización del presente módulo. Las capacitaciones abarcaron todo el proceso, desde cómo pensar y organizar el formulario, pasando por su programación en la plataforma QuestionPro, hasta el procesamiento de la información recabada mediante la encuesta y la presentación de los resultados. De esta manera, serán capaces de replicar la presente investigación en un futuro.

Cómo leer e interpretar algunas gráficas

- En todas las tablas y gráficas figura la formulación exacta de la pregunta, la base de cálculo (o sea cuál es el 100% al que se refieren los porcentajes que se muestran), y si la pregunta es de respuesta única o múltiple (o sea que los porcentajes suman más de 100% porque cada encuestado podía responder más de una opción).
- Se muestran los valores como números enteros lo que explica que en las preguntas con respuesta única la suma de los porcentajes puede no dar exactamente 100% debido a los errores de redondeo.
- En las gráficas como las de la pág. 10, se muestra primero la distribución de las respuestas para el total de la muestra, y luego para cada sector.
- Hay preguntas en donde el N es pequeño (menos de 9 respuestas) por lo que se muestran únicamente la cantidad de menciones y no los porcentajes.



Generalidades sobre las empresas

Muestra: 189 encuestas completas

84 empresarios del sector Servicios
64 empresarios del sector Comercio e Industria
30 empresarios del sector Turismo
11 empresarios del sector rural

Cantidad de trabajadores en las empresas

Al día de hoy ¿cuántas personas trabajan en la empresa?

(Base: respondieron las 189 empresas)

Categorización de tamaño de empresa en base a personal contratado y no facturación.

Micros son el 56% de la muestra y emplean al 8% del personal ocupado. Dicho personal ocupado se descompone en 58% Dueños o socios, 32% trabajadores fijos y 10% zafrales.

Pequeñas son el 29% de la muestra y emplean al 16% del personal ocupado. Dicho personal ocupado se descompone en 21% Dueños o socios, 66% trabajadores fijos y 13% zafrales.

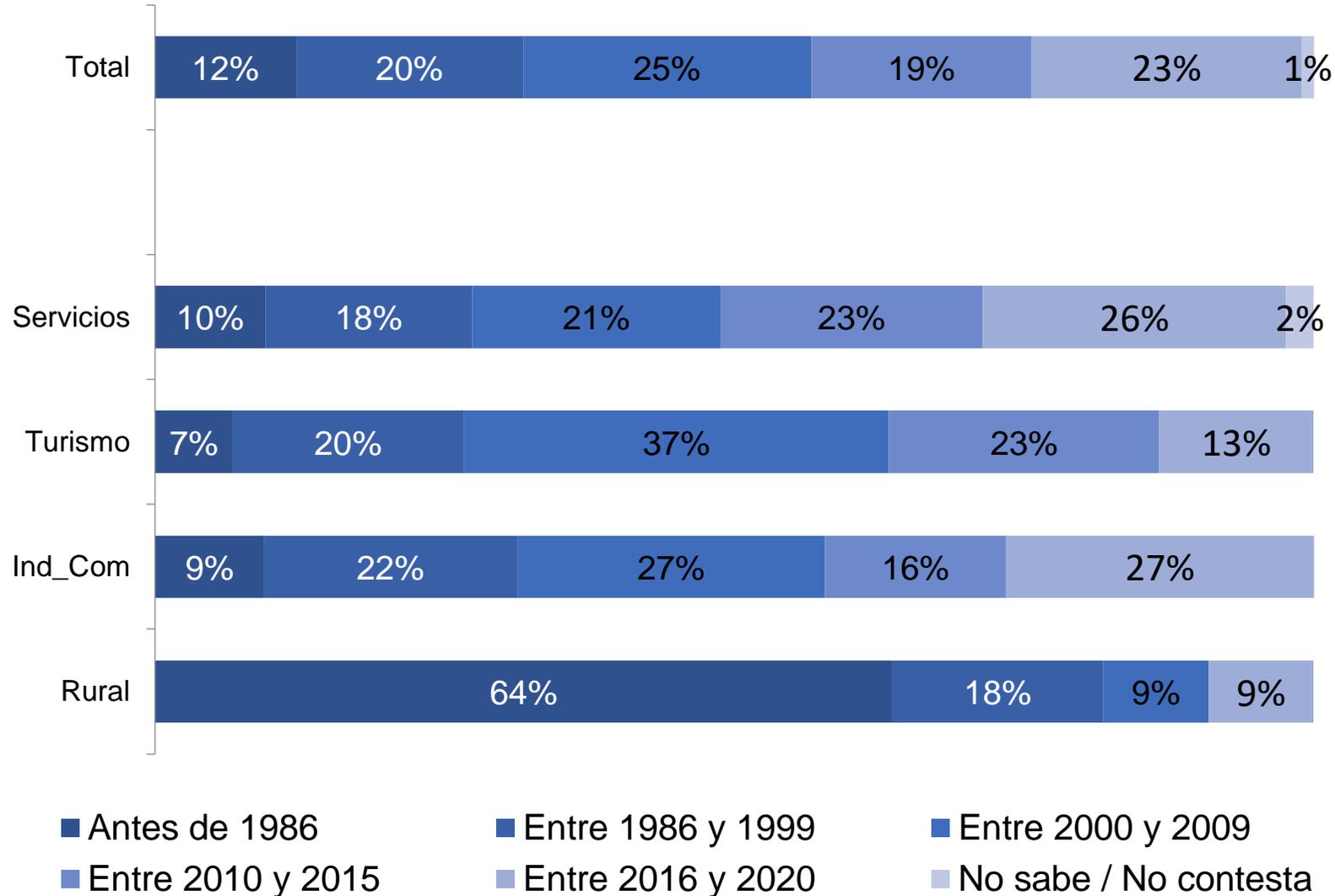
Medianas y grandes son el 38% de la muestra y emplean al 76% del personal ocupado. Dicho personal ocupado se descompone en 6% Dueños o socios, 66% trabajadores fijos y 28% zafrales.

Tamaño de las empresas: Micro (hasta 4 trabajadores), Pequeña (5 a 19), Mediana (20 a 99) y Grande (100 y más)

Antigüedad de la empresa

¿En qué año la empresa comenzó su actividad?

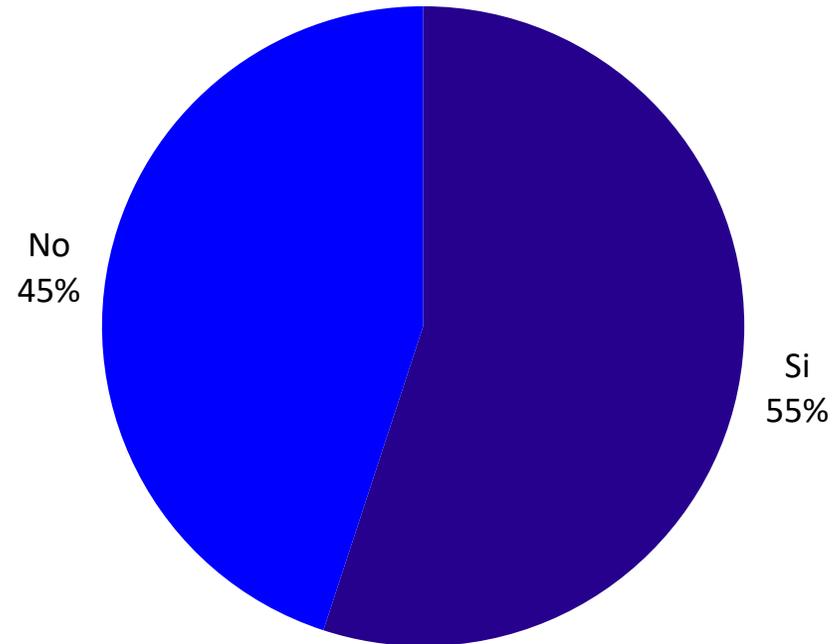
(Base: respondieron las 189 empresas)



Empresa familiar

¿Considera su empresa como “familiar”? Se entiende por familiar aquellas empresas compuestas por más de TRES personas en primera y segunda línea de consanguinidad

(Base: respondieron las 189 empresas)



	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Si	46%	60%	58%	91%	66%
No	54%	40%	42%	9%	55%
TOTAL	84	30	64	11	189

Cientes (1)

¿De dónde son, principalmente, sus clientes? (Base: respondieron las 189 empresas, respuesta múltiple)



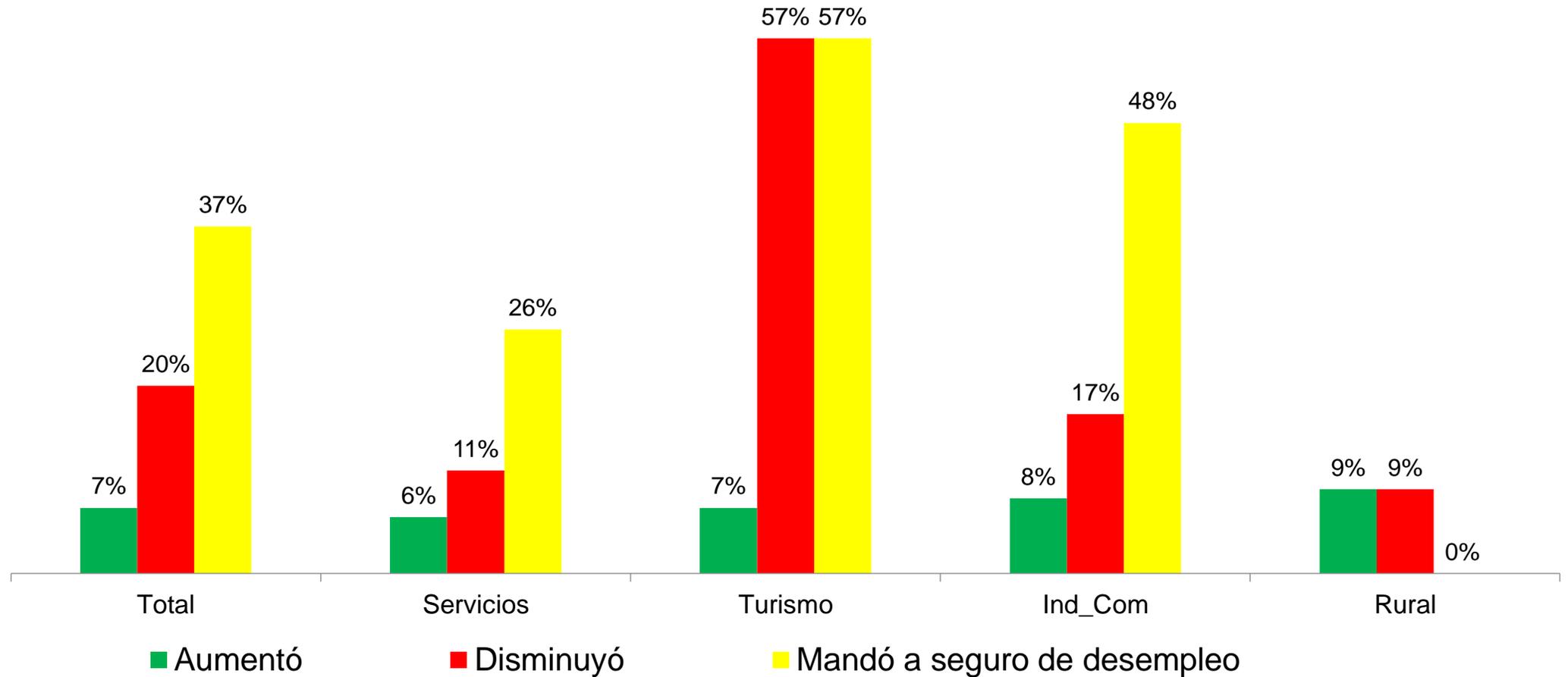
	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Del Departamento de Maldonado	69%	47%	84%	64%	70%
De fuera del Uruguay	44%	67%	22%	0%	38%
De todo el país	38%	43%	28%	55%	37%
De Montevideo	26%	40%	20%	0%	25%
Departamentos limítrofes	18%	20%	27%	36%	22%
TOTAL	84	30	64	11	189



Situación de
las empresas

Síntesis de contratación / disminución / seguro de desempleo

Porcentaje de empresas que contrataron personal / disminuyeron / mandaron seguro de desempleo abril a octubre de 2020 (Base: respondieron las 189 empresas)

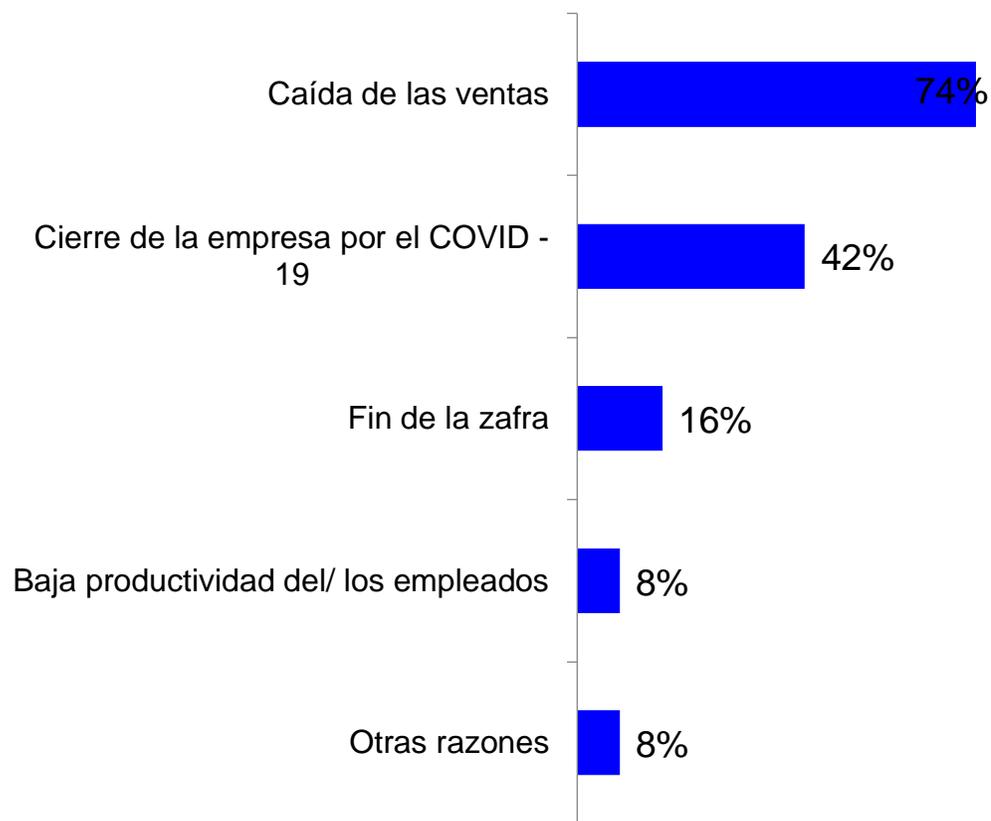


Razones que motivaron la disminución/contratación de personal

Razones por las que ha disminuido su personal

¿Cuáles son las razones por las que ha disminuido su personal de abril a octubre de 2020?

(Base: respondieron las 38 empresas que disminuyeron su personal, respuesta múltiple)



Razones para haber contratado personal

¿Cuáles son las razones por las que ha contratado personal en período de abril a octubre de 2020? (Base: respondieron las 13 empresas que contrataron personal, respuesta múltiple)

(Base: respondieron las 13 empresas que contrataron personal, respuesta múltiple)



Contratación de profesionales o técnicos

En Maldonado, ¿tiene dificultad de conseguir personal formado en algún tipo de técnica, oficio y/o profesión universitaria?

(Base: respondieron las 189 empresas)



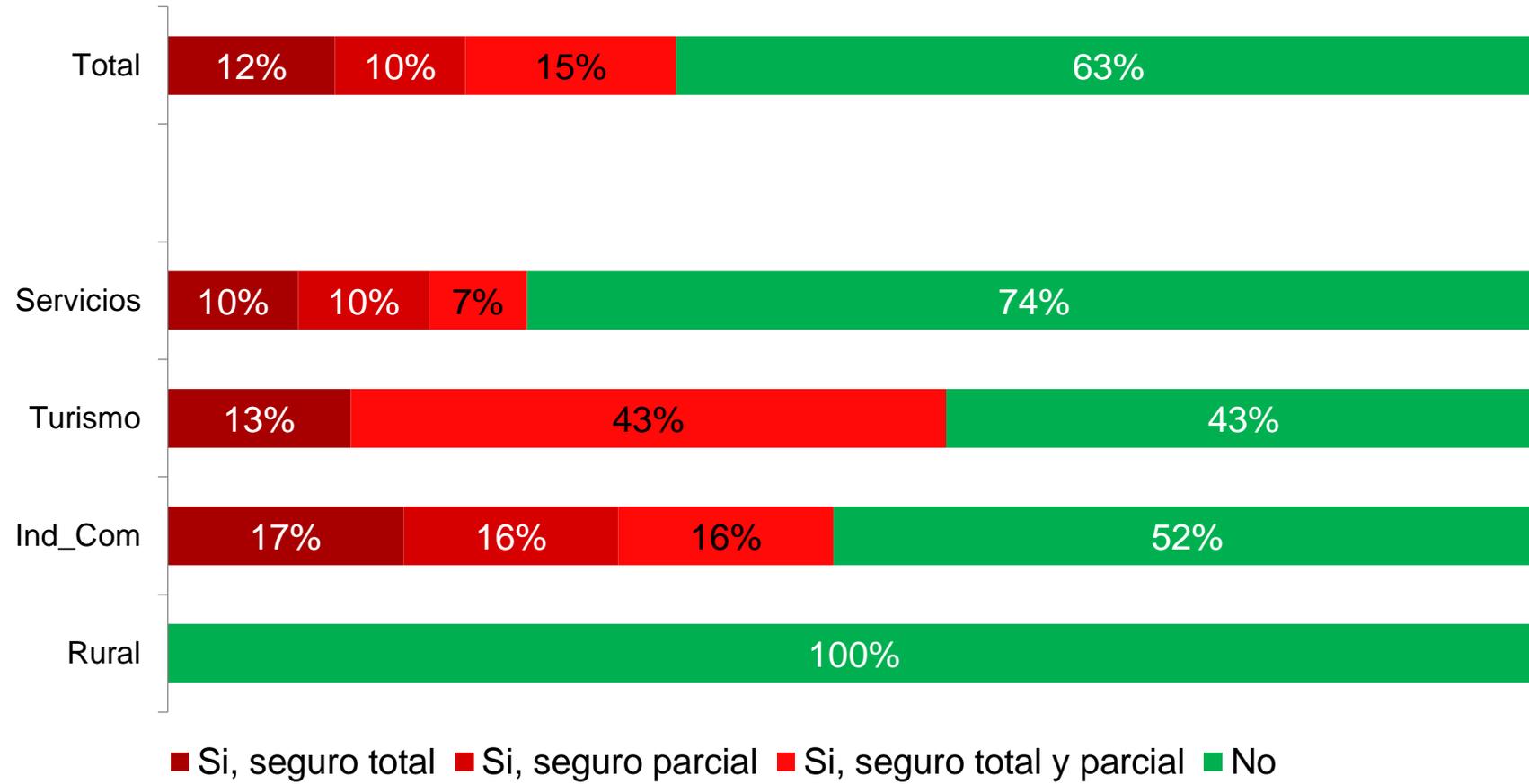
¿En qué técnica, oficio o profesión tiene dificultad en conseguir personal?

(Base: respondieron las 84 empresas que tuvieron dificultad para conseguir personal formado, respuesta múltiple)



Seguro de desempleo

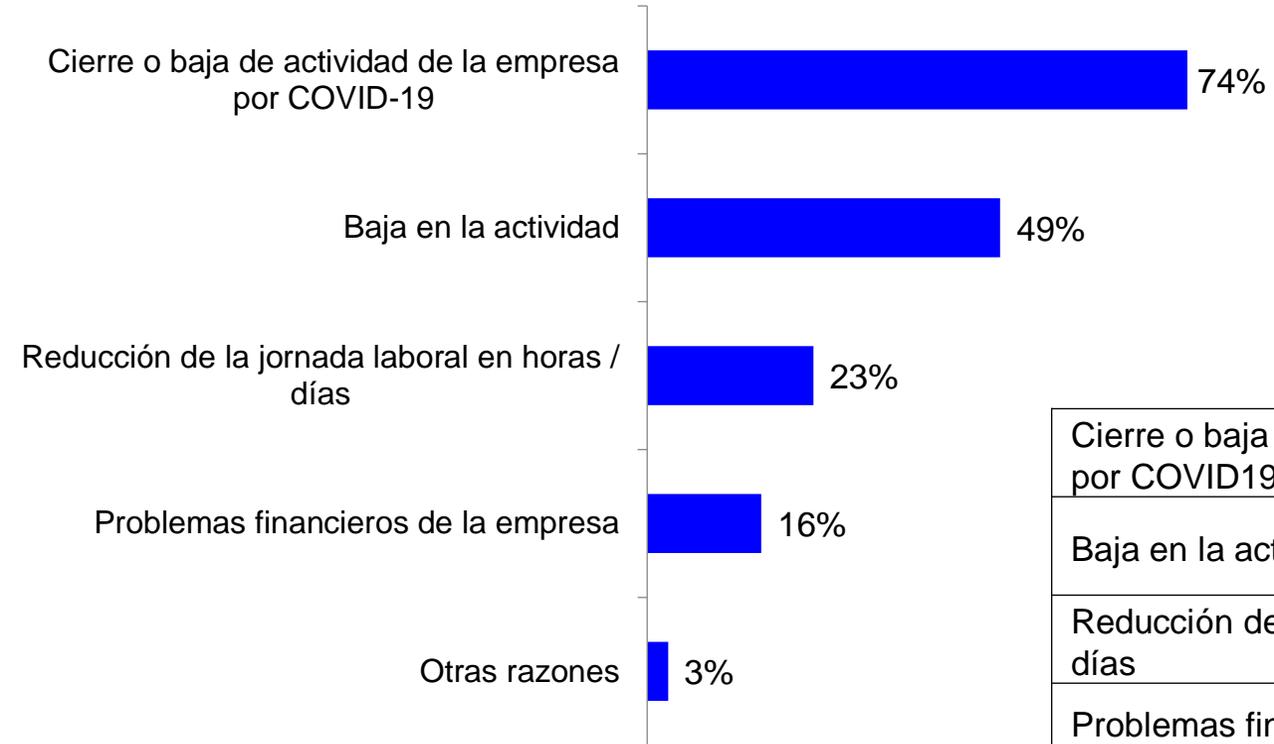
¿Ha mandado personal a seguro de desempleo en el período de abril a octubre de 2020?
(Base: respondieron las 198 empresas)



Razones del seguro de desempleo

¿Cuáles han sido las razones por las que ha mandado personal al seguro de desempleo?

(Base: respondieron las 70 empresas que enviaron personal al seguro de desempleo, respuesta múltiple)

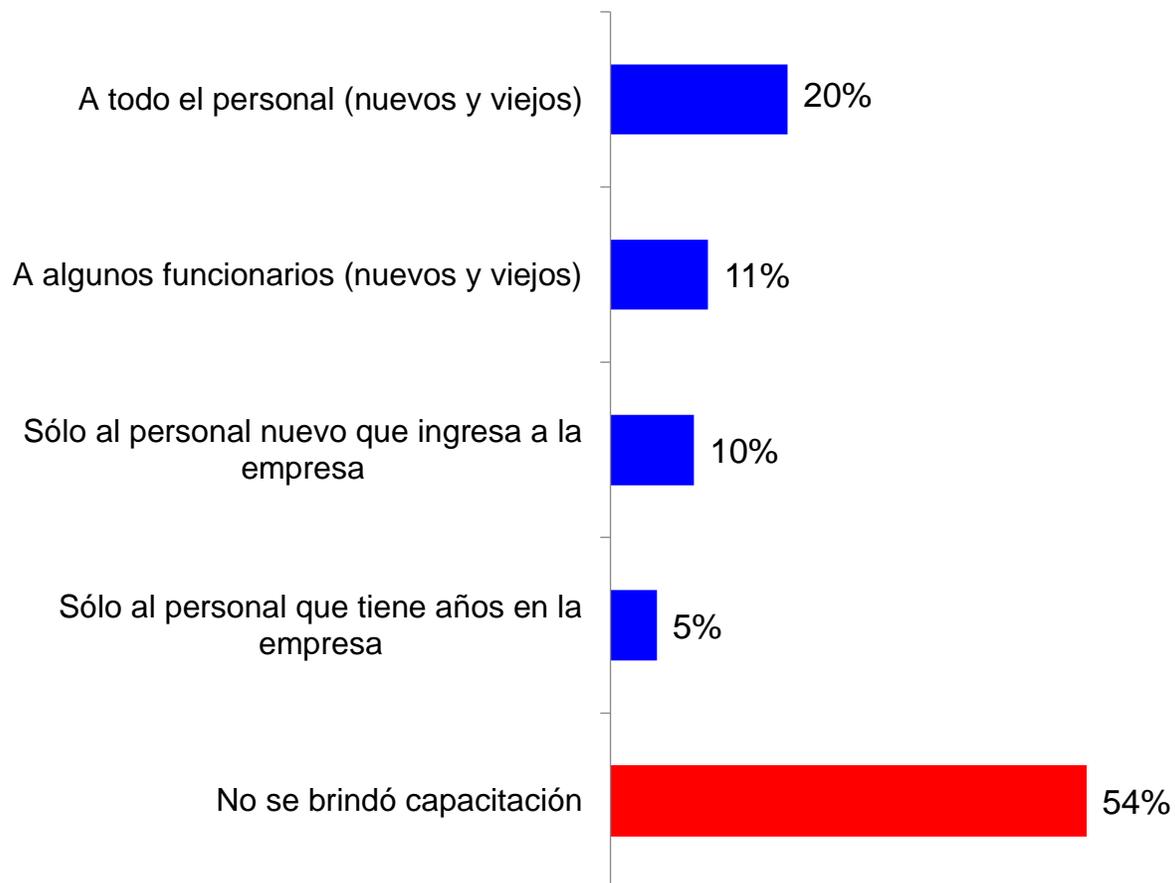


	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Cierre o baja de actividad de la empresa por COVID19	68%	100%	65%	0%	74%
Baja en la actividad	68%	41%	39%	0%	49%
Reducción de la jornada laboral en horas / días	27%	24%	19%	0%	23%
Problemas financieros de la empresa	14%	29%	10%	0%	16%
Otras razones	5%	0%	3%	0%	3%
TOTAL	22	17	31	0	70

Capacitación del personal

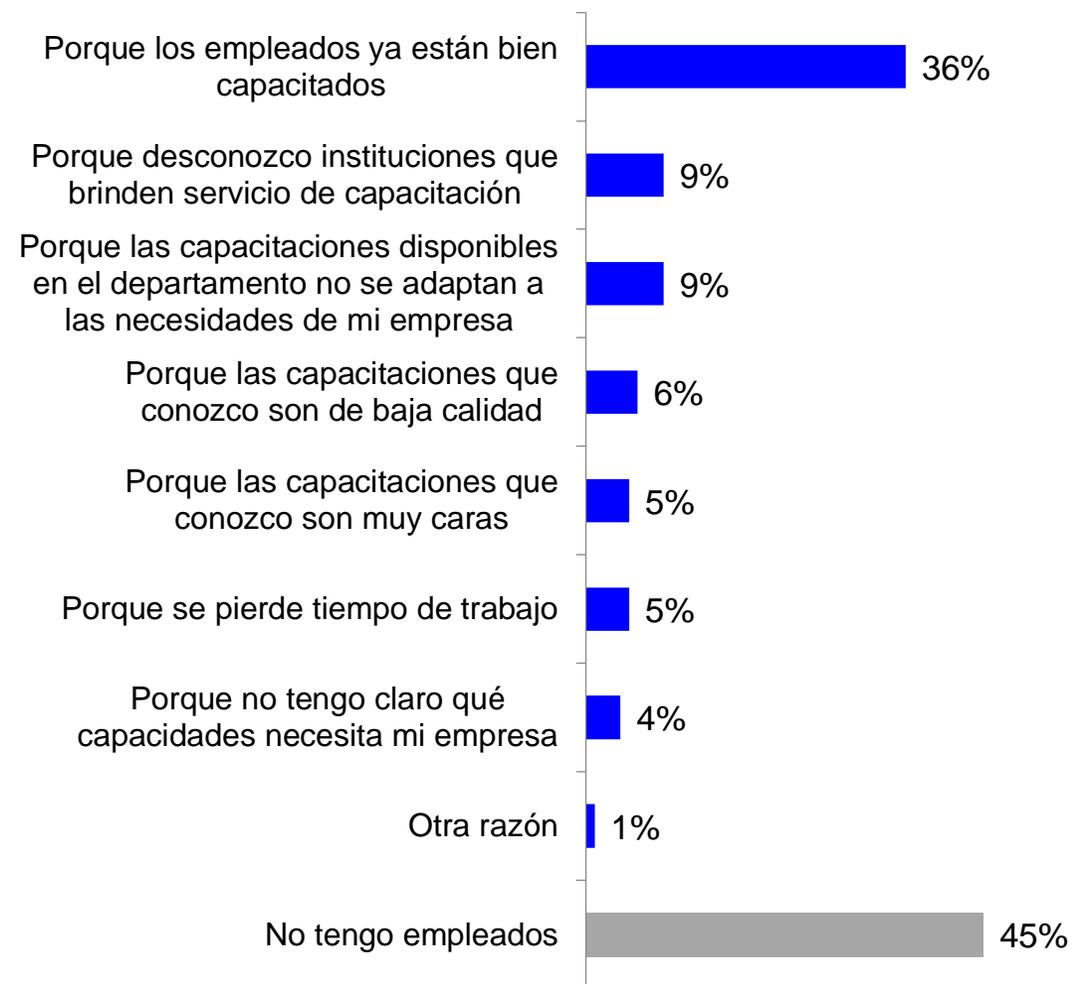
¿En el transcurso de 2019 han capacitado personal?

(Base: respondieron las 189 empresas)



¿Por qué no se brindó capacitación?

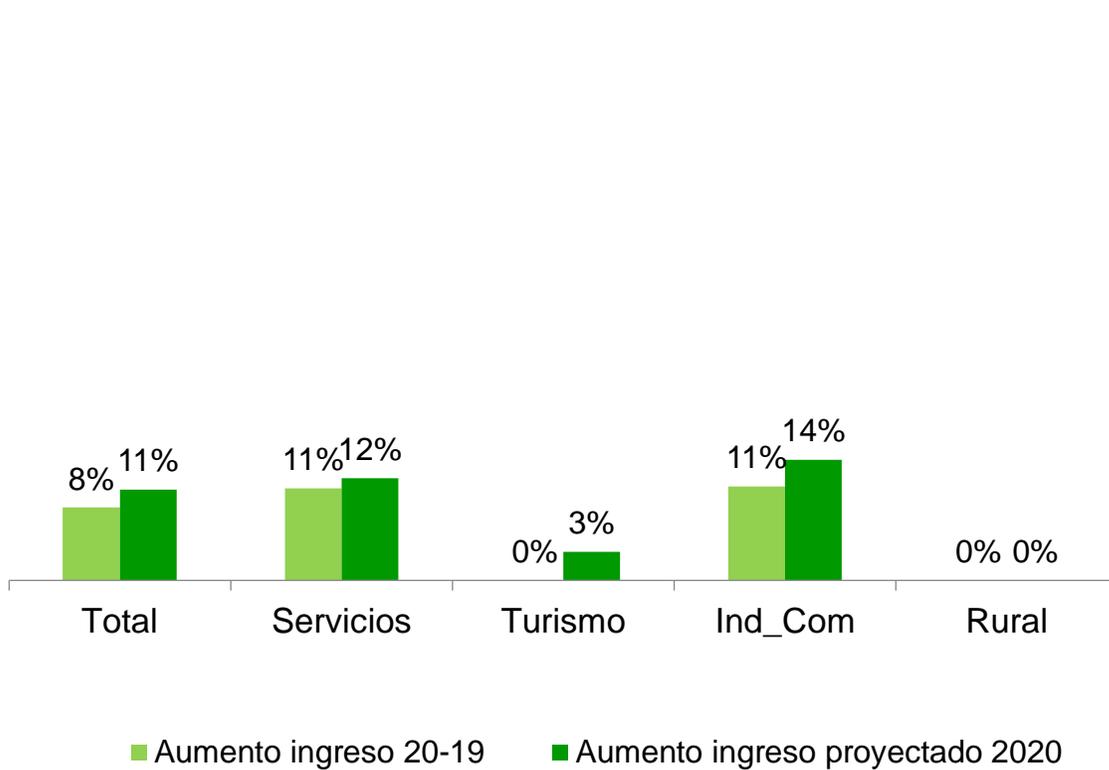
(Base: respondieron las 102 empresas que dijeron que su personal no fue capacitado, respuesta múltiple)



Resumen de percepción de aumento y descenso de ingresos y proyecciones a 2020

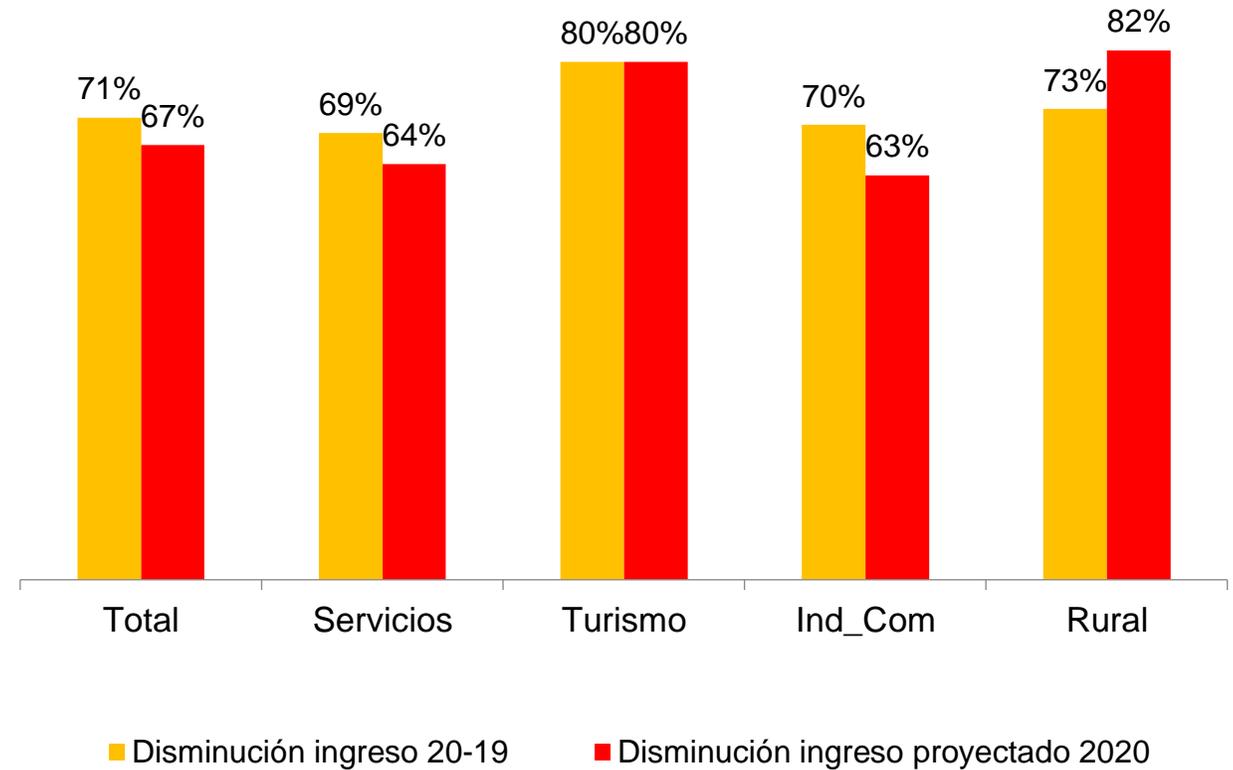
Porcentaje de empresas que percibieron un aumento de sus ingresos entre período abril a octubre de 2019 y abril a octubre de 2020, y porcentaje de empresas que proyectan que sus ingresos aumenten en 2020

(Base: respondieron las 189 empresas)



Porcentaje de empresas que percibieron una disminución de sus ingresos entre período abril a octubre de 2019 y abril a octubre de 2020, y porcentaje de empresas proyectan que sus ingresos se reducirán en 2020

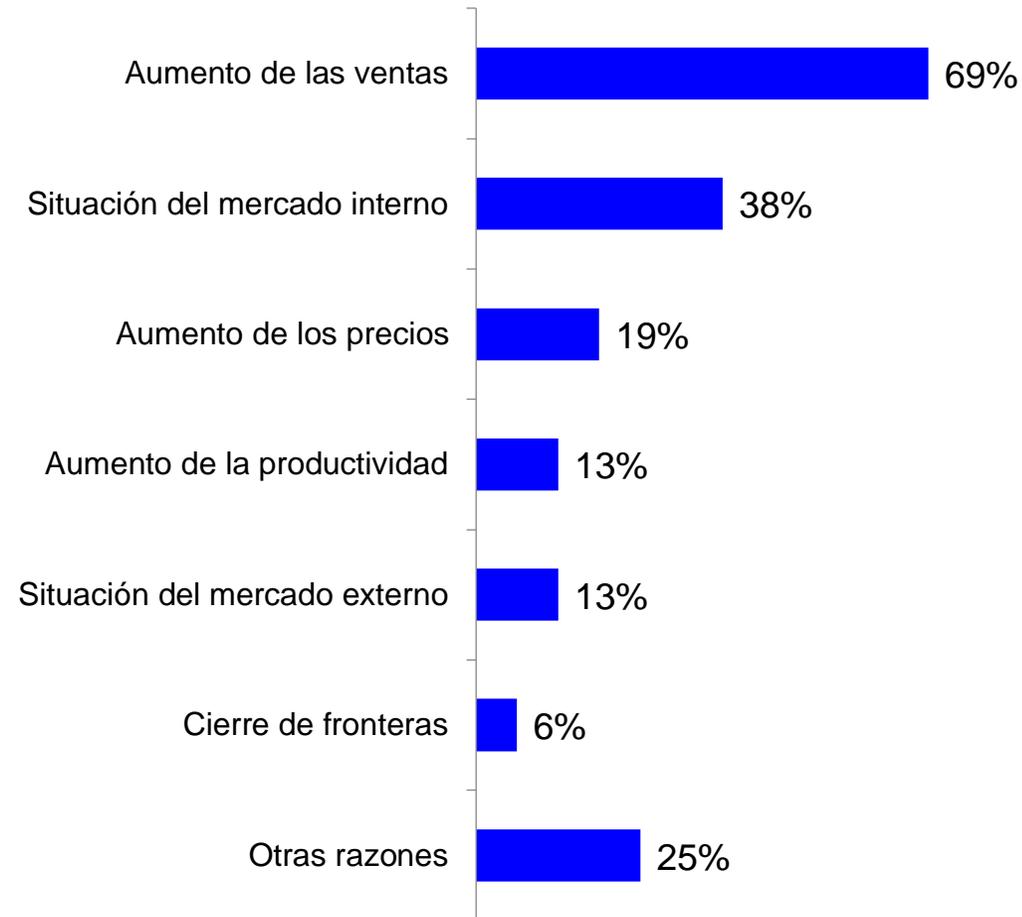
(Base: respondieron las 189 empresas)



Razones del aumento de los ingresos (1)

¿Cuáles son las razones por las que aumentaron los ingresos en el período de abril a octubre de 2020?

(Base: respondieron las 16 empresas que dijeron que sus ingresos aumentaron, respuesta múltiple)

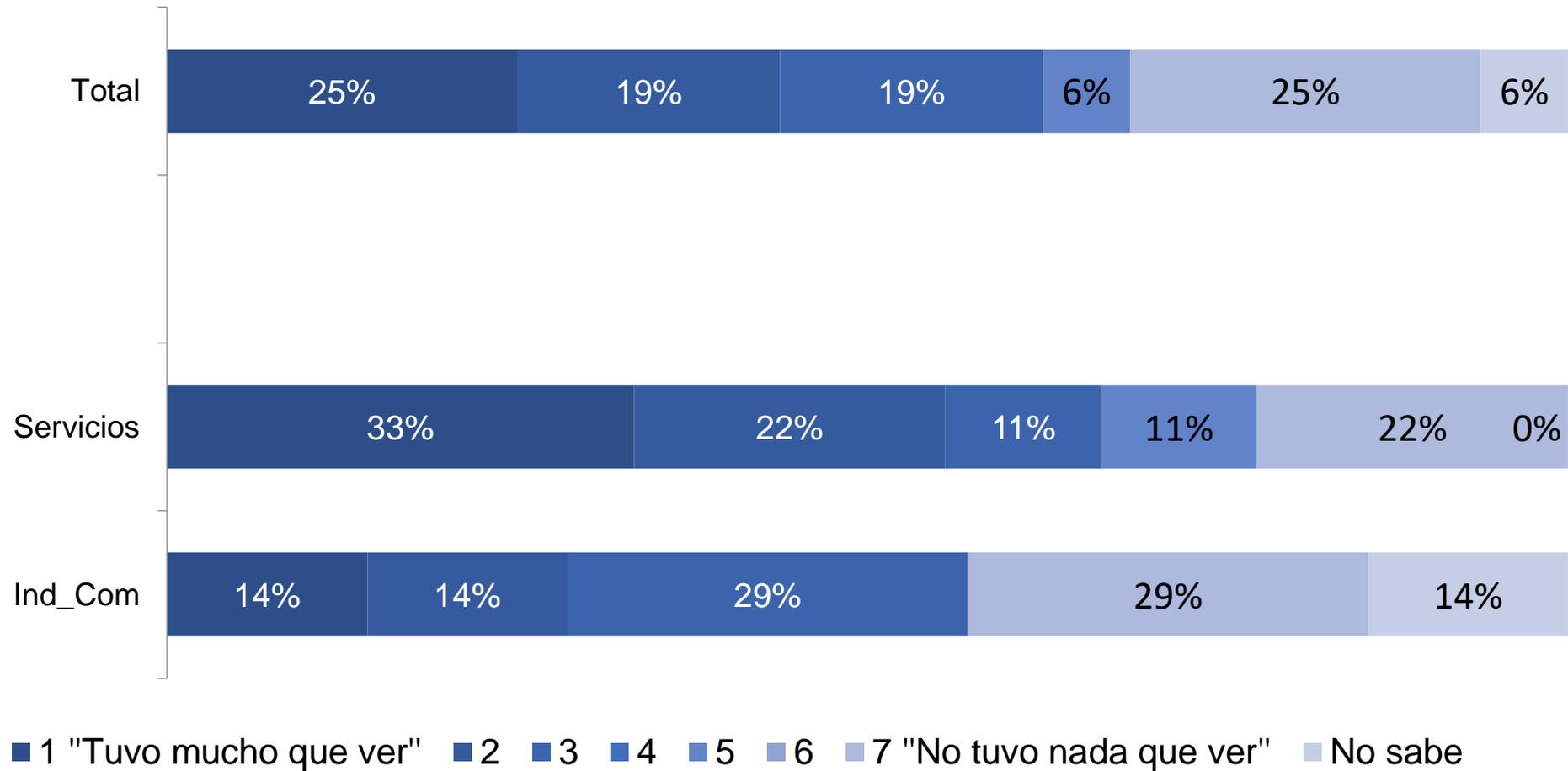


	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Aumento de las ventas	67%	0%	71%	0%	69%
Situación del mercado interno	33%	0%	43%	0%	38%
Aumento de los precios (decisión propia o por causa mercado)	0%	0%	43%	0%	19%
Aumento de la productividad	22%	0%	0%	0%	13%
Situación del mercado externo	11%	0%	14%	0%	13%
Cierre de fronteras	0%	0%	14%	0%	6%
Otras razones	33%	0%	14%	0%	25%
TOTAL	9	0	7	0	16

Razones del aumento de los ingresos (2)

Del 1 a 7 donde el 1 es "tuvo mucho que ver" y el 7 "no tuvo nada que ver", ¿qué tanto tuvo que ver el COVID- 19 en que sus ventas aumentaran?

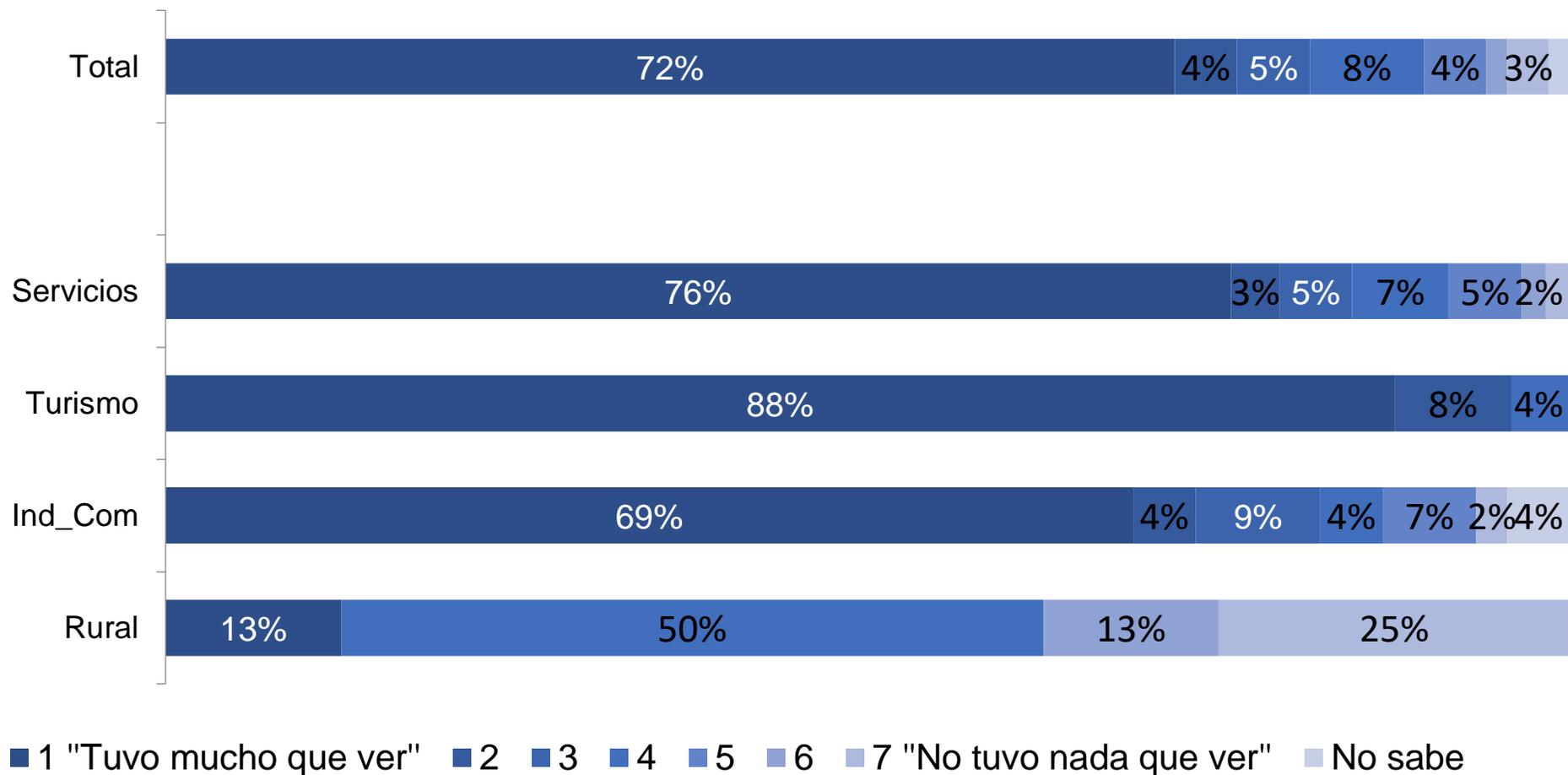
(Base: respondieron las 16 empresas que dijeron que sus ingresos aumentaron)



Razones de la disminución de los ingresos (2)

Del 1 a 7 donde el 1 es "tuvo mucho que ver" y el 7 "no tuvo nada que ver", ¿qué tanto tuvo que ver el COVID- 19 en que sus ventas disminuyeran?

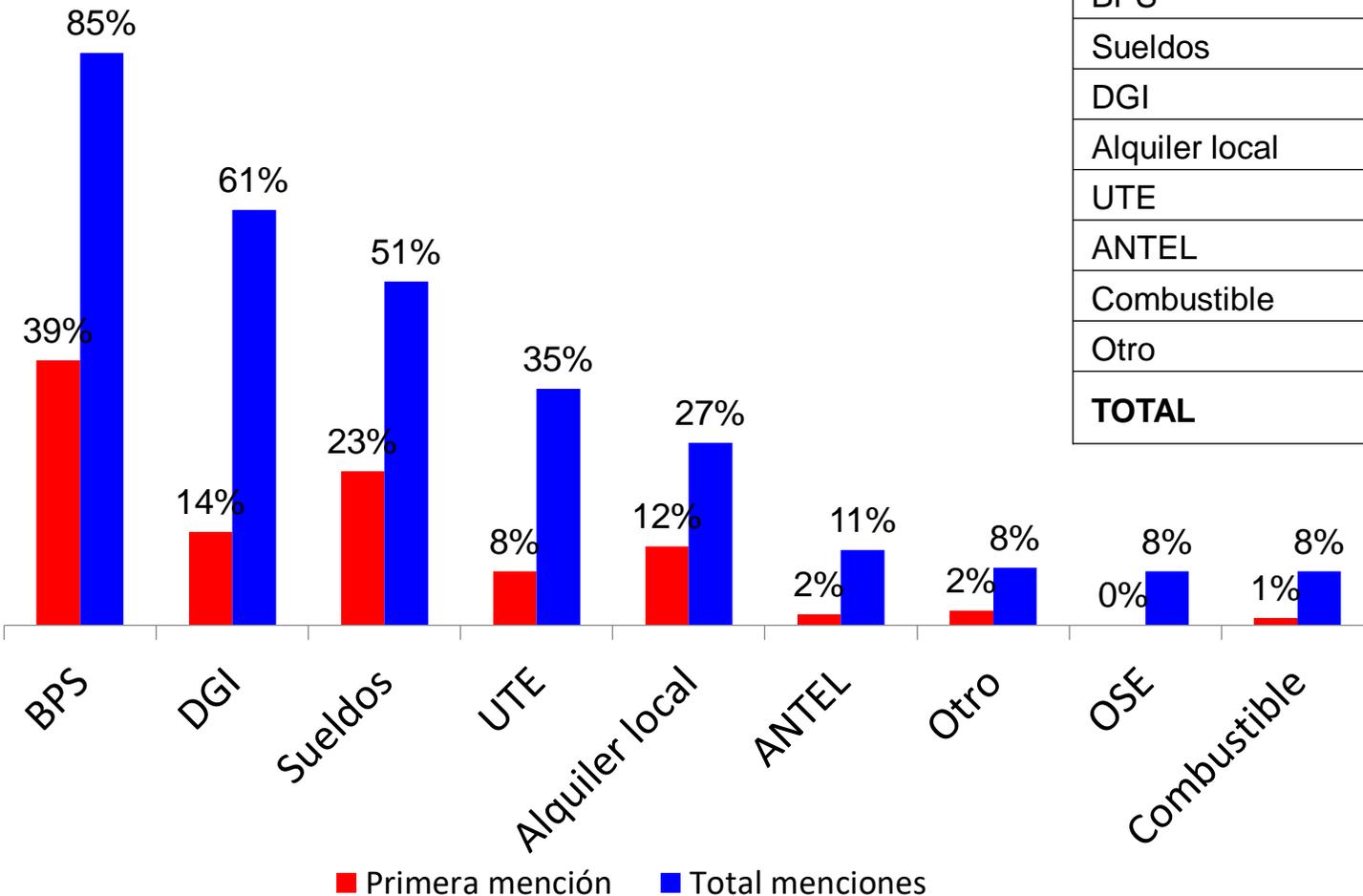
(Base: respondieron las 135 empresas que dijeron que sus ingresos disminuyeron)



Costos fijos que tienen mayor peso en la empresa

¿Cuáles de los siguientes costo/s fijo/s tiene/n mayor peso en su empresa? Marque los tres principales en orden de importancia.

(Base: respondieron las 189 empresas)

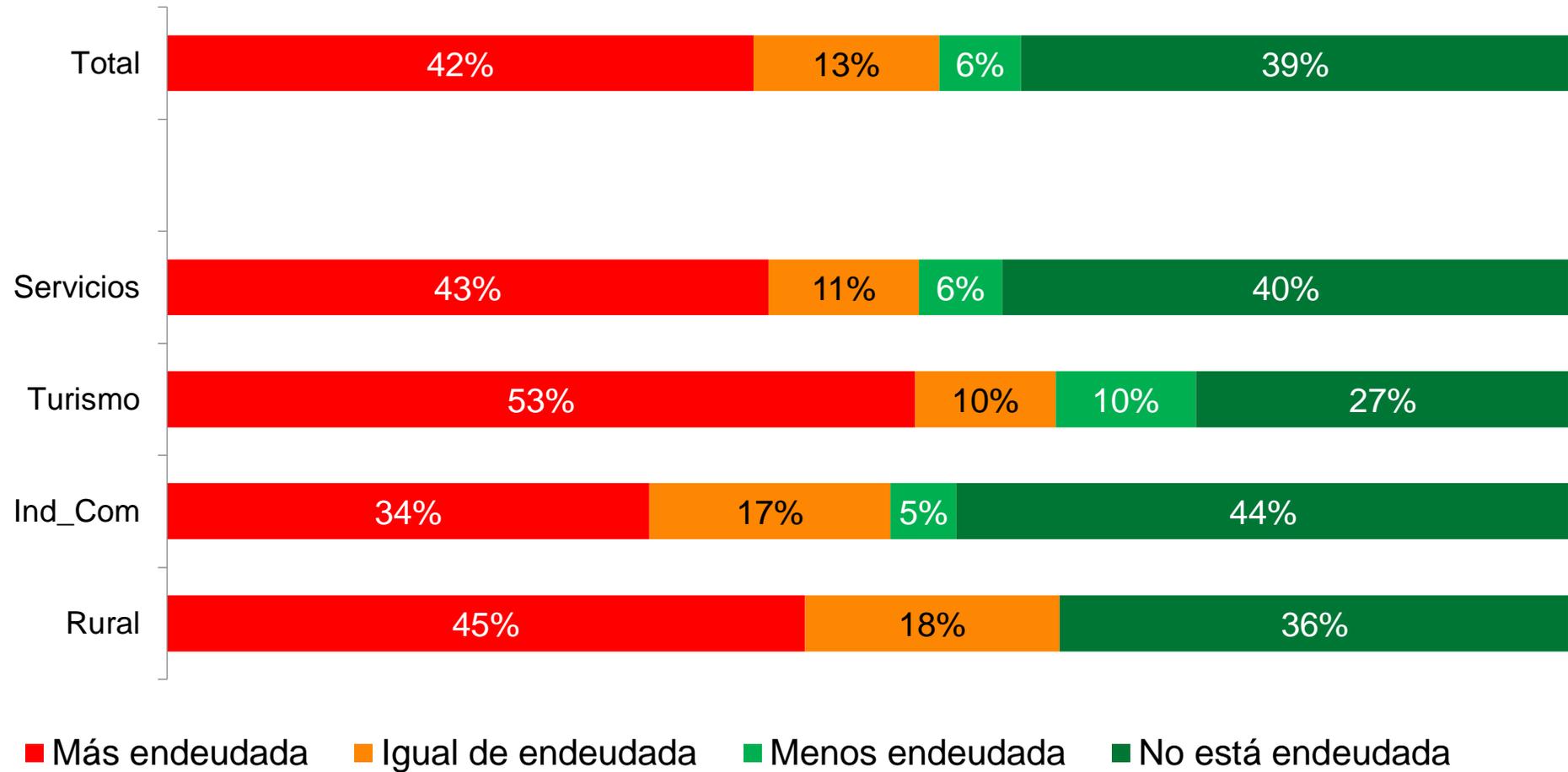


	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
BPS	49%	20%	34%	45%	39%
Sueldos	25%	20%	22%	18%	23%
DGI	8%	20%	19%	9%	14%
Alquiler local	7%	33%	9%	0%	12%
UTE	6%	3%	13%	9%	8%
ANTEL	1%	0%	2%	9%	2%
Combustible	2%	0%	0%	0%	1%
Otro	1%	3%	2%	9%	2%
TOTAL	84	30	64	11	189

En la tabla se muestran los Costos Fijos más mencionados en primer lugar.

Endeudamiento de las empresas (1)

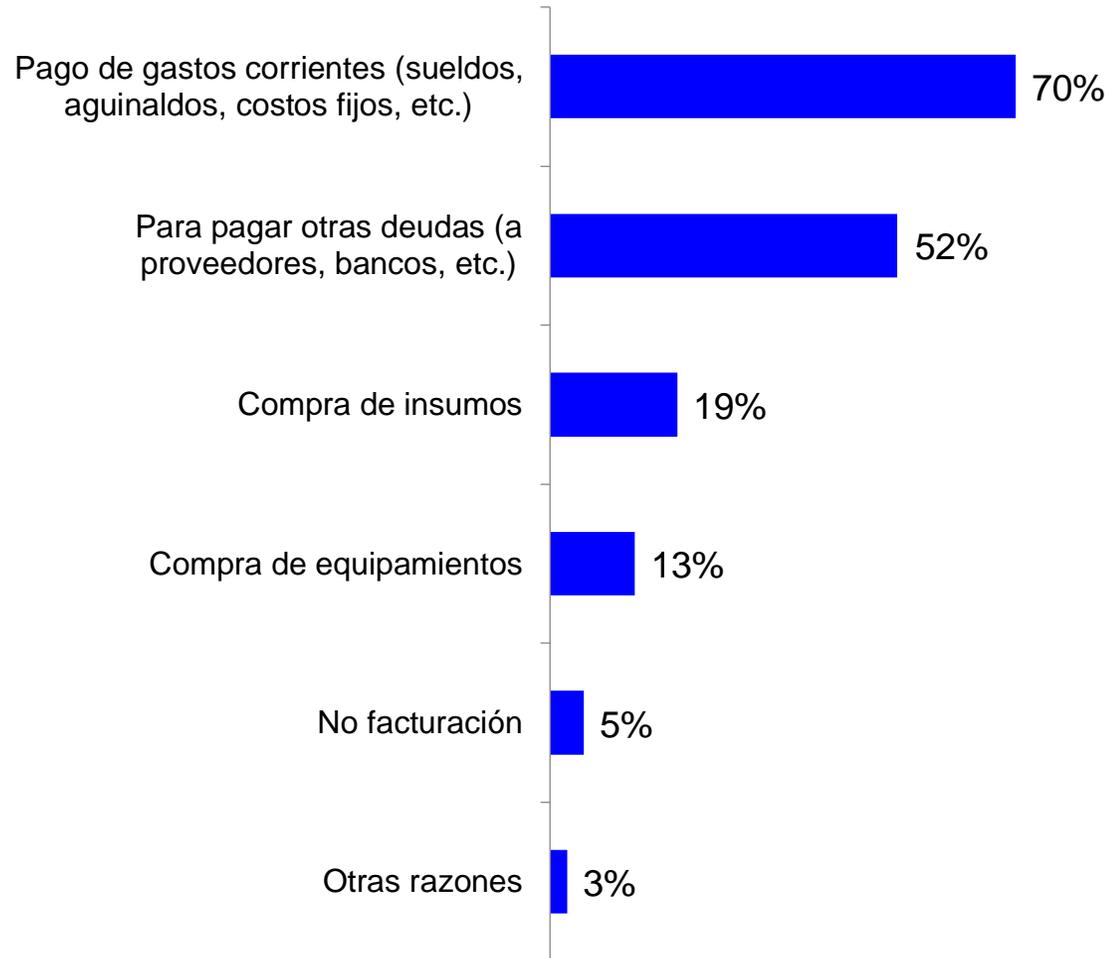
Pensando en el período de abril a octubre de 2020 y comparando con el período de abril a octubre de 2019 su empresa está... (Base: respondieron las 189 empresas)



Razones por las que el endeudamiento aumentó

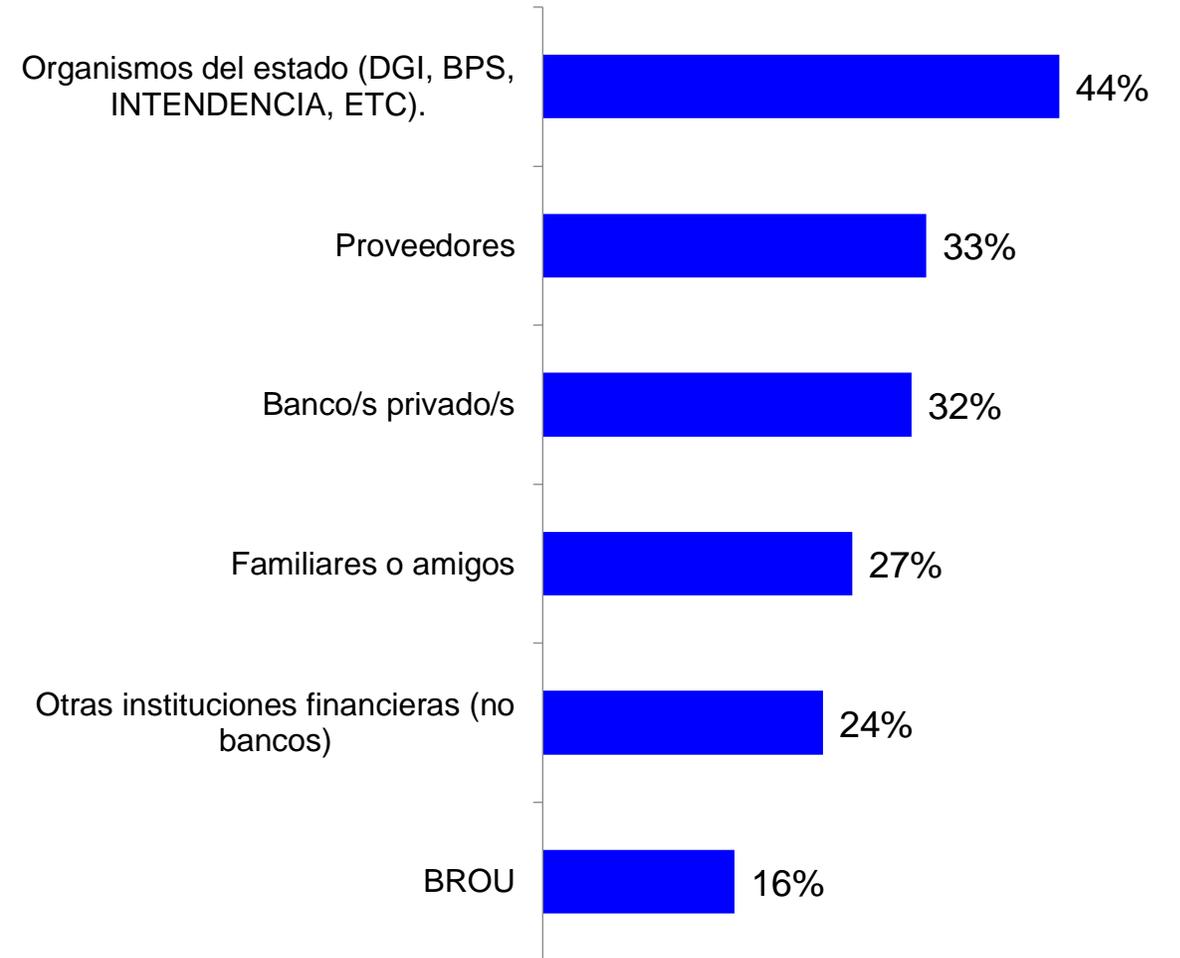
¿Cuáles son las razones por las que el endeudamiento de su empresa aumentó?

(Base: respondieron las 79 empresas que dijeron que el endeudamiento aumentó, respuesta múltiple)



Instituciones con las que se endeudó

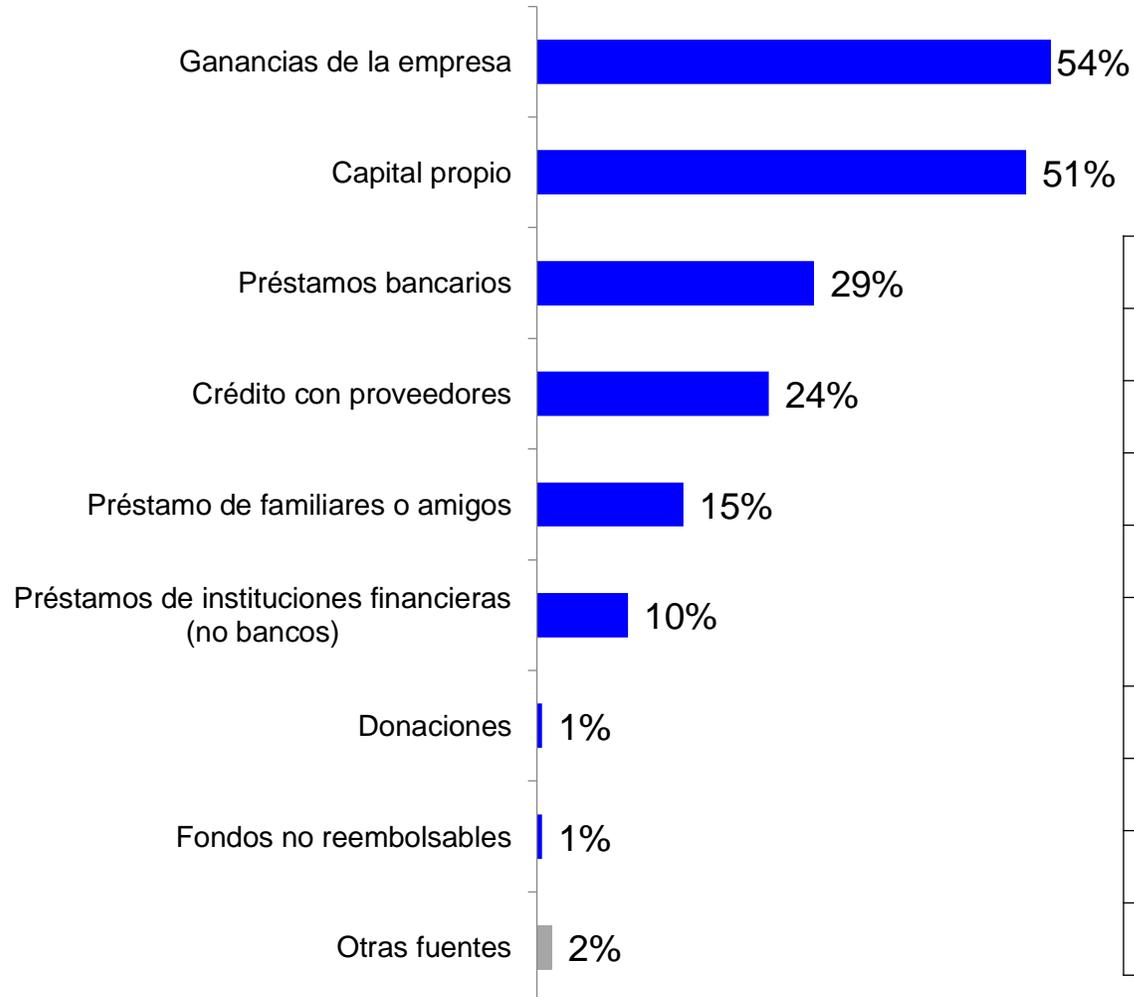
¿Con quiénes se endeudó en el período de abril a octubre de 2020? (Base: respondieron las 79 empresas que dijeron que el endeudamiento aumentó, respuesta múltiple)



Principales fuentes de financiamiento de las empresas

¿Cuáles son las principales fuentes de financiamiento de la empresa?

(Base: respondieron las 189 empresas, respuesta múltiple)



	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Ganancias de la empresa	56%	73%	45%	36%	54%
Capital propio	54%	47%	48%	64%	51%
Préstamos bancarios	19%	43%	35%	36%	29%
Crédito con proveedores	19%	33%	25%	36%	24%
Préstamo de familiares o amigos	12%	20%	16%	27%	15%
Préstamos de instituciones financieras (no bancos)	8%	10%	11%	9%	10%
Donaciones	0%	0%	2%	0%	1%
Fondos no reembolsables	1%	0%	0%	0%	1%
Otras fuentes	1%	0%	3%	0%	2%
TOTAL	84	30	64	11	189

Principales problemas de las empresas

¿Cuáles son los principales problemas de su empresa?

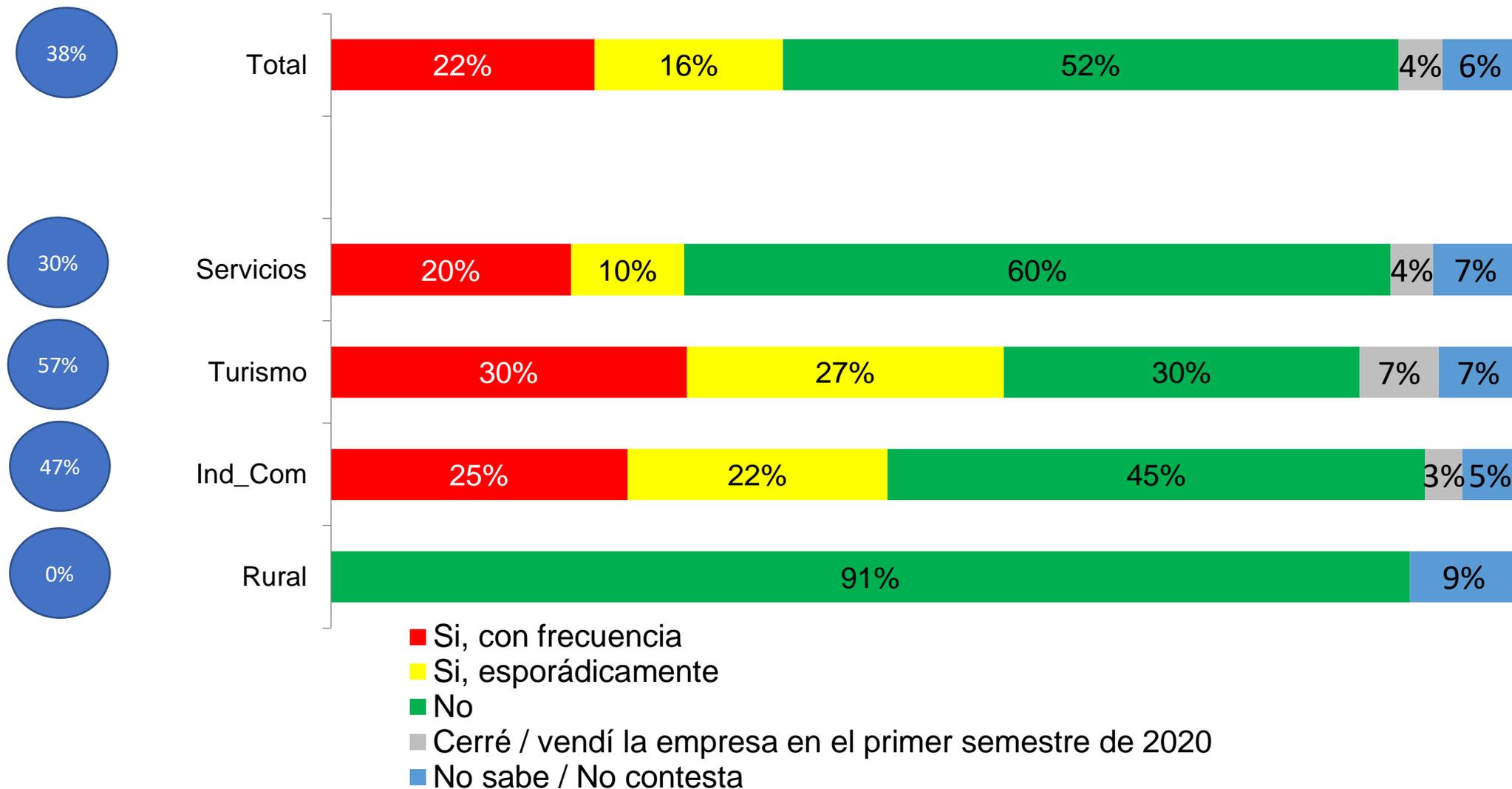
(Base: respondieron las 189 empresas, respuesta múltiple)



	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Disminución de la demanda	60%	77%	58%	45%	61%
Competencia desleal/ informal	54%	50%	48%	0%	48%
Costo de mano de obra	21%	33%	28%	27%	26%
Precios poco competitivos	18%	13%	30%	55%	23%
Baja productividad	21%	33%	11%	45%	21%
Disponibilidad de préstamos	8%	13%	17%	9%	12%
Falta de capacitación para dueños/socios	5%	3%	13%	0%	7%
Riesgos laborales/salud y enfermedad	6%	13%	6%	0%	7%
Calificación del personal	6%	7%	3%	9%	5%
Impuestos y costos altos	1%	0%	5%	0%	2%
Conflictividad laboral / sindicatos	2%	3%	0%	0%	2%
Otras razones	6%	0%	6%	27%	6%
Ninguno	2%	0%	1%	0%	2%
TOTAL	84	30	64	11	189

Intención de cerrar la empresa (1)

¿Ha pensado en cerrar o vender su empresa durante el período de abril a octubre de 2020? (Base: respondieron las 189 empresas)



El valor que está dentro del círculo azul es la suma de los empresarios que dijeron que pensaron cerrar la empresa de manera frecuente y esporádica.

Intención de cerrar la empresa (2)

¿Por qué pensó en cerrar o vender su empresa en el período de abril a octubre de 2020? (Base: respondieron las 79 empresas que han pensado en cerrar o cerraron, pregunta abierta)

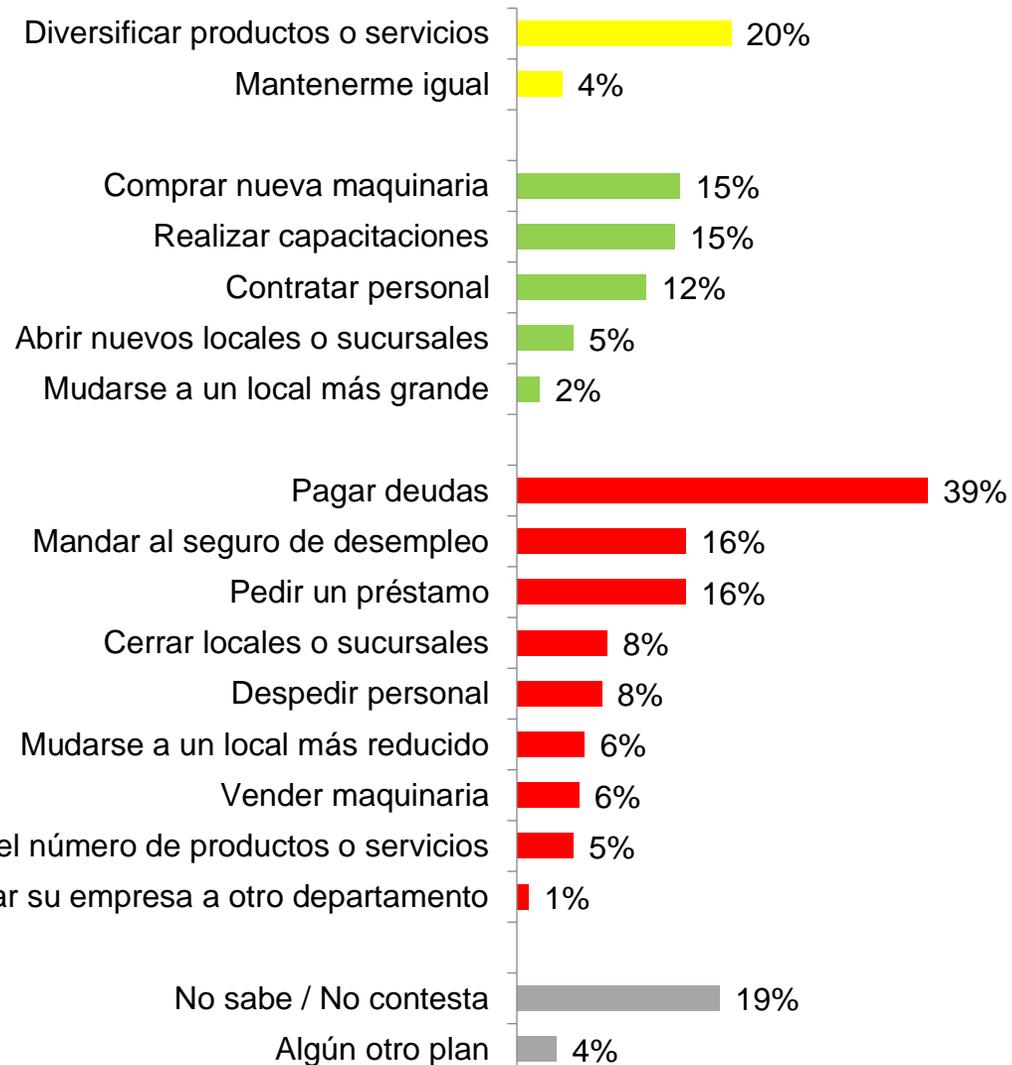


	Servicios	Turismo	Ind_Com	TOTAL
Baja rentabilidad	29%	16%	28%	25%
Costos fijos altos	32%	5%	16%	19%
Por la pandemia	11%	26%	12%	15%
Baja demanda	11%	11%	9%	10%
No hay ingresos económicos	11%	11%	6%	9%
Balance negativo	7%	5%	13%	9%
Altos costos de personal	7%	16%	3%	8%
Endeudamiento	7%	5%	9%	8%
Alta dedicación	4%	5%	13%	8%
Competencia desleal	11%	0%	3%	5%
Incertidumbre	0%	11%	6%	5%
Ausencia de turistas	4%	11%	3%	5%
Pocas medidas de apoyo del Gobierno Nacional	0%	11%	6%	5%
Situación económica del país	0%	5%	3%	3%
Ya lo veníamos pensando	4%	0%	3%	3%
Otras razones	11%	0%	0%	4%
Ninguno	0%	16%	6%	6%
TOTAL	28	19	32	79

Proyección de acciones para 2020

Pensando en los próximos 6 meses, ¿tiene proyectada alguna de estas acciones? .

(Base: respondieron las 189 empresas, respuesta múltiple)



	Servicios	Turismo	Ind_Com	Rural	TOTAL
Pagar deudas	32%	43%	44%	45%	39%
Diversificar productos o servicios	21%	17%	22%	9%	20%
Mandar al Seguro de desempleo	10%	40%	16%	0%	16%
Pedir un préstamo	10%	27%	22%	0%	16%
Comprar nueva maquinaria	14%	13%	17%	18%	15%
Realizar capacitaciones	20%	10%	11%	9%	15%
Contratar personal	12%	17%	13%	0%	12%
Cerrar locales o sucursales	8%	10%	9%	0%	8%
Despedir personal	7%	23%	3%	0%	8%
Mudarse a un local más reducido	4%	13%	8%	0%	6%
Vender maquinaria	6%	3%	8%	0%	6%
Abrir nuevos locales o sucursales	7%	3%	5%	0%	5%
Reducir el número de productos o servicios	2%	10%	8%	0%	5%
Mantenerme igual	7%	0%	2%	9%	4%
Mudarse a un local más grande	2%	0%	3%	0%	2%
Mudar su empresa a otro Departamento	1%	3%	0%	0%	1%
Algún otro plan.	4%	7%	2%	9%	4%
No sabe / No contesta	17%	10%	25%	27%	19%
TOTAL	84	30	64	11	189

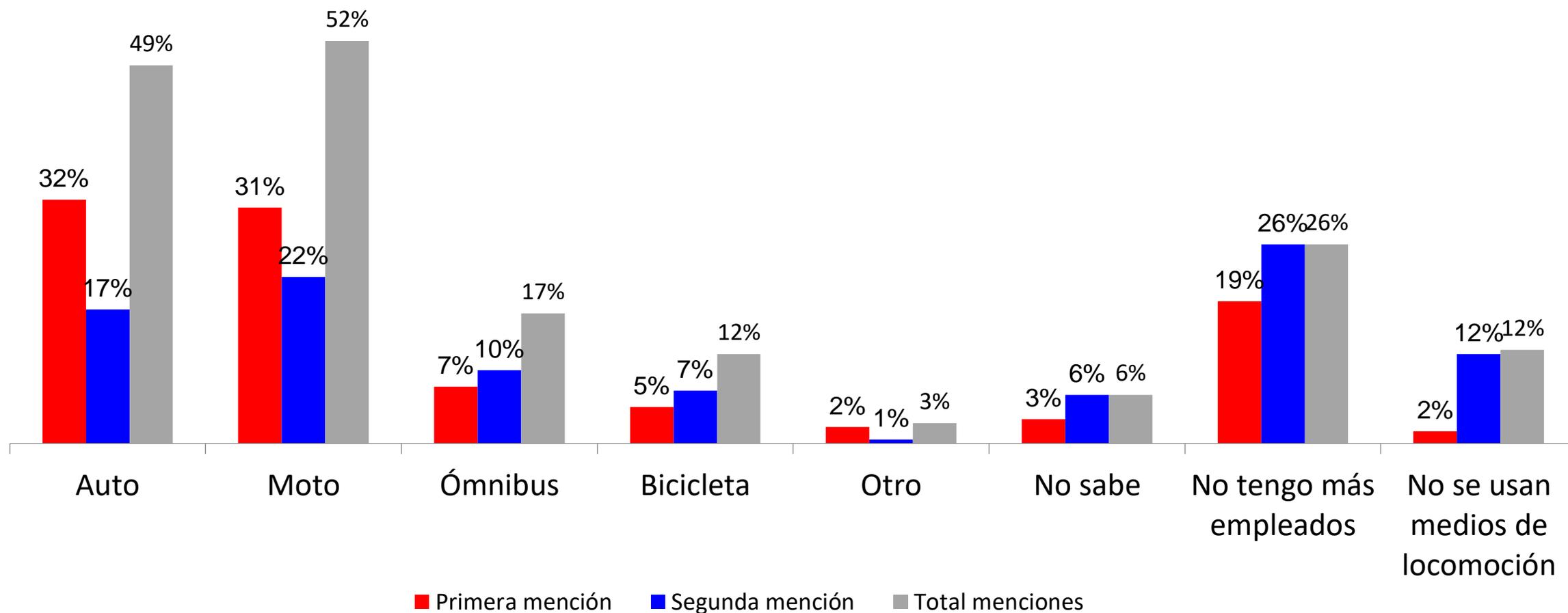


Movilidad

Movilidad: Medios de locomoción más usados

¿Cuáles son los medios de locomoción más utilizados por los empleados?

(Base: respondieron las 189 empresas)





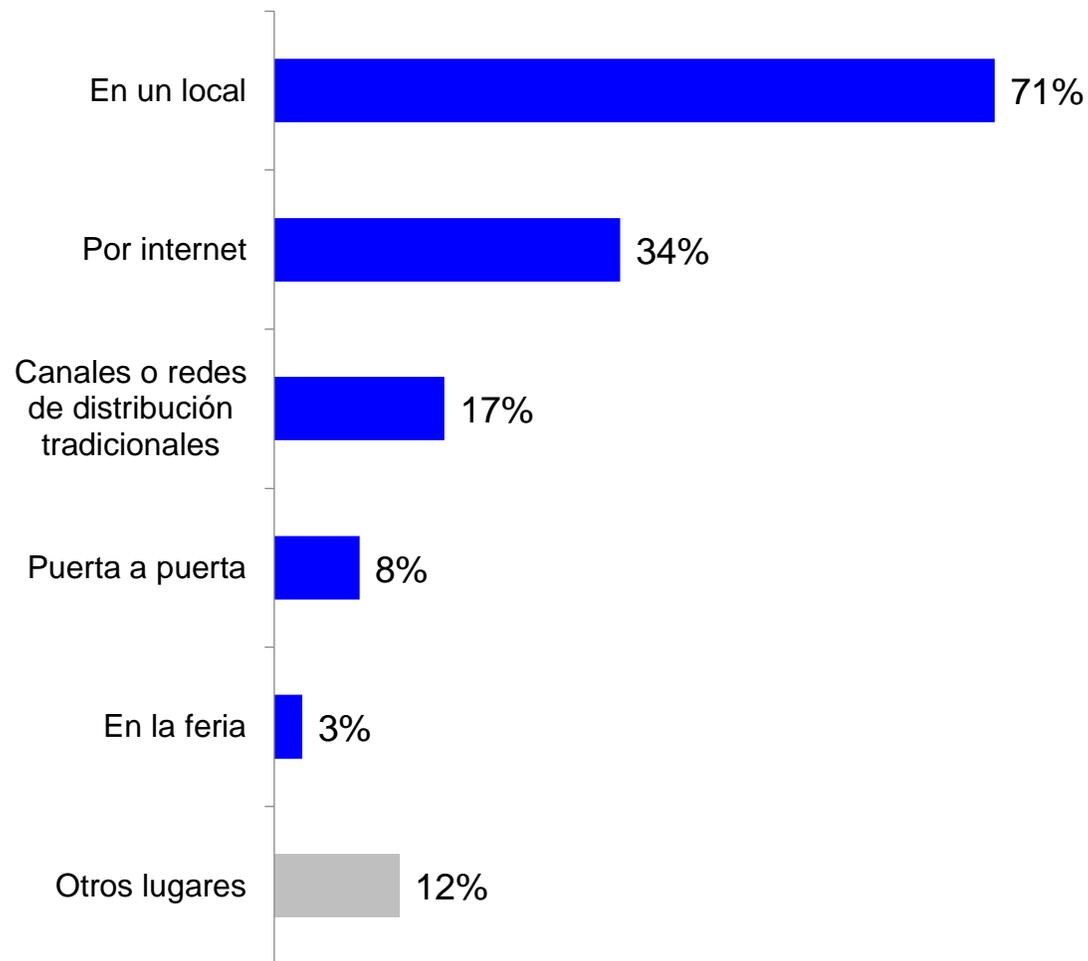
Comercio, Industria y Servicios

**Respondieron 178
empresas**

Lugar de venta de productos

¿Dónde vende sus productos / servicios?

(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio, respuesta múltiple)

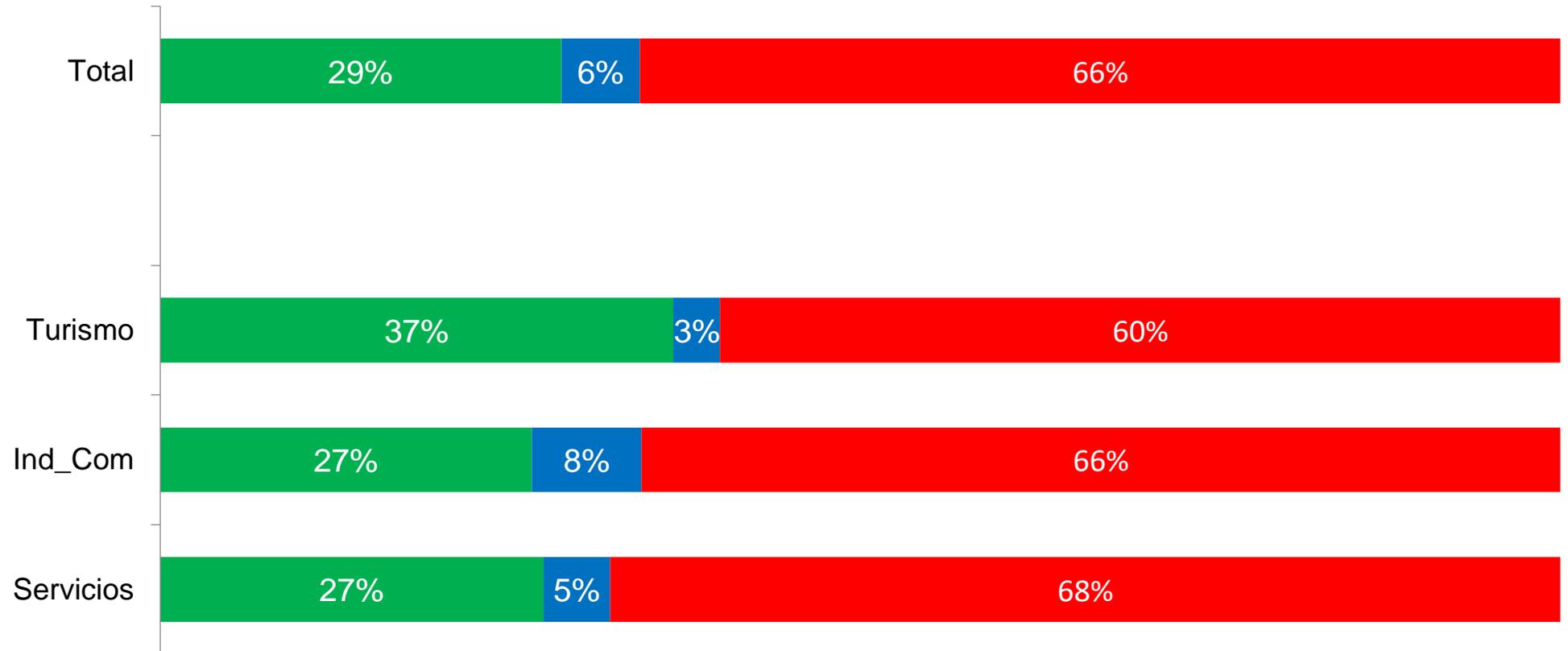


	Servicios	Turismo	Ind_Com	TOTAL
En un local	57%	87%	83%	71%
Por internet	32%	40%	34%	34%
Canales o redes de distribución tradicionales	17%	17%	17%	17%
Puerta a puerta	11%	0%	9%	8%
En la feria	0%	3%	6%	3%
Otros lugares	21%	0%	21%	12%
TOTAL	84	30	64	178

Venta por internet (1)

¿Ya vendía por Internet antes de la pandemia o empezó a vender a partir de la pandemia?

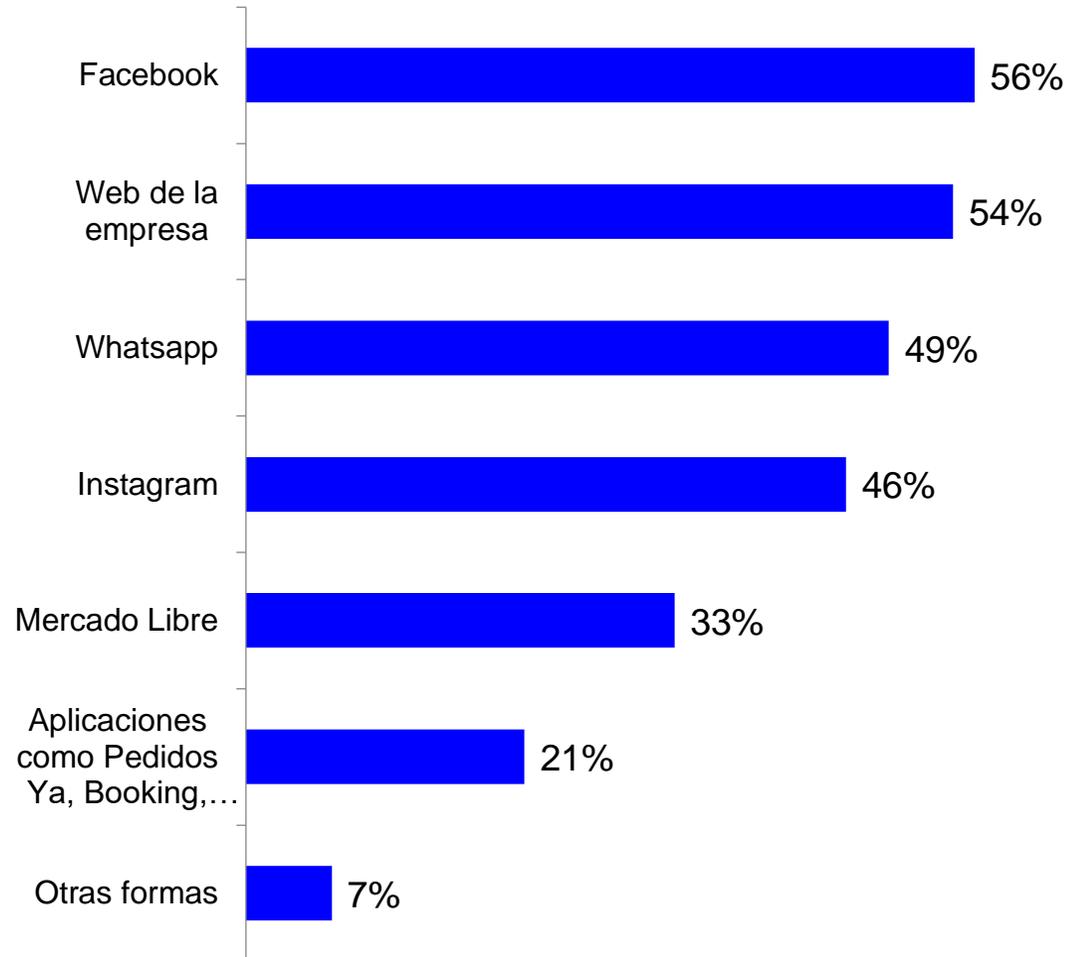
(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio)



- Ya vendía por internet antes de la pandemia
- Comencé a vender por internet a partir de la pandemia
- No vende por internet

Venta por internet (2)

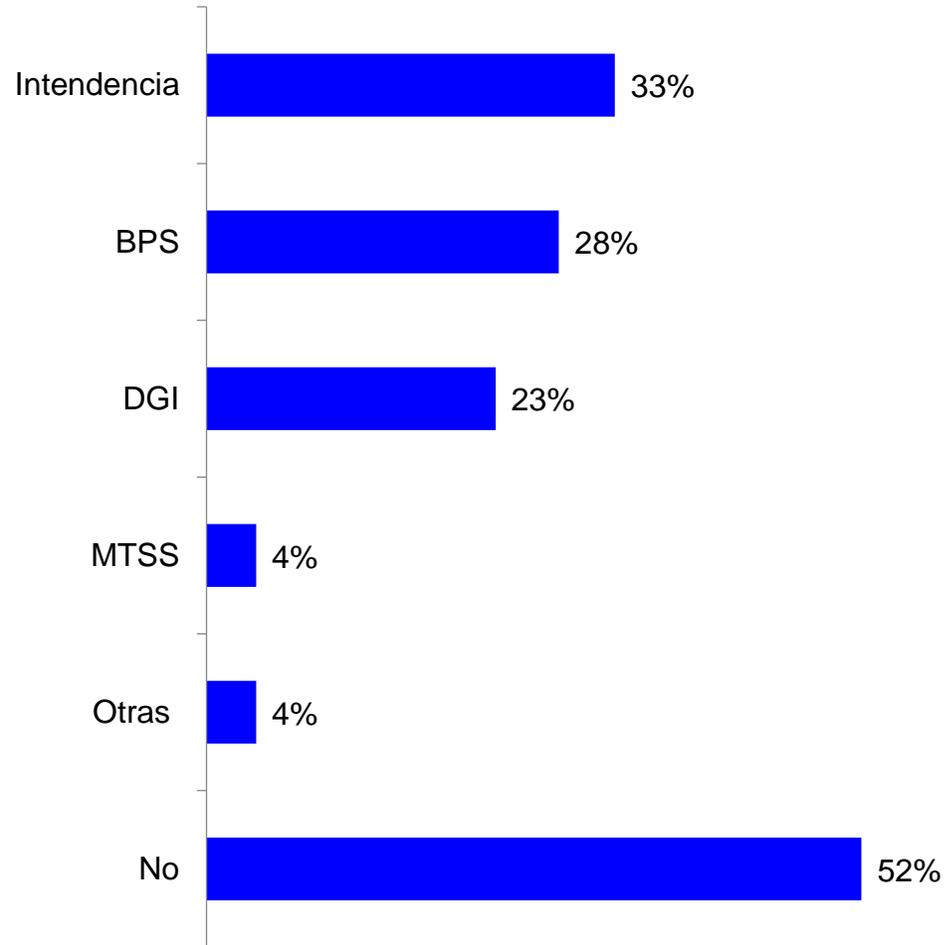
¿Cómo vende por internet? (Base: respondieron las 61 empresas del rubro comercio, industria o servicio que venden por internet, respuesta múltiple)



	Servicios	Turismo	Ind_Com	TOTAL
Facebook	63%	58%	45%	56%
Web de la empresa	70%	67%	27%	54%
Whatsapp	52%	33%	55%	49%
Instagram	41%	50%	50%	46%
Mercado Libre	33%	32%	50%	33%
Aplicaciones como Pedidos Ya, Booking, etc	11%	58%	14%	21%
Otras formas	11%	8%	0%	7%
TOTAL	27	12	22	61

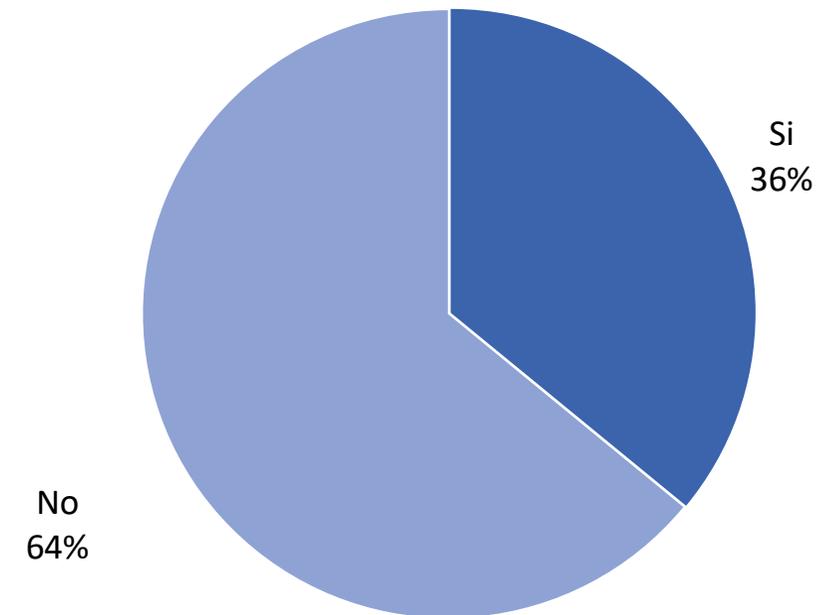
En el año 2020 ¿ha recibido alguna inspección?

(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio, respuesta múltiple)



¿Ha recibido inspecciones de DGI en el año 2019?

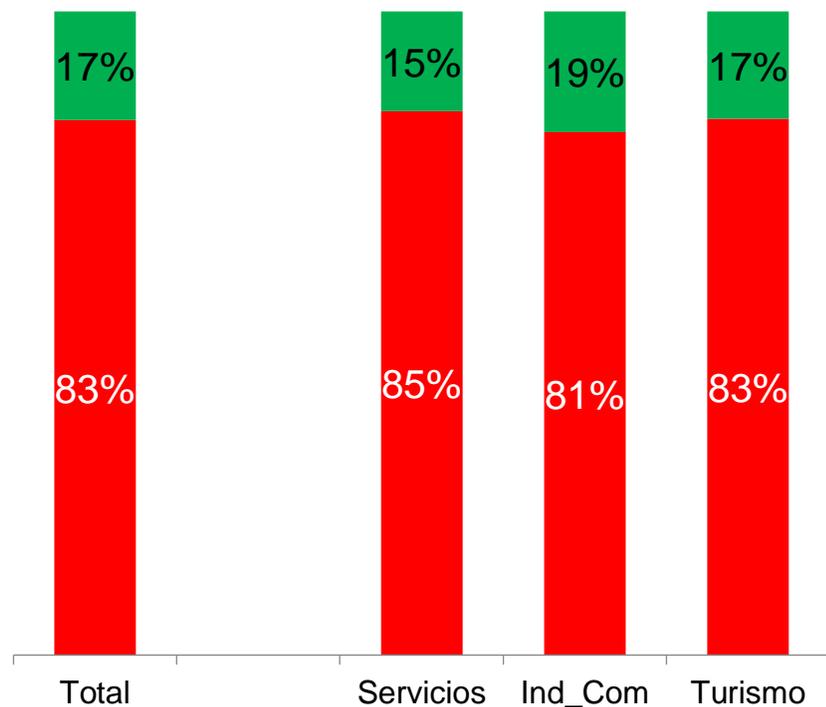
(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio, respuesta múltiple)



Competencia informal

¿En su rubro hay competencia informal?

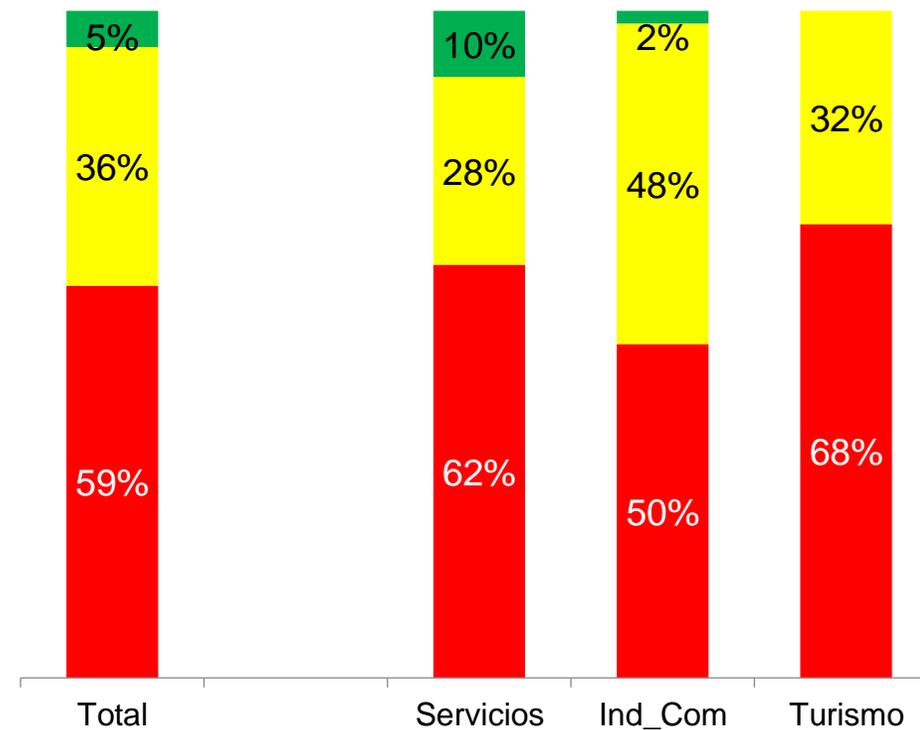
(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio)



■ Si ■ No

¿Cuánto lo ha afectado en sus ventas?

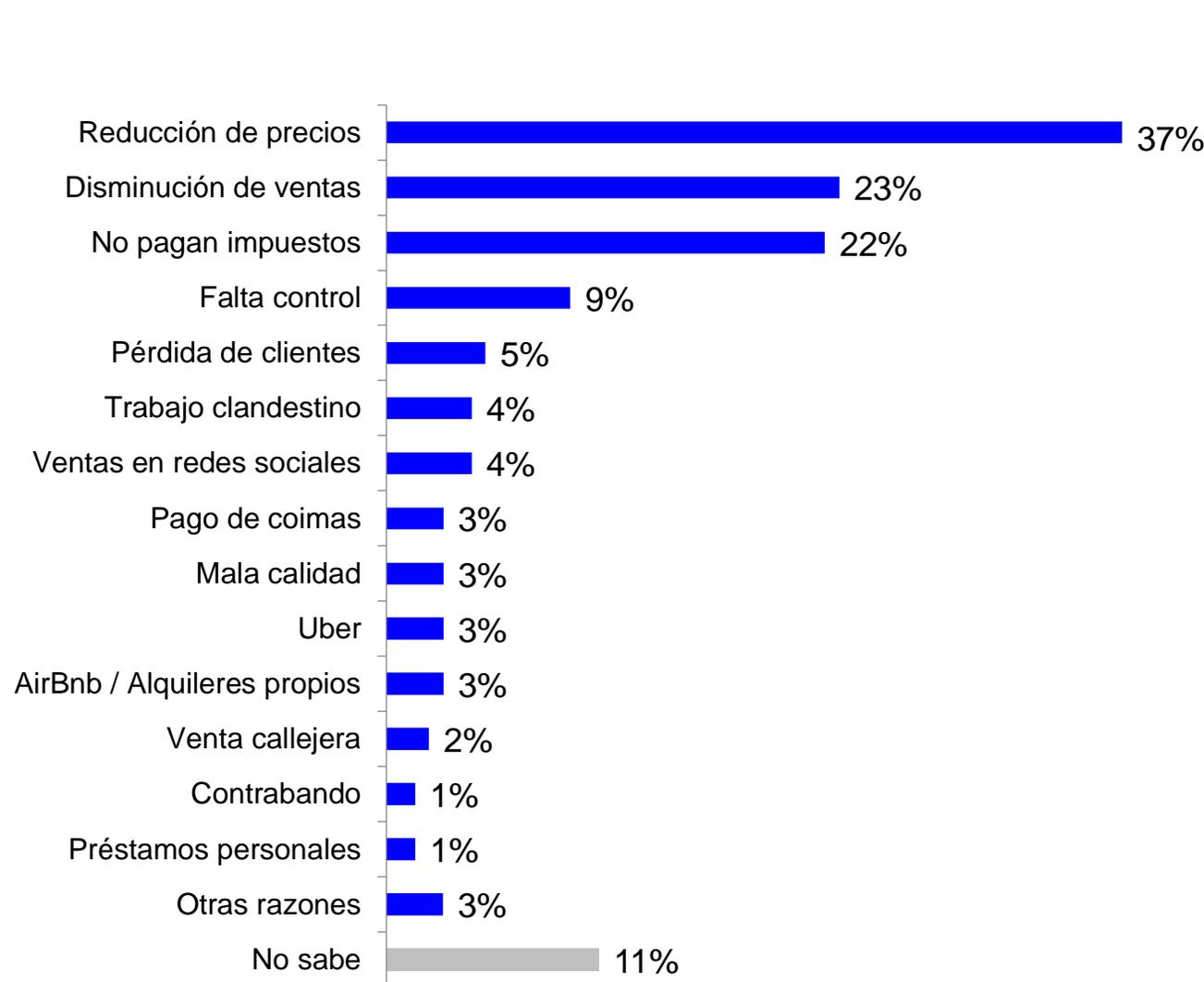
(Base: respondieron las 148 empresas del rubro comercio, industria o servicio que dijeron que hay en su rubro competencia informal)



■ Mucho ■ Poco ■ Nada

Descripción de la afectación de la competencia informal

¿De qué manera lo ha afectado? (Base respondieron las 140 empresas del rubro comercio, industria o servicio que dijeron que la competencia desleal los ha afectado mucho o poco, pregunta abierta)

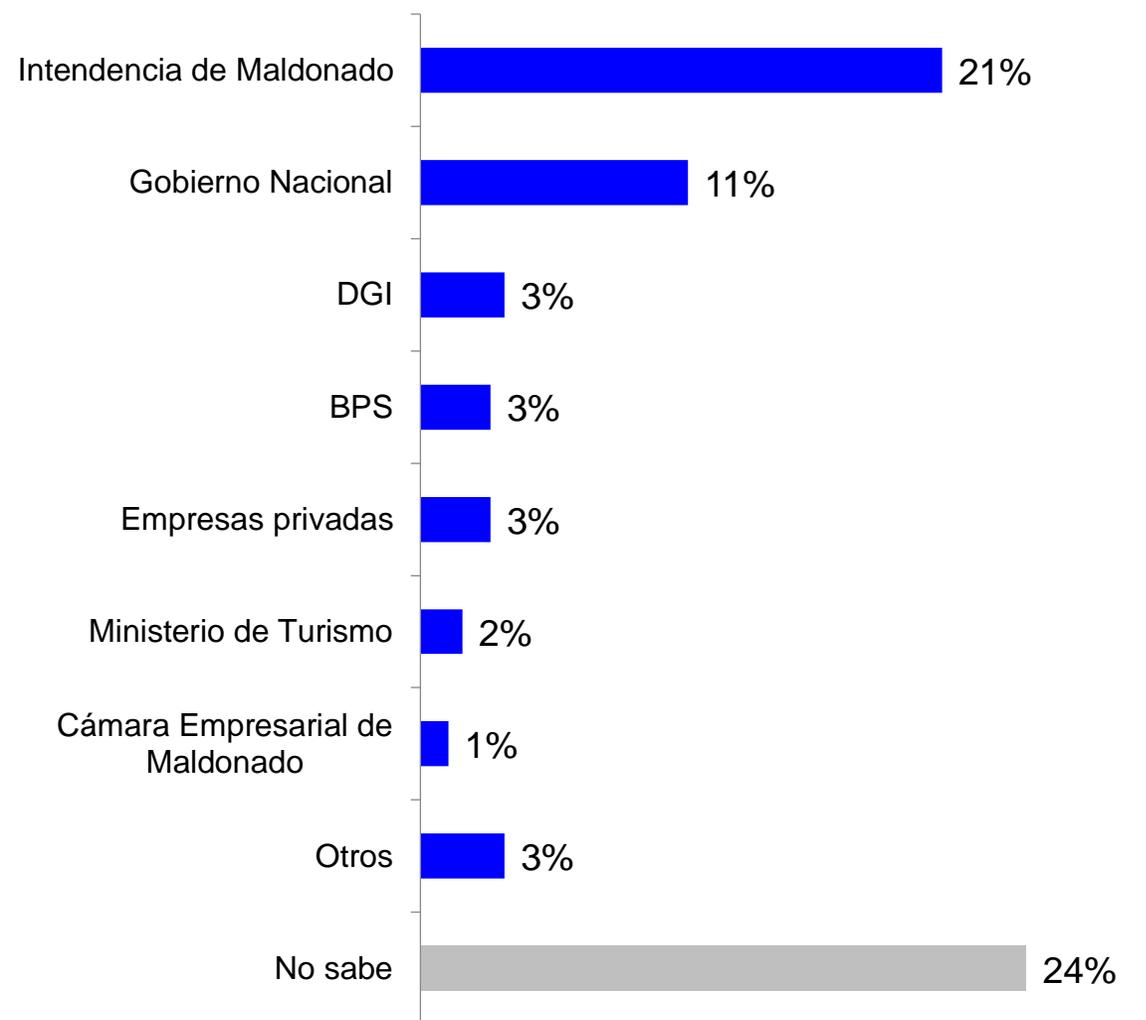
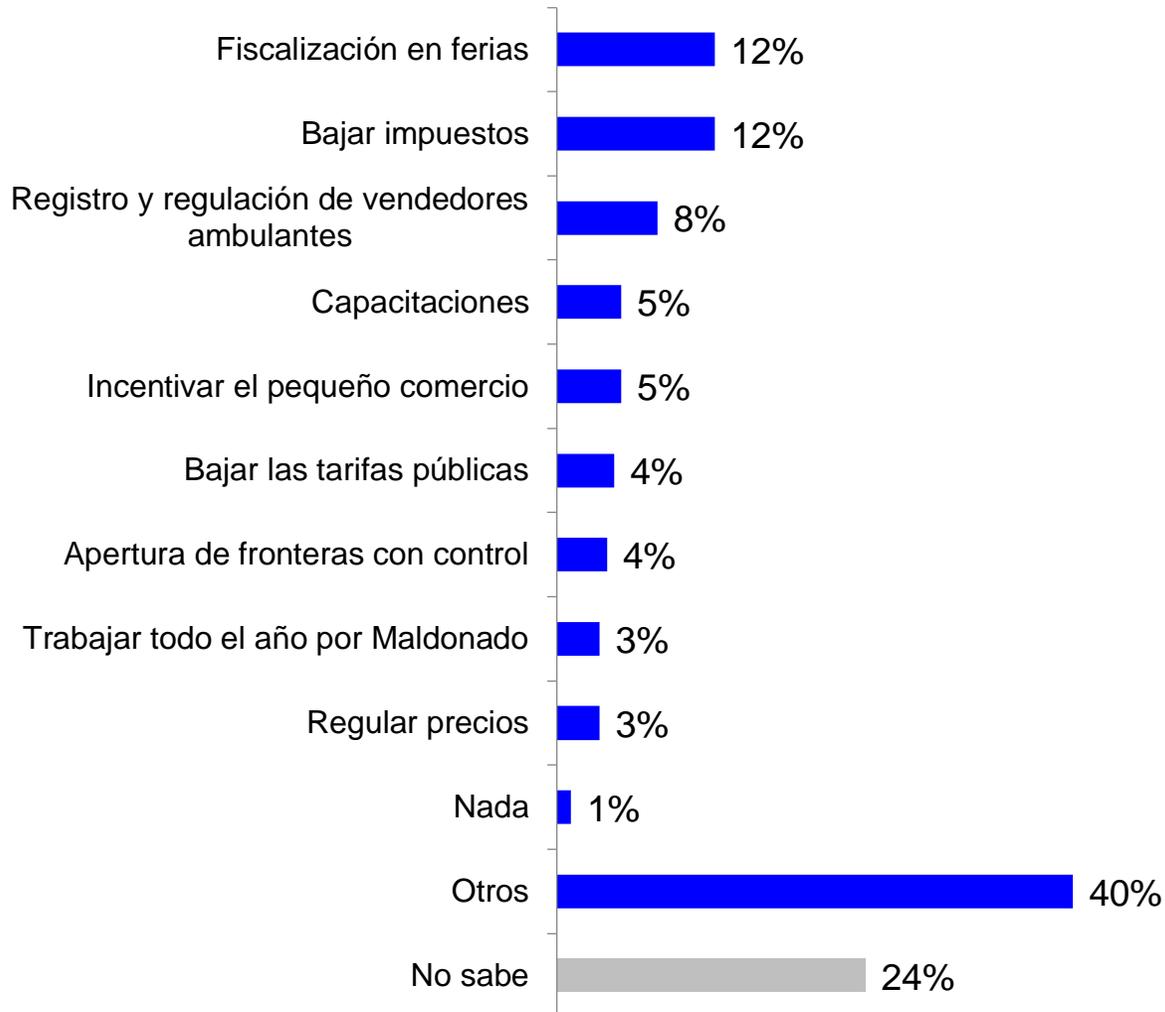


	Servicios	Turismo	Ind_Com	TOTAL
Reducción de precios	31%	44%	41%	37%
Disminución de ventas	18%	20%	29%	23%
No pagan impuestos	22%	20%	24%	22%
Falta control	9%	20%	8%	9%
Pérdida de clientes	6%	4%	4%	5%
Trabajo clandestino	5%	12%	0%	4%
Ventas en redes sociales	6%	0%	4%	4%
Pagan coimas a hoteles y edificios	6%	0%	0%	3%
Mala calidad	5%	4%	0%	3%
Uber	6%	0%	0%	3%
AirBnb / Alquileres propios	3%	8%	0%	3%
Venta callejera	3%	0%	2%	2%
Contrabando	0%	0%	4%	1%
Préstamos personales	2%	0%	2%	1%
Otras razones	2%	4%	4%	3%
No sabe	13%	4%	12%	11%
TOTAL	64	25	51	140

Mejorar comercio en Maldonado

¿Cuáles son en su opinión las actividades o políticas que se deberían llevar adelante para mejorar el comercio en el departamento de Maldonado? ¿Y quién/es deberían llevarlas adelante?

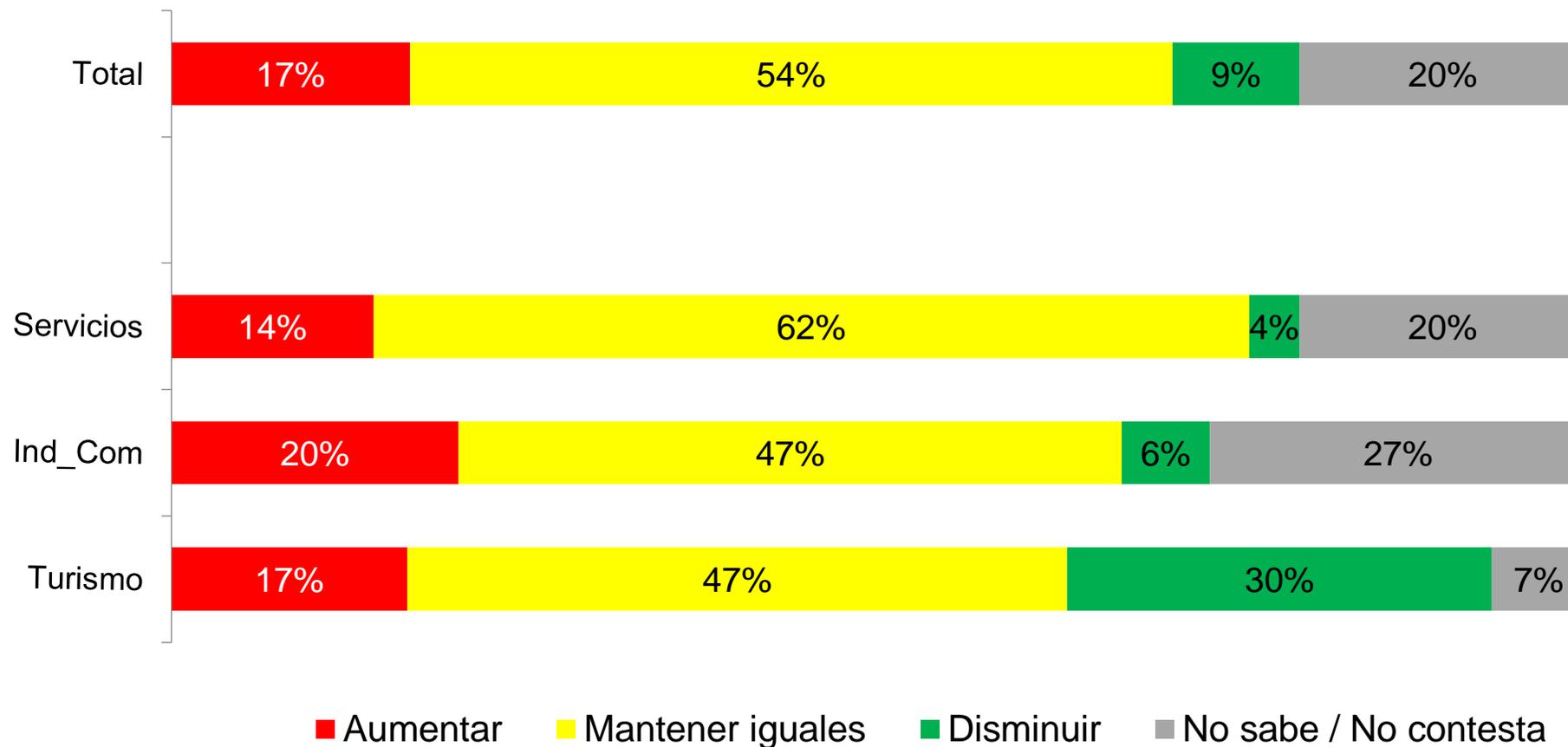
(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio, pregunta abierta)



Proyección de precios (1)

En los próximos 6 meses piensa ¿aumentar, disminuir o mantener los precios de sus productos o servicios

(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio)



Proyección de temporada

Pensando en una escala del 1 al 7, donde 1 es "Pésima Temporada" y 7 "Excelente Temporada", ¿Qué perspectiva tiene de su empresa respecto a la futura temporada turística?

(Base: respondieron las 178 empresas del rubro comercio, industria o servicio)

