

Oportunidades de inversión

# TURISMO



Marzo 2017



**Uruguay XXI**  
PROMOCIÓN DE INVERSIONES  
Y EXPORTACIONES

## Informe Sector Turismo

¿Por qué invertir en el sector turismo en Uruguay?.....	3
Tendencias mundiales en el turismo.....	5
Perfil turístico de Uruguay .....	6
Evolución del sector turístico .....	8
Turismo receptivo en Uruguay.....	8
Tendencias de la última década (2007- 2016). .....	8
Características del turismo receptivo – 2016.....	9
Turismo Cruceros .....	12
Tendencias de la última década (2007- 2016) .....	12
Características del turismo de cruceros 2015-2016.....	13
Turismo Interno en Uruguay .....	15
Perspectivas .....	16
Importancia económica del turismo .....	18
Impacto sobre el PBI .....	18
Impacto sobre el Empleo .....	19
Impacto sobre la Inversión.....	19
Capacidades del Sector .....	25
Institucional.....	25
Ministerio de Turismo .....	26
Herramientas específicas para el desarrollo del sector turístico.....	27
Marca País .....	28
Capital Humano.....	28
Inversión en Infraestructura .....	29
Oferta turística regional .....	31
Mapa de oportunidades de Inversión.....	37

ANEXOS

---

Anexo I. Principales instituciones vinculadas al sector turístico .....	47
Anexo II. Oferta educativa específica para el sector turismo – 2016 .....	48
Anexo III. Ley de Turismo .....	49
Anexo IV. Plan nacional de turismo 2009-2020 .....	50
Anexo V. Normas de regulación del sector .....	51
Anexo VI. Normativa promoción de inversiones.....	52
Anexo VII. Beneficios para los turistas .....	53

## ¿Por qué invertir en el sector turismo en Uruguay?

---

- Uruguay cuenta con un sistema democrático consolidado. Los tres principales partidos han alternado en el Gobierno, manteniendo siempre el respeto por el estado de derecho con normas claras y previsibles.
- Uruguay transita en 2016, el período de crecimiento económico más largo desde que hay registros. Tras 14 años continuos de expansión, se posiciona como el país más equitativo y con mayores ingresos per cápita de América Latina. Se prevé que en 2017 y 2018 el país continúe creciendo y lo haga por encima del promedio de América Latina<sup>1</sup>.
- Uruguay cuenta con una sólida confianza por parte de inversores nacionales y extranjeros. Durante la última década fue el segundo país receptor de Inversión Extranjera Directa (IED) en relación al PIB (5,3%), y el segundo país en utilidades reinvertidas sobre las utilidades totales (61%) de América Latina.
- El turismo cobra cada vez más importancia como actividad productiva a nivel mundial. Se estima que en 2015 representó el 9,8% del PIB y generó 1 de cada 11 puestos de trabajo en el mundo<sup>2</sup>.
- Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), durante la próxima década las llegadas por turismo internacional a las economías emergentes, como la uruguaya, crecerán al doble del ritmo que en las economías avanzadas y para 2030 las economías en desarrollo captarán el 57% (versus 45% en 2014) del total de arribos mundiales<sup>3</sup>.
- El turismo es la principal actividad generadora de divisas en Uruguay. Con ingresos que superan los US\$ 1.800 millones, genera más divisas que los tradicionales rubros de exportación del país.
- Uruguay es el primer país de América del Sur en número de turistas recibidos en función de su población. En 2016 visitaron el país 3.328.450 personas, lo que representa el 98% de la población.
- El turismo en Uruguay ha ganado paulatinamente mayor participación en el producto nacional. En 2015 la actividad turística explicó el 7,1% del PIB de Uruguay y generó cerca de 110.000 puestos de trabajo.

---

<sup>1</sup> Según proyecciones del FMI para Uruguay y América Latina.

<sup>2</sup> <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

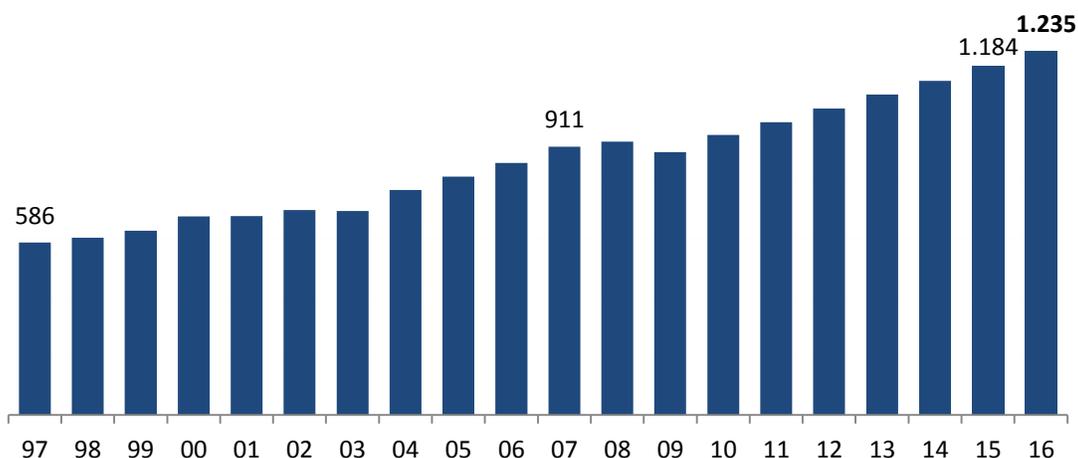
<sup>3</sup> <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

- Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), cuatro de cada cinco viajes internacionales tienen su origen en la misma región. Uruguay se encuentra estratégicamente ubicado sobre el Cono Sur del continente. A una hora de Buenos Aires y dos horas de Asunción, Santiago de Chile y San Pablo, el país tiene un importante potencial como receptor de turistas en la región.
- Uruguay ofrece condiciones naturales muy atractivas que permiten disfrutar de una amplia diversidad de tipos de turismo a muy pocos kilómetros de distancia entre sí. Al tradicional turismo de sol y playa y al turismo urbano se le suman el turismo de espacios rurales y de naturaleza, termal y de relax, náutico, de congresos y eventos, turismo social, entre otros.
- Existe un plan nacional de turismo a largo plazo, que brinda una visión estratégica y consensuada entre el sector público y privado para el desarrollo de la actividad en el país. En 2015 entró en vigencia la Ley de Turismo, que establece esta actividad como un derecho y genera herramientas para mejorar la productividad del sector.
- Existe una política de promoción activa que, a través de la participación en las principales ferias internacionales y una fuerte inversión en campañas publicitarias, se posiciona a Uruguay internacionalmente bajo la marca “Uruguay Natural”, permitiendo resaltar los valores distintivos del país como destino turístico.
- Las mejoras ejecutadas en los últimos años en materia de infraestructura, conectividad y servicios asociados generan condiciones favorables para el turismo y multiplican las oportunidades para el desarrollo de nuevas inversiones.
- En julio de 2016 se inauguró el Centro de Convenciones de Punta del Este, convirtiéndose en una de las más modernas infraestructuras de eventos de América Latina, y para 2018 se prevé la finalización del ANTEL Arena con una inversión cercana a los US\$ 60 millones. Estos dos modernos centros de convenciones pondrán a Uruguay a la vanguardia en desarrollo de infraestructura para el desarrollo de eventos y convenciones en la región.
- Uruguay cuenta con un completo marco legal que brinda reglas de juego claras y las más amplias garantías, promoviendo un clima de negocios favorable con gran estabilidad social, además de conceder atractivos incentivos a los inversores a través de una moderna Ley de Promoción y Protección de Inversiones.
- Existe una reglamentación específica para la promoción del sector turístico, por medio de un régimen especial de promoción de inversiones para los Hoteles Condominio.
- Otros regímenes especiales relacionados con la actividad del sector son los Free Shops y las tiendas de frontera (Tax Free Shops), incentivos tributarios para la inversión en el turismo náutico y para la realización de congresos internacionales.
- Además, se han diseñado incentivos específicos para el turista, con régimen de devolución del IVA para diversos productos y servicios.

## Tendencias mundiales en el turismo

Las llegadas internacionales han crecido casi ininterrumpidamente a una tasa promedio de 4% en los últimos 20 años<sup>4</sup>. Concretamente, en 2016 el número de viajes internacionales se ubicaron en torno a los 1.235 millones, lo que supone un crecimiento de 4% en relación a 2015. La última investigación de World Travel & Tourism Council & Oxford Economics<sup>5</sup>, señala que **la actividad turística en 2016 se expandió por séptimo año consecutivo por encima de la economía mundial**, lo que implica que el sector viene aumentando su contribución al producto global, ubicándose en torno a 10% del PIB (2015).

**Gráfico Nº 1 Número de turistas internacionales. (Millones de personas)<sup>6</sup>**



Fuente: Elaboración Uruguay XXI en base a datos de UNWTO (Annual Report 2015).

Por su parte, **América Latina ha sido la segunda región en el mundo en crecimiento de llegadas internacionales entre 2010-2015**, solo superada por Asia y el Pacífico. En este período, Latinoamérica pasó de recibir 50 millones de turistas en 2010 a 65 millones en 2015, lo que implica un aumento de 5% promedio anual. Siendo 2015 el año de mayor desempeño, con un incremento de 6,5% respecto al año anterior.

Asimismo, la OMT prevé que al 2030 **las llegadas internacionales** alcancen los 1.800 millones de turistas. Las mismas **crecerán al doble del ritmo entre las economías emergentes (4,4% anual), frente a las economías avanzadas (2,2% anual)**. Para el mismo año, se estima que los países en desarrollo tendrán el 57% del total de las llegadas internacionales<sup>7</sup>.

<sup>4</sup> Según cifras publicadas por la OMT

<sup>5</sup> <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>  
<http://www.wttc.org/research/economic-research/monthly-updates/#undefined>

<sup>6</sup> Fuente: World Tourism Organization (2016), UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

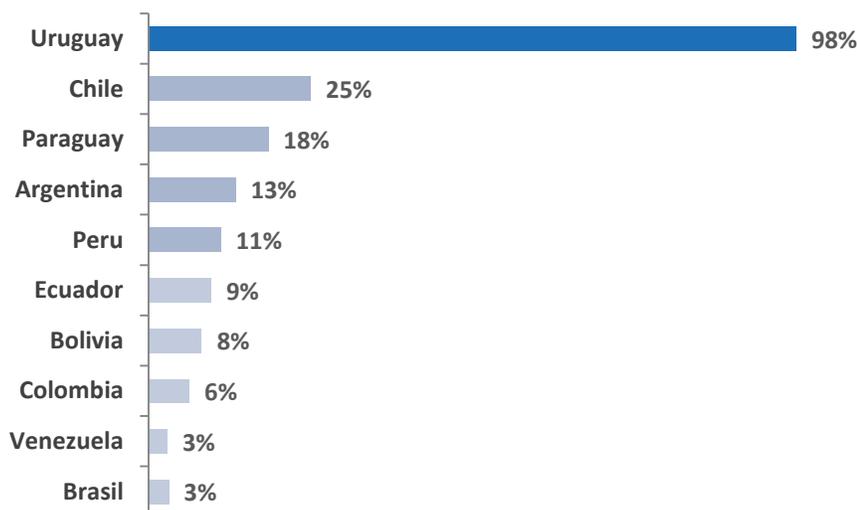
<sup>7</sup> Fuente: Panorama OMT del turismo internacional (Edición 2016)

## Perfil turístico de Uruguay

En los últimos años Uruguay se ha consolidado en el desarrollo de infraestructura hotelera y servicios turísticos de calidad. El país ofrece condiciones naturales atractivas ubicadas a pocos kilómetros de distancia entre sí, y se destaca por tener un conjunto de valores distintivos de la región.

Esas características han contribuido a que **Uruguay sea el país de América Latina que recibe más turistas en relación a su población**. En la última década, el número de llegadas internacionales pasó de representar el 53% de la población, a casi la totalidad de la misma. Con una población estable, esto refleja un crecimiento en el número de turistas que llegan al país.

**Gráfico Nº 2 – Llegada de turistas internacionales a América del Sur en relación a su población 2016. (Turistas/Población).**



Fuente: Uruguay XXI en base a datos de OMT y FMI.

El **sector turístico** ha tenido un comportamiento dinámico dentro del PIB, convirtiéndose en la **principal actividad generadora de divisas**, (considerando individualmente los principales productos de exportación). Concretamente, en 2016 los ingresos derivados del gasto de turistas internacionales superaron los US\$ 1.800 millones y esta actividad empleó cerca de 110.000 personas.

El crecimiento sostenido que ha mostrado el sector, no solo se debe al desempeño de las llegadas internacionales. El número de uruguayos que salen de su entorno habitual para vacacionar o visitar diferentes lugares del país se ha expandido a un buen ritmo en los últimos años, impulsado por las mejores condiciones económicas de los hogares, que en 2016 transitaron su decimotercer

año consecutivo de crecimiento real de salarios e ingresos<sup>8</sup>. Esto devino en un fuerte ascenso de la clase media, que en último año representó el 61% de la población del país<sup>9</sup>. El proceso de crecimiento con equidad que ha experimentado Uruguay en la última década, ha permitido un aumento significativo del consumo interno y particularmente del gasto turístico de uruguayos.

Estratégicamente ubicado en el Cono Sur, Uruguay tiene un mercado potencial de 95 millones de turistas -considerando únicamente las grandes ciudades a menos de 2.000km de distancia-.

**Figura 1- Principales ciudades de la región, tiempo de vuelo a Uruguay**



Para los próximos años, Uruguay apuesta a seguir desarrollando el sector turístico a partir de la especialización en aquellos segmentos para los cuales cuenta con fuertes ventajas comparativas. El país viene realizando importantes inversiones -aproximadamente US\$ 120 millones- en dos modernos centros de convenciones: Punta del Este Convention Center (inaugurado en Julio 2016), y Antel Arena (en construcción), con capacidad para albergar grandes eventos a nivel regional e internacional. Asimismo, Uruguay brinda un conjunto de incentivos para la organización de eventos y congresos internacionales a través de los cuales están exonerados de IVA: los arrendamientos de sala de convenciones, los servicios de organización de eventos internacionales, y la matrícula de inscripción. Todo esto posiciona a Uruguay como un país con gran potencial en el desarrollo de este segmento.

<sup>8</sup> El Índice de salario real creció en los últimos 10 años a una tasa promedio de 3,3% anual (Uruguay XXI en base a INE).

<sup>9</sup> Según BID: Pulso social de América Latina y el Caribe 2016: Realidades y perspectivas, <https://publications.iadb.org/handle/11319/7863>

## Evolución del sector turístico

---

### Turismo receptivo en Uruguay

De acuerdo a la OMT, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo refiere a sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. El turismo receptivo, por lo tanto, engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en nuestro país<sup>10</sup>.

#### Tendencias de la última década (2007- 2016).

**Las llegadas internacionales a Uruguay mantuvieron** una tendencia creciente durante la última década. El número de visitantes que arriban al país cada año pasó de 1,8 millones en 2007, a 3,3 millones en 2016, lo que supuso **un crecimiento anual de 6% promedio en los últimos diez años**.

Si bien las llegadas internacionales son un buen termómetro para evaluar el desempeño del sector, el impacto de la actividad turística en la economía es cuantificable a través de los efectos que tiene sobre de la producción y el empleo, siendo su principal determinante el gasto turístico agregado.

El ingreso de divisas por turismo tuvo un crecimiento acelerado durante los primeros años de la última década. Concretamente, en el período 2007-2011 los ingresos de divisas pasaron de representar US\$ 809 millones a US\$ 2.200 millones. En los tres años posteriores, se registraron caídas consecutivas en los ingresos, causado entre otros factores, por políticas proteccionistas implementadas por el gobierno de Argentina -principal emisor de turistas del país-, que implicaron restricciones en la compra de divisas, y aumentos de impuestos al uso de tarjetas de crédito en el exterior, para los residentes del vecino país. En 2015 el levantamiento de dichas medidas, implicó un fuerte retorno de turistas argentinos, al tiempo que, el gasto agregado tuvo una recuperación más lenta, debido a la disminución de la estadía promedio, que contuvo el efecto positivo de las llegadas internacionales.

---

<sup>10</sup> <http://mintur.gub.uy/index.php/es/turismo-receptivo>

**Gráfico N°3 – Llegada y gasto de turistas internacionales a Uruguay (Millones de visitantes y Millones de US\$)**



Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR, 2016 estimación CINVE.

Como se puede apreciar, el gasto agregado depende principalmente del comportamiento de tres variables: el número de turistas que ingresan al país; el gasto diario que realizan; y el tiempo de estadía.

Si se analiza el desempeño de estas variables y su impacto sobre del gasto agregado, se observa que en Uruguay la estadía promedio presentó una caída cercana al 24% en la última década, que pasó de 7 a 5 días y medio.

Por su parte, el gasto diario por turista creció 63% en términos nominales durante la última década, lo que representó un aumento promedio anual de 5%. Esto se debió a dos dinámicas distintas en el período. Entre 2007-2011, el gasto diario aumentó de US\$ 61 a US\$ 118, lo que implicó un crecimiento de 14% anual. En los años subsiguientes, el comportamiento fue a la baja, pasando de US\$ 118 en 2012 a US\$ 95 en 2015. Por último, en 2016 se registró un leve aumento (3,5%), que ubicó al gasto diario en los US\$ 99. Por lo tanto, se puede concluir que en **Uruguay** –en los últimos años- **ha habido una tendencia entre los turistas a realizar estadías más cortas y mantener un mayor control sobre el gasto**, en línea – según expertos- con el comportamiento mundial de los últimos años<sup>11</sup>.

### Características del turismo receptivo – 2016

**En 2016 ingresaron al país 3.328.450 turistas**, sin tener en cuenta: cruceros, ni turistas que cruzan la frontera seca para hacer compras<sup>12</sup>, **y gastaron US\$ 1.824 millones**. Sin embargo, las cifras incluyen visitantes en tránsito hacia otros destinos, que en comparación con 2015 aumentaron

<sup>11</sup> Subsecretario de Turismo y Deporte de Uruguay al observador <http://www.elobservador.com.uy/pese-reduccion-las-estadias-se-afianza-record-temporada-n1018526>

<sup>12</sup> Turistas mayoritariamente brasileños que típicamente se alojan una o dos noches en la ciudad de Rivera para realizar turismo de compras (Free-Shop)

50%. Si se toman únicamente los turistas que llegaron al país teniendo como destino final a Uruguay, el número fue de 3.055.587 visitantes, lo que igualmente implicó un récord histórico y significó un aumento de 10% frente a 2015.

Las llegadas internacionales se encuentran concentradas por origen. **El 85% de los visitantes extranjeros que llegaron a Uruguay en 2016 provino de los dos países limítrofes.** Se destaca la suba en el número de **turistas argentinos**, que en el último año aumentó 25%, lo que representa 433.000 turistas más que en 2015, totalizando **2.140.000 turistas argentinos**. Por su parte, el ingreso de turistas chilenos se incrementó 5%, mientras que los uruguayos no residentes cayeron 19%. En relación al resto de orígenes regionales no se encuentran cambios relevantes. En cuanto a los turistas extra-regionales, se destaca el aumento desde otros orígenes, que subió 6,7% y los visitantes norteamericanos que aumentaron un 2%. Por su parte, los turistas europeos disminuyeron en 3%. Por último, si bien Paraguay tiene un peso reducido en nuestra matriz receptora de turistas - representan 1,6% sobre el total-, los visitantes que llegan desde dicho país son quienes mantienen estadías más prolongadas, y registran el mayor gasto por persona, unos US\$ 1.022, que casi duplica el gasto del turista medio (US\$ 548).

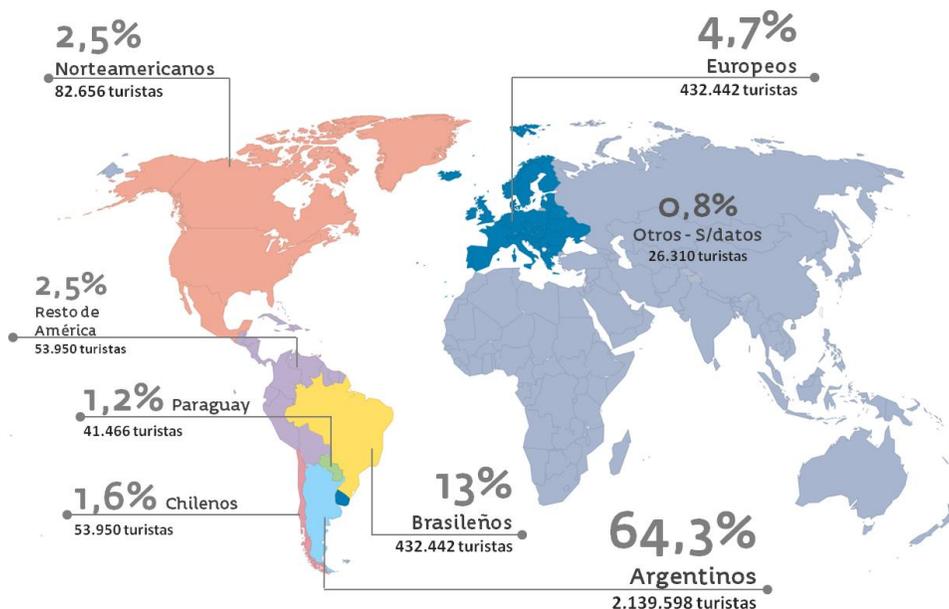
La estadía promedio sufrió una caída de 11% en el último año, pasando de 6,2 días en 2015 a 5 días y medio en 2016. Es importante tener presente el aumento de 50% en el número de turistas en tránsito durante el último año, una vez excluidos, la estadía promedio para 2016 se ubicó en los 6 días, lo que significó una caída de 9% en relación al año anterior. Por otro lado, el gasto promedio diario que realizaron los turistas durante 2016 fue de US\$ 99, lo que representó una suba de 3,5% frente a 2015.

Las evoluciones de todas estas variables implicaron para 2016 un **crecimiento del ingreso total de divisas por turismo del orden del 3% en dólares corrientes**, lo que en función de la evolución del tipo de cambio y de los precios internos, representó un aumento del 4% en términos reales en relación a 2015.

Si se analiza la evolución anual de los principales rubros del gasto se destaca el crecimiento de 38% que tuvo el rubro Recreación y Cultura, que significó US\$ 43 millones más que 2015, alcanzando US\$ 158 millones. Otro rubro de gran desempeño fue Compras, que aumentaron US\$ 47 millones en el último año, representó un aumento del 25% en relación al año anterior. Por otro lado, el rubro Tours presentó una caída de 16%.

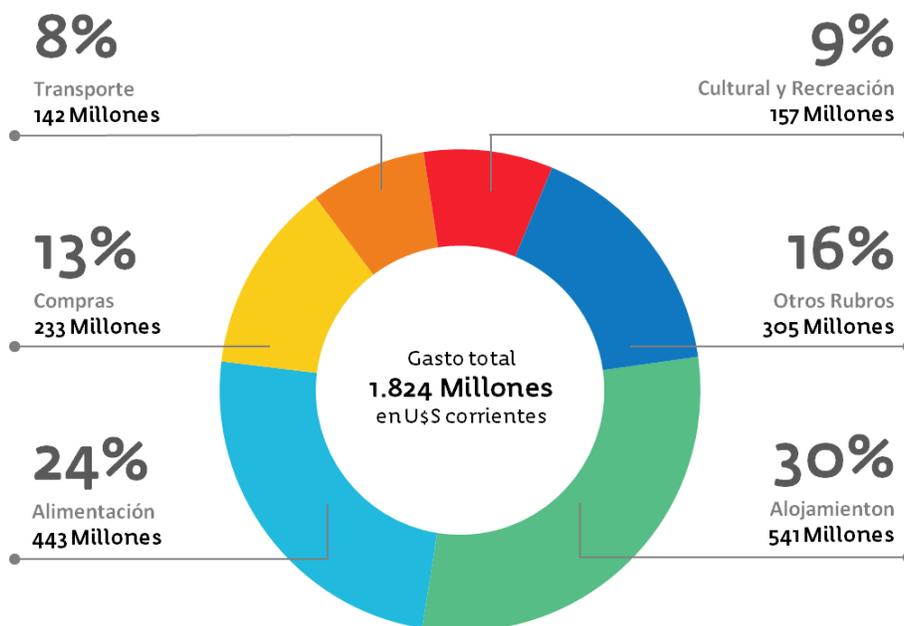
**Montevideo**, la capital del país, **fue en 2016 el principal destino turístico con más de 950.000 visitantes, captando uno de cada tres turistas.** En segundo lugar, Punta del Este superó los 695.000 turistas, lo cual representó un aumento de 75.000 visitantes frente a 2015, un 11% más que el año anterior. En tercer lugar, lo ocupó el Litoral Termal con casi 500.000 visitas y Colonia fue el cuarto destino con 283.000 turistas.

Figura 2- Turistas ingresados a Uruguay según país de residencia (2016)

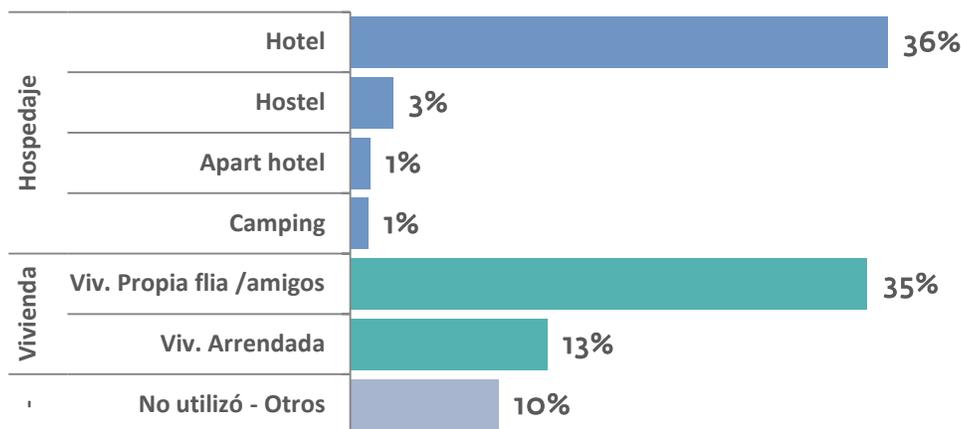


Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

Gráfico Nº 4- Ingresos por Turismo Receptivo según rubro de gasto (2016)



Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

**Gráfico N° 5-Alojamiento utilizado por los turistas según categorías -2016**


Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

## Turismo Cruceros

Es una forma particular de turismo receptivo, refiere a las actividades realizadas por un visitante no residente que visita nuestro país, generalmente sin pernocte, bajo la modalidad de Cruceros.

### Tendencias de la última década (2007- 2016)

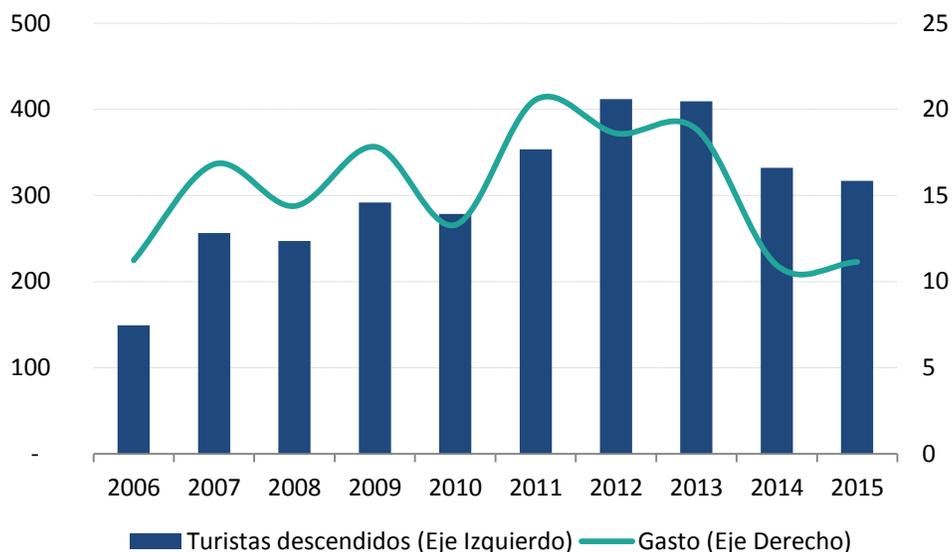
La temporada de cruceros se desarrolla entre los meses de octubre y abril, cuando arriban a los puertos de Montevideo y Punta del Este alrededor de 200 cruceros<sup>13</sup> con pasajeros de múltiples nacionalidades. Esta modalidad proporciona diversos beneficios para la actividad turística. En primer lugar, a través del gasto que realizan los visitantes durante su estadía; también, resulta ser un potente medio de promoción del país, ya que según estadísticas del MINTUR, **alrededor del 70% de las personas que visitan Uruguay bajo esta modalidad, lo hacen por primera vez**, muchos de los cuales regresan posteriormente como turistas tradicionales por estadías más prolongadas. Por último, desde 2014 Uruguay es punto de embarque y desembarque de pasajeros y tripulación del grupo Costa, lo que permite captar turistas que permanecen en país en los días cercanos al arribo de estos cruceros, incrementando los ingresos por turismo tradicional y dinamizando la conectividad aérea del país.

Durante **2006-2015, el número de cruceros que arribaron al Uruguay creció 24%**. Al analizar la evolución, se puede observar que la llegada de cruceros creció fuertemente en los primeros siete años, pasando de 130 en 2006 a 237 cruceros en 2013 -año record en llegadas-. **En las últimas dos temporadas se registraron caídas que supusieron un 32% menos de arribos que 2013**, lo que representa unos 76 cruceros menos. Sin embargo, el impacto negativo fue amortiguado por un mayor tamaño de las embarcaciones arribadas.

<sup>13</sup> Promedio últimos 5 años

En cuanto al número de cruceristas, se observó un crecimiento de 113% en la última década, que pasó de 149 mil turistas en la temporada 2006-2007 a 317 mil turistas en 2015-2016. Esto significó un aumento anual del 8% promedio. En las últimas dos temporadas el número de turistas descendidos tuvo una caída de 22%, esto se acompañó con la menor llegada de cruceros.

**Gráfico Nº 6- Cruceristas (Miles) y gasto (Millones de US\$) (Temporadas 2006/07 - 2015/16)**



Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

Por último, el gasto total realizado por los turistas bajo la modalidad crucero durante la temporada 2015-2016 superó los US\$ 11 millones, lo que significó un 2% de crecimiento interanual, aunque si se lo compara con el ingreso obtenido de diez años atrás, el gasto se mantiene prácticamente incambiado. Lo que implica que si bien el número de cruceros y turistas creció en relación a una década atrás, esto no se tradujo en un mayor gasto agregado.

#### Características del turismo de cruceros 2015-2016

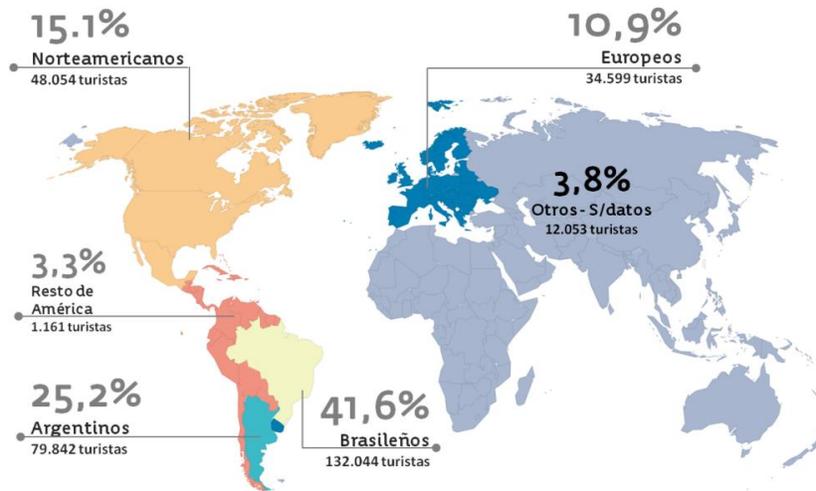
En la última temporada cerrada (2015-2016) llegaron al país 161 cruceros, 11 cruceros menos que en la temporada anterior, lo que supone una baja de 6% en relación al último año. Del total de cruceros arribados al país, 105 lo hicieron al puerto de Montevideo y 56 al puerto de Punta del Este.

El número de **cruceristas desembarcados** durante la última temporada fue de **317.205**, un 4% menos que la temporada anterior. Entre las principales nacionalidades se encuentran los brasileños, que representaron el 42% del total de cruceristas; en segundo lugar, los argentinos con un 25%. Los norteamericanos y europeos representaron el 15% y 11% respectivamente. Esto significa que los turistas que arriban al país bajo esta modalidad, diversifican el origen de los turistas que visitan al país. Donde por un lado, entre los turistas regionales predominan los brasileños; y por otro, el porcentaje de turistas extra regionales es significativamente mayor que en el turismo receptivo, alcanzando al 25% del total de personas desembarcadas.

En la última temporada (2015-2016), los cruceristas gastaron más de US\$ 11 millones, el 58% fue destinado al rubro compras, un 26% a alimentación y un 10% a tours.

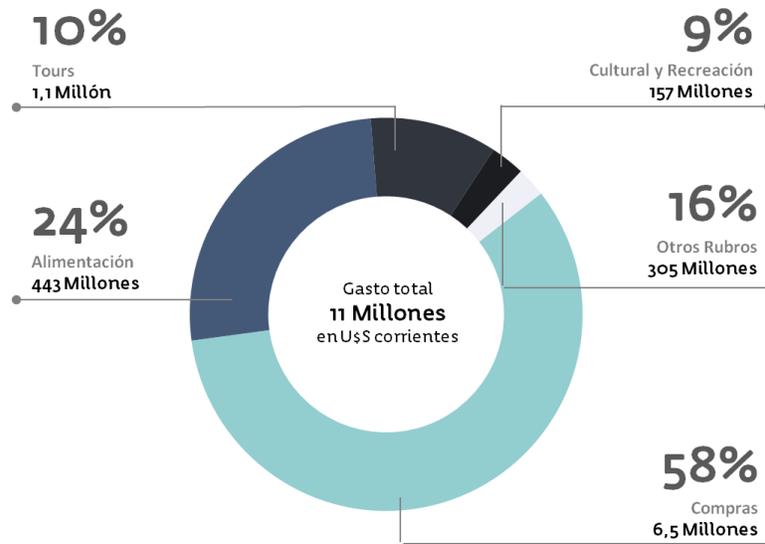
Por tanto, el turismo de cruceros, lejos de competir con el turismo tradicional, permite captar una mayor variedad de turistas regionales como extra-regionales. Además diversifica el gasto, por tener una estructura más volcada a sectores como el retail, el gastronómico y los tours, que el turismo tradicional.

Figura 3- Turistas ingresados a través de cruceros según nacionalidad (Temporada 2015/16)



Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

Figura 4- Gasto de turistas de cruceros según rubro de gasto (Temporada 2015/16)



Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

## Turismo Interno en Uruguay

El turismo interno comprende todos los viajes realizados por residentes que salen a vacacionar o simplemente visitar diferentes destinos del país. **En 2015 se realizaron 6,6 millones de viajes**, manteniéndose en iguales niveles que 2014. Esta actividad turística realizada por residentes dentro del país, **significó ingresos por US\$ 565 millones**<sup>14</sup>.

Dentro del turismo interno se pueden encontrar diferentes modalidades: Los viajes regulares, que comprenden las salidas que un mismo turista realiza con cierta periodicidad a lo largo del año. Esta modalidad superó los 3 millones de viajes en 2015 y representó el 47,5% del total. Por otro lado, se encuentran los viajes no regulares, que comprenden aquellas salidas que se realizan de forma esporádica sin tener previsto un posterior retorno al destino. Esta modalidad involucró 2,2 millones de viajes en 2015, representando el 33,8% del total. Por último, están las excursiones, que generalmente comprenden viajes en grupos y suelen estar movidos en torno a una actividad o temática concreta, esta modalidad involucró 1 millón de viajes en el último año.

Por otra parte, **el turismo interno tiene la particularidad de hacer un uso más diversificado y extensivo de la oferta turística**. Según CINVE<sup>15</sup>, Montevideo es el principal emisor de turismo interno y la zona sureste es la principal receptora. Asimismo, existen importantes flujos intra-regionales de turistas que generalmente viajan entre departamentos limítrofes de los que viven.

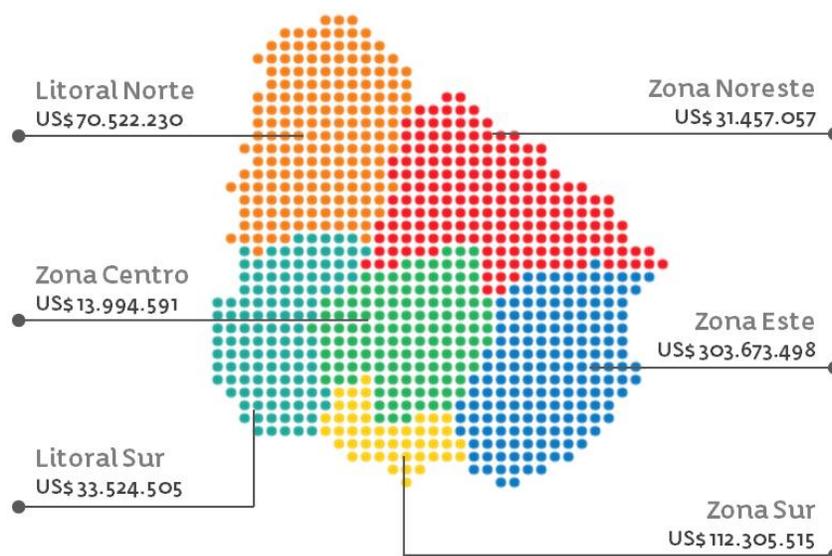
Durante 2015 la zona centro sur emitió 2 de cada 3 turistas residentes, y captó solo el 33% de los turistas. La zona Este emitió el 8% del total de viajes y recibió el 34%, siendo la zona más beneficiada por el turismo interno.

En tanto, los destinos elegidos por los turistas residentes fueron: el Sur (Montevideo y Canelones), Este (Punta del Este y Rocha) y el Litoral termal. La mayor parte del monto gastado se concentra también en estas zonas, en particular en el este del país.

---

<sup>14</sup> Fuente: MINTUR, en base a Encuesta Continua de Hogares (2015). Cabe aclarar que los viajes pueden considerarse a una misma persona en más de una oportunidad.

<sup>15</sup> Domestic tourism in Uruguay: a matrix approach, Magdalena Domínguez Pérez, CINVE. <http://www.pasosonline.org/Publicados/14416/PASOS49.pdf>

**Figura 5 – Turismo interno por región (Millones de US\$) (2015)**


Fuente: Uruguay XXI en base a MINTUR

Gracias al fuerte crecimiento económico experimentado por Uruguay –que permitió un importante incremento de los salarios e ingresos reales- esta modalidad ha crecido considerablemente en la última década

## Perspectivas

Según cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2016 el turismo internacional creció por séptimo año consecutivo, alcanzando un nuevo récord. Al tiempo que se prevé que las llegadas internacionales sigan creciendo a una tasa de 3,8% hasta 2020, cuando se espera que alcancen los 1.360 millones de turistas. Por otro lado, según OMT el turismo no tendrá igual desempeño en todas las regiones, sino que crecerá al doble de ritmo en las economías emergentes -entre las que se encuentra Uruguay- por sobre las desarrolladas.

En Uruguay, la actividad turística en 2016 generó divisas por US\$ 1.800 millones y empleó cerca de 110 mil personas. A su vez, se marcó un récord histórico en número de turistas ingresados, superando los 3.3 millones de visitantes.

Algunos de los factores económicos que podrían estar incidiendo sobre una mayor llegada de turistas son: La mejora relativa de los contextos macroeconómicos de la región; en particular, la mejora en las expectativas de crecimiento para las economías de Argentina y Brasil y una recuperación de indicadores de confianza de los consumidores.

También, existe una mejora en los precios relativos de Uruguay frente a Argentina, que durante el último año sufrió un crecimiento inflacionario del orden del 40%, mientras el dólar se mantuvo

relativamente estable, lo que se traduce a un encarecimiento en dólares frente a países como Uruguay. Asimismo, se mejoró la competitividad frente a Brasil, aunque la magnitud fue de menor impacto.

Todas estas variables influyen en la llegada y gasto de turistas desde los dos países vecinos, que en su conjunto representaron el 85% del total de extranjeros que visitaron Uruguay en el último año.

Las perspectivas para 2017 indican que el sector turístico volverá a crecer. **En los dos primeros meses de 2017 ingresaron al país casi 1,1 millones de turistas<sup>16</sup>**, lo que implicó un aumento del 23,6% respecto de iguales meses de 2016. Este incremento se explica por un mayor ingreso de turistas de la región, entre los que se destaca un crecimiento del 41% entre los turistas chilenos y un aumento de 25% de argentinos y brasileños. Asimismo, **el gasto total superó los US\$ 900 millones**, lo que implica un crecimiento del 42% respecto igual periodo del año anterior. **La estadía** en los primeros dos meses del año, revirtió su tendencia a la baja, y **alcanzó los 9 días<sup>17</sup>**.

Según estimaciones de CINVE<sup>18</sup>, se espera que al cierre de 2017 la llegada de turistas sea un 15% superior a la registrada en 2016. La mayor contribución estaría explicada por un aumento en la emisión de turistas de los países regionales, entre los que se destaca Argentina que aumentaría un 20% el número de turistas y Brasil que se espera aumente un 9%.

Sin duda, la actual coyuntura de apertura económica en la región ha favorecido el aumento de turistas, al tiempo que, la mejora en la competitividad de Uruguay como destino turístico ha sido relevante para explicar el aumento del gasto y de la estadía promedio de los mismos.

Si bien el actual contexto podría revertirse, debido al abaratamiento de Argentina y Brasil o un eventual deterioro económico de los países vecinos, lo ocurrido en los últimos diez años muestra la resiliencia del sector.

Por encima de los aspectos coyunturales, Uruguay cuenta con una fuerte fidelidad por parte de turistas de la región. El turismo receptivo ha logrado mantener un gran dinamismo a pesar de enfrentar políticas restrictivas al turismo emisivo desde su principal mercado (Argentina), que incluyeron cepo cambiario, restricción al uso de tarjetas de crédito, cortes de puentes internacionales sumado a un ambiente de recesión económica regional.

Respecto al turismo de cruceros, éste ha tenido una tendencia decreciente desde la temporada 2013-2014, que se explica por la implementación de altas tarifas a la entrada al puerto de Buenos Aires. Los puertos de Montevideo y Punta del Este resultaron afectados por ser destinos que forman parte de los circuitos sudamericanos en conjunto con la costa sur brasileña y Buenos Aires.

Para la temporada en curso, inaugurada en noviembre de 2016, se espera que lleguen a los puertos de Montevideo y Punta del Este algo más de 150 buques, y que descendan alrededor de

<sup>16</sup><https://www.presidencia.gub.uy/comunicacion/comunicacionnoticias/kechichian-datos-historicos-turismo-enero-febrero-consejo-ministros>

<sup>17</sup><http://mintur.gub.uy/index.php/es/noticias/item/237983-1-100-000-visitantes-llegaron-a-uruguay-en-enero-y-febrero>

<sup>18</sup> <http://www.cinve.org.uy/wp-content/uploads/2016/12/AyC-2016-111.pdf>

300.000 personas, cifras similares a la temporada anterior. Las expectativas para la temporada actual, indican que la modalidad cruceros tendrá otro año de caída en el número de visitantes e ingresos relacionados, pero con cifras similares al año anterior. Para la próxima temporada, existen algunas señales que podrían dinamizar esta modalidad. La posibilidad de que Argentina disminuya los costos de ingreso al puerto de Buenos Aires y el anuncio del Gobierno de este país de la construcción de una terminal exclusiva para cruceros<sup>19</sup>, podría tener una incidencia positiva sobre el turismo nacional, con el retorno de un importante número de buques que dejaron de incluir a las ciudades del sur del continente dentro de su circuito, producto de los altos costos que imponía la capital Argentina.

## Importancia económica del turismo

Algunos de los impactos de la cadena de valor turística que son posibles de cuantificar están relacionados con los aportes que realiza esta actividad al Producto Bruto Interno (PBI), los empleos que se generan y las inversiones asociadas al sector.

### Impacto sobre el PBI

La actividad turística implica encadenamientos entre diversos sectores económicos (transporte, alojamiento, alimentación, entretenimiento, etc.) y tiene por lo tanto un amplio efecto derrame sobre toda la economía.

**Gráfico N°7 – Participación del turismo en el PBI de Uruguay (%)**



Fuente: Anuario MINTUR 2016

La Cuenta Satélite de Turismo (CST) del MINTUR permite medir con mayor precisión la participación del turismo en el valor agregado total de la economía. En su última medición (2015), se estima que el turismo representa el 7,1% del PIB de Uruguay. Expresado en dólares corrientes,

<sup>19</sup> <http://www.telam.com.ar/notas/201607/154587-terminal-cruceros-puerto-buenos-aires.html>

implica un valor en el entorno de US\$ 3.800 millones. Si se analiza la evolución de la década 2006-2015, se observa que la participación del turismo en el PIB aumentó en aproximadamente 1%. Considerando el crecimiento del PIB de la última década, se concluye que la actividad turística ha demostrado un gran desempeño, siendo de las más dinámicas dentro de la economía uruguaya.

## Impacto sobre el Empleo

Otra forma de cuantificar el impacto de un sector, es a partir de su capacidad de generar empleo. El turismo genera 1 de cada 15 empleos en la economía, siendo uno de los sectores más intensivos en trabajo.

En el Cuadro N°1 se observa la distribución del empleo turístico por sector de actividad. Los rubros alimentación, transporte y alojamiento son los que emplean más personas y sumados representan el 85% de los empleos relacionados al sector.

**Cuadro N°1 – Estructura del empleo en el Sector Turismo (2015)**

<b>Rubro</b>	<b>Empleos</b>	<b>Porcentaje</b>
Alojamiento	21.941	21%
Restaurantes, bares y cantinas	44.521	42%
Transporte	23.404	22%
Alquiler de Bienes de transporte y Recreación	1.232	1%
Agencias de viajes y actividades relacionadas	2.870	3%
Cultura	1.230	1%
Esparcimiento y deportivas	8.726	8%
Comercio al por menor (Free shop)	2.962	3%
<b>Total</b>	<b>106.886</b>	<b>100%</b>

Fuente: Uruguay XXI en base a ECH2015.

A su vez, los puestos de trabajo del sector turístico representaron el 6,5% de los empleos totales que generó la economía durante 2015. Manteniéndose en niveles similares a años anteriores y consolidándose como un sector importante en la generación de empleo.

## Impacto sobre la Inversión

La actividad turística constituye un sector dinamizador de la inversión en la economía. Más allá de lo que invierte el sector público por preservar y mejorar la infraestructura turística, el sector privado juega un rol fundamental a la hora de realizar inversiones que aumenten la calidad de la oferta turística y los servicios relacionados.

Las mejoras en la oferta hotelera y demás establecimientos vinculados a la actividad turística son financiadas principalmente por el sector privado. A esto se suman las inversiones inmobiliarias destinadas al alquiler o como segunda vivienda –fundamentalmente en Punta del Este y sus alrededores- que han dinamizado la industria de la construcción en la última década.

Como aproximación a las inversiones realizadas en el sector, se pueden evaluar los proyectos presentados ante la Comisión de Aplicación (COMAP) de la Ley de Protección y Promoción de Inversiones (Ley 16.906), con el objetivo de ampararse en los beneficios fiscales que otorga el Decreto 2/012 y que fueron recomendados para su aprobación.

Entre 2006 y 2016 la COMAP ha recomendado proyectos de inversión vinculados al sector turismo por un monto mayor a los US\$ 1.590 millones, de los cuales US\$ 1.220 millones fueron inversiones nacionales (80%), US\$ 100 millones fueron corresponden a inversiones realizadas por inversores españoles, le siguen brasileños (US\$ 69 millones) y argentinos (US\$ 61 millones). Los proyectos recomendados abarcan rubros como: la ampliación y remodelación de la capacidad hotelera (51%); actividades inmobiliarias y de construcción de edificios (32%); y otros proyectos (17%). Por su parte, las inversiones se concentran principalmente en los departamentos de Montevideo, Maldonado, Colonia, Salto.

El año 2015 fue record proyectos recomendados por la COMAP para el sector turístico, alcanzando los US\$ 450 millones, casi la totalidad (97%) fueron proyectos presentados en los departamentos de Montevideo y Maldonado, principales destinos turísticos del país. En 2016, el número de proyectos disminuyó 63%, e implicó una inversión de US\$ 33 millones, menos del 10% de los proyectos presentados un año antes.

La inversión en infraestructura hotelera en el país ha estado vinculada históricamente al ingreso de capitales argentinos. El último gran proceso de crecimiento económico de la región, comenzó hace 10 años y vino de la mano de la soja. Las grandes ganancias obtenidas por esta actividad y las bajas tasas de interés internacionales hicieron que muchos inversores prefirieran poner sus ahorros en el sector hotelero-inmobiliario. Por otro lado, al inicio del ciclo los precios estaban muy deprimidos y los valores subían aceleradamente, lo cual tonifico el interés de inversores de la región. Desde hace 2 años, la coyuntura está cambiando producto de la desaceleración de la economía argentina, el crecimiento de los precios de la construcción y el aumento de tasas de interés. Todo esto explica, en parte, la desaceleración de la inversión en desarrollos turísticos durante el último año.

**Cuadro Nº2 - Proyectos de Inversión presentados a la COMAP  
Sector Turismo 2015-2016**

Departamento	2015		2016	
	Proyectos	Miles US\$	Proyectos	Miles US\$
Montevideo	17	349.727	5	21.995
Maldonado	6	86.172	2	8.687
Canelones	2	6.573	-	-
Salto	2	2.958	2	341
Rocha	3	1.745	1	75
Lavalleja	1	982	-	-
Tacuarembó	1	702	-	-
Colonia	2	306	3	2.019
Florida	1	235	-	-
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>449.399</b>	<b>13</b>	<b>33.117</b>

Fuente: Uruguay XXI en base a UnASeP.

A continuación se destacan algunos desarrollos hoteleros que o bien fueron inaugurados en el correr del último año o se prevé abran sus puertas en el futuro próximo.

### Desarrollos en Montevideo

**Aloft Montevideo Hotel:** Se prevé la apertura para Agosto de 2017 del hotel 4 estrellas de la marca Aloft en la zona comercial del centro de Montevideo. Tendrá 100 habitaciones loft, y 2.267 m<sup>2</sup> de espacios para reuniones. La inversión es llevada a cabo por el grupo Garbarino como parte del proyecto de ampliación del Punta Carretas Shopping y se estima en US\$15 millones. La administración del hotel estará a cargo de la compañía hotelera propietaria del Four Points by Sheraton Montevideo, Sheraton Montevideo Hotel y Sheraton Colonia.

**Pestana Montevideo Hotel**<sup>20</sup>: La cadena lusa Pestana, tras un acuerdo de uso con la firma propietaria del Jockey Club, remodeló e inauguró un restaurante, un bar y un espacio para eventos. En Noviembre de 2016, el grupo anunció la compra del edificio para la construcción de un hotel 5 estrellas que contará con 99 habitaciones y demandará una inversión de US\$ 20 millones.

El grupo **AccorHotels** comenzó la construcción de dos hoteles más bajo la marca Ibis, también de Accor, en Tres Cruces y Villa Biarritz, cuya apertura se planifica para 2017. Ibis Budget Obelisco e Ibis Style Biarritz & Tower, con una inversión de US\$ 16 millones. Uno de los hoteles de 2.500 m<sup>2</sup> edificados tendrá 94 habitaciones y el otro se edificará en una superficie de 3.100 m<sup>2</sup> e incluirá 84 habitaciones.

**Cottage Puerto del Buceo City Hotel:** Hotel ecológico, con certificación LEED, enfocado a un público corporativo, y con una inversión uruguaya de casi US\$ 6,5 millones. El hotel tendrá 48

<sup>20</sup> Fuente: [http://www.hosteltur.lat/115580\\_pestana-compro-edificio-historico-montevideo-abrir-hotel-5-estrellas.html](http://www.hosteltur.lat/115580_pestana-compro-edificio-historico-montevideo-abrir-hotel-5-estrellas.html)

habitaciones, piscina y gimnasio, salas de reuniones, servicio de bar, y spa. Estará ubicado a una cuadra de World Trade Center y su apertura se espera para principios de 2017.

**Hotel Esplendor Punta Carretas:** El grupo Wyndham Hotel Group inauguró en Marzo 2017, el primer hotel en la región de la marca Wyndham Grand, la más exclusiva y de mayor escala del grupo. El nuevo hotel situado en el barrio Punta Carretas, cuenta con 241 habitaciones, piscina, gimnasio, spa, restaurante, centro de convenciones y estacionamiento.

**TRYP Montevideo Hotel:** El grupo inversor Edimboro y la empresa inmobiliaria Montevideo Alfa se aliaron con Wyndham Hotel Group e inauguraron a fines de 2016 en Montevideo el Condohotel Tryp Privilege de 45 habitaciones y 2.000 metros cuadrados en el centro de Montevideo, en la esquina de Soriano y Río Negro con una inversión de US\$ 3,5 millones.

**Hyatt Montevideo:** Construido sobre un predio de 2.500 m<sup>2</sup>, el nuevo condo-hotel inaugurado a mediados del 2016 y con una inversión de US\$ 60 millones, se ubica en la rambla montevideana sobre la bahía de Pocitos. Con servicio de hotelería 5 estrellas, el condo-hotel cuenta con 178 unidades distribuidas en 13 pisos. Es gerenciado por compañía operadora de hoteles estadounidense Hyatt.

**Howard Johnson Carrasco:** Desde Octubre de 2016 se encuentra operativo el primer hotel operado por la cadena Howard Johnson en Uruguay, se encuentra ubicado en la Hostería del Lago en Carrasco y cuenta con 83 habitaciones, dos salones de reuniones y convenciones con capacidad aproximada para 200 personas, dos meetingsrooms, servicio wifi sin cargo en todas sus áreas, una piscina sobre el lago La Caleta, gimnasio, spa y más de 5.000 metros cuadrados de parques y jardines naturales<sup>21</sup>. La inversión de remodelación demandó más de US\$ 3 millones<sup>22</sup>.

Además de la ampliación de la infraestructura hotelera, se prevé un importante crecimiento de la capacidad de la ciudad para albergar grandes eventos, con la construcción de un nuevo centro multipropósito por parte de la empresa de telecomunicaciones ANTEL.

El **Antel arena** es un centro para espectáculos deportivos, artísticos y culturales que contará con 30.000 metros cuadrados, el recinto podrá albergar conferencias y eventos nacionales e internacionales. El mismo será inaugurado en el correr del 2018 con una inversión cercana a los US\$ 80 millones.

## Desarrollos en el Interior

Los desarrollos hoteleros en el interior también mostraron un gran crecimiento, principalmente en los departamentos de Canelones, Cerro Largo, Colonia, Paysandú y Maldonado (Punta del Este).

### Canelones

**Hampton By Hilton:** La empresa Saceem, propietaria y constructora del hotel firmó un contrato a 20 años con la cadena hotelera Internacional Hilton Worldwide, quien se encargará de gerenciar el

<sup>21</sup> <http://www.elobservador.com.uy/howard-johnson-abre-hotel-la-ex-hosteria-del-lago-n999050>

<sup>22</sup> <http://www.elobservador.com.uy/howard-johnson-llega-uruguay-un-condohotel-n267124>

negocio hotelero que contará con 120 habitaciones, y estará ubicado en las cercanías del complejo de salones de fiesta Punta Cala, sobre Avenida de las Américas. El proyecto demandará una inversión de US\$ 20 millones<sup>23</sup> y estará enfocado a ejecutivos que vengan por negocios al país.

## Cerro Largo

**Río Branco Shopping, Terminal & Hotel:** El proyecto es impulsado por Duty Free Américas (DFA) con el apoyo de un grupo de inversores panameños. Incluye, además del establecimiento comercial, una terminal de ómnibus, un hotel 4 estrellas y un supermercado<sup>24</sup>. La inversión total de la obra será de US\$ 50 millones.

## Colonia

**Carmelo Golf:** El proyecto se basa en 270 hectáreas de quebradas, grandes lagunas y viñedos. Cuenta con 220 lotes de 3.000 a 4.500 m<sup>2</sup>, chacras de 5 hectáreas, canchas de golf y de polo, clubhouse de más de 700 m<sup>2</sup>, zona hípica y playa privada. La cancha de golf de 18 hoyos ha sido mantenida bajo los más altos estándares de la cadena Four Seasons. Es el resultado de un *joint venture* entre las empresas argentinas Real Assets y Eidico. Las casas cuentan con vista a las lagunas y viñedos. El monto de la inversión ronda los US\$ 15 millones. El proyecto se encuentra en la ruta 21, a 7 kilómetros de la ciudad de Carmelo, frente al hotel Four Seasons Resort Carmelo y a pocos minutos de Buenos Aires.

**Carmelo Howard Johnson:** El proyecto se ubicará sobre la desembocadura del arroyo de las vacas. Implicará la construcción de seis mil metros cuadrados que incluyen 83 habitaciones con baño privado, restaurante, spa, salón de eventos, piscina, bodega y dos locales comerciales. El proyecto se encuentra en una etapa de autorizaciones y proyecciones arquitectónicas, por lo que aún no se puede determinar su fecha de apertura<sup>25</sup>.

**Lomas del Real:** Ubicado a cinco minutos del casco histórico de Colonia, a metros de la Plaza de Toros, es un emprendimiento de 7.250 m<sup>2</sup>, emplazado en Cuatro Soles, una urbanización de 40 hectáreas, en lo más alto del Real de San Carlos. Cuenta con 56 apartamentos y lofts de uno y dos dormitorios, con superficies que van 55 a 96 metros cuadrados, distribuidos en ocho solares. Funciona en modalidad de condo-hotel, forma parte del Mantra-Group, y cuenta con club house, piscina exterior, fitness center, sauna y kids club. El monto total de inversión es de US\$ 7,5 millones.

**Hotel Dazzler Colonia:** Big Ben Desarrollos junto con la empresa argentina Fën Hoteles, inauguraron un nuevo condo hotel ubicado en Colonia. Con una inversión inicial de US\$ 20 millones, cuenta con una parte de apartamentos y otra parte de condo hotel bajo la marca Dazzler<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> <http://www.elobservador.com.uy/se-viene-un-nuevo-hilton-que-sera-un-hotel-aeropuerto-n689655>

<sup>24</sup> <http://www.elpais.com.uy/economia/noticias/shopping-hotel-millones-rio-branco.html>

<sup>25</sup> Fuente: <http://www.elobservador.com.uy/howard-johnson-abre-hotel-la-ex-hosteria-del-lago-n999050>

<sup>26</sup> Fuente: El Observador 30/09/2015.

## Paysandú

**Salinas del Almirón Resort Termal:** Es un hotel cuatro estrellas que pasa a integrar la cadena Sacramento Management. Se trata de un establecimiento ubicado en las Termas de Almirón (Paysandú), las únicas de agua salada de Uruguay, cuya inversión demandó US\$ 7 millones. Cuenta con 60 habitaciones y dispone de una piscina in/out de agua termal, sauna, jacuzzi, gimnasio, zona de juegos acuáticos para niños, cine, playroom, sala de juegos, un área de recreación al aire libre y un salón de eventos.

## Maldonado

**Finca La Quebrada:** prevé la construcción de un Hotel de Campo de primer nivel el que incluirá un hotel boutique 5 estrellas con restaurante, bar, sala de reuniones, piscina y Spa ubicado en la zona de Pueblo Garzón en Maldonado. La inversión se estima en US\$ 16.268.927 y la finalización del proyecto está prevista para 2018.

**Alive Health Resort Punta del Este:** Con una inversión de US\$ 7,5 millones, se construye un spa médico con hotelería cinco estrellas. Inspirado en los wellness spas de Europa incluirá tratamientos y equipamiento de vanguardia para programas de adelgazamiento saludable, antiestrés, purificación, planes para dejar el cigarrillo y rejuvenecimiento, entre otros. Se estima que la apertura será en setiembre 2017.

**Hotel Conrad:** El emblemático hotel 5 estrellas Conrad fue adquirido en mayo de 2013 por la chilena Enjoy por US\$ 139 millones. La sociedad chilena compró el 45% del total, quedando el restante en manos de la sociedad Baluma Holdings. Recientemente, la chilena Enjoy informó estar negociando para terminar de adquirir el restante del hotel Conrad. El hotel cuenta con 294 habitaciones, entre las que comprende 41 suites. La nueva administración chilena llevó a cabo una ampliación del casino y otras instalaciones con una inversión de US\$ 20 millones. En octubre de 2015 se presentó un proyecto de ampliación por un monto estimado de US\$ 220 millones que cuadruplicará la capacidad del hotel. Incluye la construcción de tres nuevas torres, un paseo de compras y la ampliación del casino y el spa.

**Trump Tower Punta del Este<sup>27</sup>:** Será la única propiedad en Sudamérica con el nombre Trump. La inversión se valúa en US\$ 100 millones, tendrá 24 pisos y 156 unidades de 1 a 3 dormitorios, y dos pent-houses. Ubicada en la parada 10 de la playa Brava, la torre dispondrá de distintas comodidades entre ellas una piscina de 1000 m<sup>2</sup> y dos piscinas interiores, cancha de tenis, restaurant gourmet, salón de eventos, dos micro-cines, y será el único edificio de Punta del Este con un helipuerto. Su construcción comenzó sobre finales de 2014 y la finalización de la obra se espera para 2018.

**Howard Johnson Spa & Convention Center Punta del Este:** Hotel próximo a Playa Mansa en el centro de la ciudad de Punta del Este, Uruguay. El proyecto de 7.000 m<sup>2</sup> totales incorpora 104

---

<sup>27</sup> Fuente: [www.trumppuntadeleste.com/](http://www.trumppuntadeleste.com/)

suites y 50 junior suites en venta bajo el sistema de condo hotel. Cuenta también con un importante Business Center y un Salón de Convenciones con capacidad para 400 personas.

En este sentido, Punta del Este ya se ha convertido en una locación atractiva para la realización de eventos y convenciones de gran porte.

En julio 2016 quedó inaugurado **Punta del Este Convention & Exhibition Center** ubicado en el parque El Jagüel, a minutos del centro de Punta del Este. Cuenta con una sala con capacidad para 2.600 personas, y cuatro salas adicionales para 300 personas cada una, incluida el área de servicios de 8.200 metros cuadrados. Además, la estructura dispone de un pabellón de exhibiciones de 6.800 metros cuadrados. La inversión realizada implicó US\$ 40 millones de dólares.

## Rivera

**Frontier Hotel Rivera:** Abrió sus puertas en diciembre 2016, en la ciudad de Rivera. El hotel cuenta con 72 habitaciones totalmente equipadas, spa y gimnasio, además de ofrecer un servicio de reuniones en su amplia cafetería. La inversión asciende a US\$ 7,5 millones y se encuentra gerenciado por Sacramento Management.

Por último, los impactos del sector turístico sobre el PIB, el empleo y la inversión permiten cuantificar sólo algunos de los beneficios de que esta actividad tiene sobre la economía. Sin embargo, existen un conjunto de beneficios, que son menos cuantificables, y están relacionados a la posibilidad que otorga el turismo de que un visitante: se transforme en futuro inversionista o desarrolle un emprendimiento productivo; consuma en su país de residencia productos de origen uruguayo, generando efectos positivos sobre las exportaciones; o adquiera un conocimiento y/o se lleve una impresión positiva del país que ayude a posicionar al Uruguay en los mercados internacionales, especialmente en materia de: calidad de vida, seguridad, estabilidad económica, producción nacional, nivel educativo, cultura y avance tecnológico. Estos puntos constituyen un factor positivo intangible pero redituable para la economía del país<sup>28</sup>.

## Capacidades del Sector

---

### Institucional

Uruguay cuenta con un sistema democrático consolidado, en el que los tres principales partidos han alternado en el Gobierno, manteniendo el respeto por el estado de derecho con normas claras y previsibles. Esto hace que Uruguay sea reconocido internacionalmente como el país de América Latina con el menor índice de percepción de la corrupción<sup>29</sup> y el único país de América Latina con democracia plena<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Cadena de Valor Turística, Ec. María José Alonso Pérez, Diciembre 2010.

<sup>29</sup> Transparency international: <http://transparencia.org.es/indice-de-percepcion-de-la-corrupcion/>

<sup>30</sup> Economist Intelligence Unit: <http://www.yabiladi.com/img/content/EIU-Democracy-Index-2015.pdf>

Actualmente, el sector turístico cuenta con un plan de desarrollo sostenible de mediano y largo plazo que se ha venido desplegando en la última década<sup>31</sup>, entre cuyos objetivos se encuentran: el desarrollo sostenible y competitivo del sector, romper la estacionalidad de la actividad y promover la especialización en los diferentes segmentos turísticos, a partir de la mejora en servicios e infraestructura específica, que permita aprovechar las ventajas comparativas del país en la región y el mundo<sup>32</sup>.

Por otro lado, la competitividad del país en esta actividad depende del desempeño de un entramado de servicios y productos que combinados con aspectos culturales, tecnológicos, geográficos, entre otros, deben colmar una gran variedad de expectativas con las que los visitantes llegan al país.

La satisfacción del turista en gran medida depende de que los productos y servicios se encuentren disponibles y cumplan con ciertos estándares de calidad. En muchas ocasiones, para que esto ocurra, es necesaria la coordinación entre diversos actores, es aquí, donde los aspectos institucionales juegan un papel importante. Contar con organismos transparentes, reglas de juego claras y espacios de participación es un gran diferencial a la hora de construir estrategias de forma conjunta y articulada que redunden en una mejora real de la competitividad y un desarrollo sustentable del sector.

### Ministerio de Turismo

En Uruguay, el sector turístico tiene como principal organismo rector al Ministerio de Turismo (MINTUR)<sup>33</sup>, responsable de definir, diseñar, promover, ejecutar, controlar y evaluar las políticas de Estado relativas a las actividades turísticas. Para ello coordina los esfuerzos articulando los intereses del sector público y privado en un marco ético y normativo, procurando la mejora sustentable de la actividad así como la calidad de vida de la población.

En carácter de asesor al MINTUR se encuentra el Consejo Nacional de Turismo (CONATUR), que contempla la participación de representantes del sector público y privado para la creación de políticas de Estado.

El sector cuenta con el Fondo de Fomento del Turismo, que está habilitado para establecer proyectos conjuntos con capitales del sector privado, para la realización de planes promocionales a nivel nacional e internacional así como la creación y mantenimiento de obras de infraestructura turística.

Por último, existe un comité sectorial en el Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP), que se encuentra integrado por empresarios, trabajadores y el MINTUR a través del cual canalizan todas las políticas y estrategias en lo referente a la capacitación y formación de trabajadores y empresarios del sector turístico.

---

<sup>31</sup> Por más información ver anexo III. Plan Nacional de turismo 2009-2020

<sup>32</sup> [http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/components/Plan%20Turismo%20Sostenible\\_final.pdf](http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/components/Plan%20Turismo%20Sostenible_final.pdf)

<sup>33</sup> En anexo I se puede encontrar una lista de los principales actores del sector.

Estos espacios permiten identificar los desafíos y promover políticas en temas claves como la promoción de destinos, la inversión en infraestructura y la formación de recursos humanos, con el objetivo de lograr un desarrollo turístico sostenible, competitivo, accesible, amigable y seguro. Con servicios de calidad, actores capacitados y máxima articulación entre los protagonistas<sup>34</sup>.

## Herramientas específicas para el desarrollo del sector turístico

---



::Sitio web:: [www.innovaturismo.gub.uy](http://www.innovaturismo.gub.uy)

El **Fondo Innovaturismo** es un fondo concursable creado en el marco del Acuerdo de Cooperación firmado entre Ministerio de Turismo (Mintur) y la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) con el de promover la cultura de innovación y fomentar la generación de productos turísticos que agreguen valor e impacten positivamente en las localidades donde se desarrollen.

### Herramientas:

- >> Concurso para la presentación de proyectos innovadores en el sector turismo.
- >> Apoyo y financiación de estudios o ensayos relevantes relacionados a la actividad turística.
- >> Apoyo y financiación mediante becas para postgrados o maestrías.
- >> Apoyo y financiación para el desarrollo en el área emprendedurismo y jóvenes empresarios.



::Sitio web:: [www.premiopuebloturistico.gub.uy](http://www.premiopuebloturistico.gub.uy)

El Premio Pueblo Turístico fue creado por el Ministerio de Turismo en 2013, busca promover proyectos de desarrollo local, que den impulso a la innovación y diversificación de la oferta turística en localidades de hasta 3.000 habitantes. Pueden presentarse establecimientos, empresas, ONGs, asociaciones, comisiones de fomento, etc.

### Apoyo:

- >> Premio en efectivo por el equivalente en pesos de US\$ 30.000 que deberán utilizarse para la ejecución del proyecto presentado.



::Sitio web:: [www.inefop.org.uy](http://www.inefop.org.uy)

El Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) crearon un Comité Sectorial de Turismo, integrado por representantes de Inefop, Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo en pos de detectar necesidades favorables al desarrollo y profesionalización del sector.

### Apoyo:

- >> Asistencias técnicas en territorios.



::Sitio web:: [www.inacal.org.uy](http://www.inacal.org.uy)

INACAL y MINTUR han acordado de forma conjunta una serie de iniciativas con la finalidad de asegurar la gestión interna de las empresas y centros-servicios turísticos, establecer controles en los procesos que garanticen tanto la satisfacción de los clientes como la seguridad y confort de las instalaciones.

### Apoyo:

---

<sup>34</sup> <http://www.mintur.uy/index.php/es/quienes-somos>

- » **Modelo Compromiso de Calidad Turística:** Permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas de gestión sostenibles, de una manera sencilla y efectiva, en base a formularios de autoevaluación.
- » **Certificación Calidad en Procesos y actividades:** Anualmente se realiza un llamado a empresas de certificación acreditadas interesadas para certificar la calidad de procesos y actividades de prestadores de servicios turísticos, registrados ante el Ministerio de Turismo.



Categoría Turismo

::Sitio web:: [www.dne.gub.uy](http://www.dne.gub.uy)

Se propone reconocer públicamente a las instituciones, organismos y empresas por sus esfuerzos y logros alcanzados en relación al ahorro y uso eficiente de la energía en el sector turístico.

#### Otros apoyos a los que pueden aplicar

- » Fondos de Incentivo Cultural del Ministerio de Educación y Cultura ::Sitio web:: [cultura.mec.gub.uy](http://cultura.mec.gub.uy)
- » Convenio para Obras de infraestructura – MTOP ::Sitio web:: [www.mtop.gub.uy](http://www.mtop.gub.uy)
- » Presupuestos participativos de gobiernos departamentales

## Marca País

Contar con una Marca País bien posicionada tiene como principal valor agregado, que permite diferenciar al país en un mundo cada vez más globalizado, resaltando los valores distintivos que Uruguay practica y promueve, su calidad de vida, su cultura y costumbres. Contribuye a construir identidad y posicionar al país internacionalmente a través de un conjunto de asociaciones positivas, dadas por organismos, empresas, instituciones, deportistas, intelectuales, entre otros<sup>35</sup>.

Son aproximadamente 500 las empresas que han adherido a Marca País y más de 100 países en donde se han publicado notas sobre Uruguay Natural. Según el Brand Finance Nations Brands 2016, un ranking global que lista las 100 marcas país más valiosas del mundo, el valor de la marca país “Uruguay Natural” ascendió a US\$ 24.000 millones en 2016<sup>36</sup>.

La Marca País es hoy en día un valor agregado para toda la actividad turística, permite identificar a Uruguay de forma clara e inteligible a nivel internacional resaltando nuestros valores distintivos, posicionando eficientemente al país, ahorrando sumas millonarias en promoción y llegando a donde nunca se pensó.

## Capital Humano

Si bien el sector turístico ha tenido un gran desempeño en la última década, la competencia internacional por captar visitantes extranjeros es cada vez más fuerte. Por un lado, los países se esfuerzan por brindar mejores experiencias a sus visitantes, al tiempo que los turistas internalizan la creciente oferta de alternativas y aumentan sus exigencias, lo que obliga a una constante profesionalización que permita atender los crecientes requerimientos de calidad de los turistas.

<sup>35</sup> Extraído de Anuario marca país 2016, por más información: <http://marcapaisuruguay.gub.uy/>

<sup>36</sup> [http://brandfinance.com/images/upload/nation\\_brands\\_2016\\_report.pdf](http://brandfinance.com/images/upload/nation_brands_2016_report.pdf)

Dado que la actividad turística se encuentra fuertemente volcada a los servicios, el componente trabajo gana importancia como determinante de la calidad y la capacitación juega un papel cada vez más relevante.

En Uruguay los recursos humanos son altamente competitivos, gracias a la conjunción de varios factores, entre los que se destacan la alta calidad de la formación básica, técnica y universitaria y la flexibilidad y facilidad de los trabajadores uruguayos de adaptarse a nuevos procesos. Asimismo, la fuerza laboral uruguaya viene mostrando un incremento continuo en la capacidad de dominio de otros idiomas, en particular, inglés y portugués.

Por otro lado, la oferta de carreras técnicas vinculadas a la hotelería y gastronomía es cada vez más amplia. A nivel de enseñanza media (15-18 años), el Bachillerato Tecnológico y el Bachillerato ofrecen la posibilidad de completar la secundaria con orientación en Turismo o Gastronomía. A nivel terciario existen múltiples instituciones que ofrecen carreras técnicas y universitarias enfocadas en el sector turismo. Éstas permiten complementar la educación de los jóvenes aportando conocimientos en distintos niveles de la cadena turística. En el anexo II se puede encontrar una lista completa de cursos y carreras vinculadas al sector con su respectiva matrícula estudiantil.

En 2015 el Ministerio de Turismo firmó un convenio con el Instituto de Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP), a partir del cual, a través de un comité sectorial integrado por empresarios, trabajadores y el ministerio se canalizan todas políticas y estrategias en lo referente a la capacitación y formación de trabajadores y empresarios del sector turístico. Desde el lanzamiento del convenio se han capacitado cerca de 5.500 personas que están directamente vinculadas al sector, brindando herramientas para la profesionalización del servicio y permitiendo mejorar la capacidad de los trabajadores del sector para comunicarse en los idiomas más usados por turistas extranjeros que llegan a nuestro país. En 2016 se realizaron 87 cursos a través del convenio INEFOP-MINTUR, que permitieron capacitar a 1.500 personas, representando una inversión de \$U 21 millones. Las principales áreas de capacitación fueron, idiomas con el 35%, atención a clientes con el 31% y gestión de emprendimientos turísticos con el 14%.

## Inversión en Infraestructura

La inversión cumple un papel fundamental para el desarrollo de cualquier actividad productiva. En el sector turístico juega un rol doblemente relevante, por un lado permite incorporar bienes y servicios que incrementan la accesibilidad, el confort y el disfrute de los destinos. Por otro lado, al tratarse de bienes de usufructo colectivo -como los paisajes turísticos- las inversiones deben incorporar dimensiones tales como la preservación del lugar, la armonía con su arquitectura y el cuidado de la naturaleza. En definitiva, la inversión debe crear las posibilidades para el crecimiento sosteniblemente de la actividad, al tiempo que debe generar recursos y permitir un mayor disfrute de los lugares.

Uruguay se ha planteado como objetivo promover el desarrollo sostenible del sector turístico, siendo la inversión una herramienta fundamental para el logro del mismo. En los últimos años la

conjunción de obras por parte del sector público y privado ha permitido posicionar a Uruguay como uno de los países más avanzados de la región en infraestructura turística.

En este marco, se han realizado importantes inversiones en su corredor vial internacional que incluyen la mejora y construcción de carreteras, pasos de nivel y accesos a las principales ciudades y destinos turísticos, ampliación de la red lumínica e infraestructura para la seguridad vial, entre otros. Estas inversiones han permitido alcanzar un nivel de confort bueno o muy bueno en el 77% del corredor internacional<sup>37</sup>, que contiene las principales rutas utilizadas por el turismo. Asimismo, el ministerio de transportes y obras públicas presentó un plan de inversiones 2015-2019 donde prevé invertir unos US\$ 2.300 millones en infraestructura vial<sup>38</sup>.

Entre las últimas obras realizadas, se encuentra el puente sobre la laguna Garzón, inaugurado en diciembre de 2015. El mismo implicó una inversión de US\$ 10 millones, que fue realizada en forma conjunta entre el sector privado y el público. La construcción del puente ha permitido mejorar la accesibilidad a la costa rochense, al tiempo que se contempló el impacto ambiental con diseño de anillo que permite el libre flujo de los cambios de la laguna y el paso de embarcaciones, también, posee pasarelas peatonales para el avistamiento paisajístico.

El Ministerio Transporte y Obras Públicas (MTO) ha llevado adelante un fuerte programa de mejoras portuarias. Entre 2010 y 2016 se han invertido más de US\$ 100 millones en la mejora de los puertos de Punta del Este, Piriápolis, Higuieritas, Carmelo, Colonia y La Paloma<sup>39</sup>. Por otro lado, las principales terminales internacionales para el arribo de turistas –Montevideo, Colonia y Punta del Este- cuentan con modernas instalaciones, buen nivel de servicios y cortos tiempos de espera.

Los principales aeropuertos internacionales del país -Montevideo y Punta del Este- cuentan con una moderna infraestructura y brindan servicios de alta calidad. El aeropuerto de Montevideo, inaugurado en 2009, fue premiado como el mejor aeropuerto del mundo por la publicación especializada en arquitectura Architizer en 2013. En 2016 fue seleccionado como el mejor aeropuerto de Sudamérica por el portal The Guide to Sleeping in Airports.

La Ciudad Vieja viene siendo la principal atracción turística del país<sup>40</sup>. En el último año, la Intendencia de Montevideo ha lanzado un plan de revitalización de la Ciudad Vieja, por el cual viene invirtiendo cerca de US\$ 3 millones. Las obras implicaron la reparación de la totalidad de las veredas del histórico barrio y la construcción de rampas en todas las esquinas. La mejora del

---

<sup>37</sup> El corredor internacional comprende las principales rutas utilizadas por los turistas para transitar dentro de Uruguay, por mayor detalle  
<http://web.archive.org/web/20131213204809/http://www.mtop.gub.uy/gxpsites/hgxpp001?1,5,68,O,S,0,PAG;COND;68;7;D;98;1;PAG;MNU;E;2;7;6;2;33;1;MNU;>

<sup>38</sup> <https://www.presidencia.gub.uy/comunicacion/comunicacionnoticias/rossi-inversiones>

<sup>39</sup> <http://www.maldonadonoticias.com/beta/actualidad/1620-pintado-destac%C3%B3-millonaria-inversi%C3%B3n-en-los-puertos-de-punta-del-este-y-piri%C3%A1polis.html>

<sup>40</sup> Según una reciente publicación de creada por Vouchercloud que se basó en la plataforma Trip Advisor

alumbrado y el equipamiento urbano con iluminación especial en los principales edificios patrimoniales como el Cabildo, la Iglesia Matriz, la Puerta de la Ciudadela, la Chimenea de Arteaga y otros. También, se ampliará el ancho de las veredas y las áreas de descanso. Además se prevé una readecuación del transporte público y mejoras sustanciales sobre la principal avenida montevideana.

Estas inversiones se suman al proyecto de remodelación del Parque Rodó, que pretende recuperar el lago y sus alrededores. La zona acaba de inaugurar la reconstrucción de los ex-complejos W Lounge y Plaza Mateo una inversión mayor al millón de dólares, de concretarse estas obras el parque Rodó volverá a ser un sitio de referencia para el turismo internacional como interno.

Otra importante obra de infraestructura turística fue la remodelación de la Rambla de Piriápolis, que finalizó a comienzo de 2015. La obra costó unos US\$ 3 millones y consistió en una ampliación del espacio peatonal y las veredas, además se creó una ciclovía, enjardinados y se instaló un nuevo mobiliario urbano, sobre el trayecto que va desde el Hotel Argentino hasta el Hotel Colón.

Por último, tan importante como realizar las inversiones es poder comunicar los diferentes atractivos y asistir a los turistas para que vivan una buena experiencia turística. En este sentido el MINTUR ha realizado en el último año inversiones por más de US\$ 1 millón en la construcción de cuatro centros de visitantes en los departamentos de Artigas, Rivera y Paysandú.

## Oferta turística regional



### Región Metropolitana

Montevideo - Canelones



#### Estadísticas

 **1.1 Millón**  
Visitantes



**US\$ 639 Millones**  
Ingresos



**7 días**  
Estadía

**Descripción:** Montevideo, es el principal destino turístico del país. Como Ciudad capital cuenta con una amplia oferta cultural, albergando las mejores salas de espectáculos del país. La capital uruguaya es reconocida internacionalmente por conjugar en forma armónica modernidad y tradición. Además la ciudad es sede de las oficinas centrales del Mercosur, Aladi y Parlasur.

Canelones, por su parte, tiene una gran franja costera con playas sobre el Río de la Plata que son fuertemente demandadas por los montevideanos. En el último año la ciudad de la costa fue el 5to destino turístico elegido por los visitantes internacionales. Además, Canelones es el principal

destino del enoturismo en Uruguay gracias a su intensa producción vitivinícola y su cercanía con la ciudad de Montevideo.

Las modalidades de turismo predominante en la región son:

- » **Turismo Histórico Cultural.** El tango, el candombe, el art decó, el asado, la murga, y varios íconos de la identidad uruguaya, pueden contemplarse en su máxima plenitud en la región.
- » **Turismo de Reuniones.** Su ubicación estratégica en el Mercosur y un alto nivel de infraestructura y servicios hacen de Montevideo un entorno ideal para la realización de congresos, conferencias y viajes de incentivo.
- » **Turismo Friendly.** Conformado por emprendedores privados directamente relacionados con la comunidad LGBT, para brindarle al turista el mejor servicio profesional y personalizado.
- » **Turismo Sol y Playa.** Está ligado principalmente a la “Costa de Oro” en Canelones, una sucesión de playas de arenas doradas bañadas por las aguas del Río de la Plata. La Rambla Montevideana, por su parte, constituye uno de los principales atractivos de la capital.
- » **Turismo en Espacios Rurales y Naturales.** La Región Metropolitana también posee una amplia extensión natural, donde conviven armoniosamente propuestas de agroturismo, ecoturismo, turismo aventura, enoturismo, turismo de naturaleza y áreas protegidas, con la particularidad de estar a un paso de la capital.
- » **Turismo Náutico.** Se desarrolla, fundamentalmente a través de las bases náuticas sobre el Río de la Plata (Buceo) y el Río Santa Lucía en Montevideo, así como a través de las estaciones fluviales sobre Arroyo Solís Chico y el Río Santa Lucía en Canelones.
- » **Turismo de Cruceros.** Una de las actividades turísticas que más ha crecido en Uruguay, con los más de 400 mil cruceristas por temporada que desembarcan en los Puertos de Montevideo y Punta del Este.
- » **Enoturismo.** Cuna de la Cepa Tannat, que hizo famoso al vino uruguayo en todo el mundo, Canelones es el principal destino del enoturismo en Uruguay gracias a su intensa producción vitivinícola. El departamento de Canelones el 60% de las bodegas en el país. Lo que define a todas las bodegas de Canelones es su tradición familiar: hay generaciones enteras dedicadas al vino y transmitiendo su pasión a las generaciones siguientes. Hoy son más de 350 las familias canarias directamente vinculadas con la actividad<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> <http://www.viajeauruguay.com/canelones/turismo-enologico-en-canelones.php>



## Región Este

Maldonado - Rocha - Lavalleja - Treinta y Tres - Cerro Largo



### Estadísticas



**1 Millón**  
Visitantes



**US\$ 946 Millones**  
Ingresos



**+ 8 días**  
Estadía

**Descripción:** La gran diversidad de las ciudades, pueblos y áreas protegidas que la integran forman parte de su gran atractivo como destino turístico. Playas paradisíacas sobre el océano atlántico, áreas protegidas ideales para la práctica de ecoturismo y antiguos cascos de estancia para vivir la vida del gaucho hacen de la región Este uno de los destinos más codiciados de Uruguay.

- » **Turismo de sol y playa.** La zona Este es reconocida como la principal receptora de turistas que buscan disfrutar de esta modalidad turística, sus más de 240 km de costa oceánica contiene una amplia oferta, desde ciudades reconocidas por su belleza y sofisticación (Punta del Este), hasta pequeños pueblos de pescadores ubicados sobre la costa del departamento de Rocha.
- » **Turismo en espacios rurales y naturales.** La zona Este cuenta con un importante parte de su territorio en régimen de áreas protegidas entre las que se destacan: El Parque Nacional Cabo Polonio, un área costero marina que posee una gran heterogeneidad de ambientes naturales; La laguna de Rocha, con un área de 22.000 hectáreas se comunica periódicamente con el océano Atlántico a través de un sistema de apertura y cierre de la barra arenosa, debido a la acumulación de agua y a la acción simultánea del viento y el oleaje del mar. Otras áreas protegidas son Cerro Verde e Islas de la Coronilla, San Miguel y La Quebrada de los Cuervos.
- » **Turismo de eventos y convenciones.** Modalidad asociada a la ciudad de Punta del Este, que en los últimos años se viene posicionando como un destino competitivo a nivel regional para la realización de congresos y eventos corporativos. La inauguración, en julio de 2016, del centro de convenciones más grande del país, con capacidad para 10.000 personas, es una muestra del impulso que tiene esta modalidad en la zona.
- » **Turismo Náutico.** La zona cuenta con dos importantes puertos deportivos, (Punta del Este y Pirápolis), con una capacidad mayor a las 700 amarras, brindan con todos los servicios que requieren los nautas.
- » **Turismo de compras.** Asociado principalmente a las ciudades fronterizas de de Rio Branco y Chuy, ofrece a los turistas la posibilidad de visitar una variedad de tiendas donde podrán adquirir artículos importados de marcas con renombre mundial libre de impuestos. Ambas ciudades tienen un importante flujo de turistas que llegan cada fin de semana para hacer turismo de compras.



## Corredor de los pájaros pintados

Salto - Paysandú - Río Negro - Soriano



### Estadísticas



**540.000**  
Visitantes



**US\$ 125 Millones**  
Ingresos



**+ 4 días**  
Estadía

**Descripción:** El turismo termal es la principal modalidad turística de la región y está ligada a los centros termales de Arapey, Daymán, Almirón y Guaviyú, en los departamentos de Salto y Paysandú. A partir de esfuerzos conjuntos entre el Ministerio de Turismo (con apoyo BID), y las intendencias de los departamentos respectivos, se trabaja en torno a varios ejes turísticos complementarios:

- » **Naturaleza.** Está ligado, fundamentalmente, a las áreas protegidas de Rincón de Franquía (Bella Unión), Montes del Queguay (Guichón-Almirón), y Esteros de Farrapos e Islas del Río Uruguay (San Javier y Nuevo Berlín).
- » **Patrimonio y Cultura.** El Paisaje Industrial Fray Bentos con base en el Frigorífico Anglo representa el producto cultural estrella del corredor tras haber sido como Patrimonio Mundial de la Humanidad, por parte de Unesco en 2015
- » **Turismo Náutico.** Incluye todos los destinos de la región, desde ciudades como Mercedes, Paysandú, Salto y Bella Unión hasta pequeños pueblos como Villa Soriano, Nuevo Berlín o San Javier tienen alguna propuesta disponible dentro de esta modalidad turística. La pesca deportiva es otra de las actividades de gran convocatoria en la región, fundamentalmente por la alta presencia de las codiciadas especies de Tarararia y Dorado.
- » **Pueblos con encanto.** La región también concentra sus esfuerzos en el desarrollo de pequeños pueblos como Villa Soriano con sus 300 años de historia, la colonia rusa San Javier con sus artesanías y gastronomía, la herencia indígena en Nuevo Berlín o Guichón y el Pueblo Belén entre el arroyo Yacuy y el Río Uruguay.
- » **Sol y playa.** Este eje está asociado al balneario Las Cañas de Fray Bentos, que concentra demanda argentina y uruguaya en la temporada estival.



## Región Litoral Norte

Artigas - Rivera - Tacuarembó



### Estadísticas



**52.000**  
Visitantes



**US\$ 8 Millones**  
Ingresos



**US\$ 160**  
P/Persona

**Descripción:** La Región Litoral Norte abarca los departamentos de Artigas, Rivera y Tacuarembó, siendo la ruta 5 su principal corredor de acceso. La región es una importante puerta de entrada del turismo brasileño, principalmente la ciudad de Rivera. Esta ciudad recibe un gran contingente de turistas, según estimaciones consulares y de operadores locales, por semana es visitada por aproximadamente 20.000 turistas brasileños. El flujo total es importante e indica la conveniencia de las inversiones privadas y públicas realizadas. Durante los meses de verano esta ruta también es transitada por un gran número de argentinos que tienen como destino final los balnearios de Brasil. Otro de punto destacado de la región refiere a las inversiones hechas en el balneario San Gregorio de Polanco y en el entorno rural de la región.

La región posee cuatro perfiles de productos turísticos principales:

- » **Naturaleza y Vida Rural.** En esta línea se destacan los destinos de Valle del Lunarejo en Rivera, así como Valle Edén y Laureles en Tacuarembó.
- » **Turismo Histórico Cultural.** Se concentra fundamentalmente en las localidades de Artigas, Rivera, Tacuarembó, San Gregorio y Paso de los Toros. Se destaca la creciente demanda extra regional por el destino San Gregorio de Polanco.
- » **Sol y Playa.** Este perfil turístico está ligado a los balnearios del departamento de Tacuarembó, que atienden principalmente una demanda de turismo interno y en menor grado regional (principalmente del sur de Brasil). Abarca los balnearios: Iporá, el más próximo a la capital del departamento, Villa Ansina, Paso de los Toros y San Gregorio de Polanco.
- » **Compras.** Principal modalidad turística de la ciudad fronteriza de Rivera.



## Región Centro Sur

Durazno - Flores - Florida - San José



### Estadísticas



**28.500**  
Visitantes



**US\$ 7 Millones**  
Ingresos



**US\$ 238**  
P/Persona

**Descripción:** La Región Centro Sur está ubicada en el centro del país e implica una unidad geográfica y productiva basada en vínculos muy estrechos de carácter histórico, patrimonial y económico de los departamentos de Durazno, Flores, Florida y San José. Se formalizó mediante la firma de un convenio entre el Ministerio de Turismo y los gobiernos departamentales en diciembre de 2016, priorizándose cuatro ejes temáticos:

- » **Turismo Histórico – Cultural:** Las capitales departamentales son los principales destinos para disfrutar de esta modalidad de turismo. La Piedra Alta en Florida, El Teatro Macció en San José y la Iglesia San Pedro de Dieste en Durazno, son solo algunos ejemplos de sitios culturales de gran valor patrimonial. En la Región Centro Sur y más concretamente en Florida, también se encuentran diversos sitios y vestigios que van camino a integrar una Ruta Jesuítica Regional.
- » **Turismo Rural y de Naturaleza.** Los Humedales de Santa Lucía, la Localidad Rupestre Chamangá y el geoparque Grutas del Palacio, son las tres áreas abanderadas en turismo de naturaleza en la región. Este último es uno de los dos geoparques existentes en Sudamérica, que cuentan con el reconocimiento de la UNESCO. En el departamento de Durazno, por su parte, se encuentran las Grutas de Carlos Reyles, otras formaciones geológicas de relevancia para la comunidad científica internacional.
- » **Turismo Náutico.** El Río Negro y el Río Yi en Durazno, los Lagos Andresito y el Parque Bartolomé Hidalgo en Flores, el Río Santa Lucía en Florida y las costas del Río de la Plata en San José, constituyen los principales afluentes donde realizar turismo náutico en la región. Cabe destacar que, en los últimos, se ha realizado varios encuentros de turismo náutico, una modalidad turística, que se entiende, tiene gran potencial de desarrollo en la zona.

## Mapa de oportunidades de Inversión

---

### 1. Artigas

#### Generación de ofertas de alojamiento y servicios gastronómicos Bella Unión.

---

**Propuesta:** Desarrollo de servicios de alojamiento y alimentación

**Inversión estimada:** US\$ 400.000

**Atractivo:** Se ha realizado el estudio de Viabilidad del Puente Monte Caseros-Bella Unión lo que hace urgente aumentar la capacidad de aumentar la capacidad de hospedaje y alimentación en la ciudad, no solo por el aumento considerado de personas que vienen a trabajar en su construcción sino por el aumento en la circulación de turistas y de tránsito por la ciudad.



**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

### 2. Paysandú

#### Desarrollo Turístico de Meseta de Artigas

---



**Propuesta:** Construcción y explotación de hasta 8 cabañas para alojamiento. Explotación de Centro de Interpretación y Centro de Visitantes ya construido. Derecho a la mejora y explotación del área de camping. No se descartan otras propuestas.

**Modalidad:** Concesión por 10 años

**Inversión estimada:** U\$S 300.000

**Atractivo:** Su ubicación es el corazón del área termal del Corredor de los Pájaros Pintados. Durante la Semana de Turismo se celebra La Regata Meseta de Artigas, una de las grandes citas náuticas del país con la participación de embarcaciones de Uruguay, Argentina y Brasil. A finales de setiembre más de cien aparcerías de todo el país recorren cientos de kilómetros a caballo para rendir homenaje a José Gervasio Artigas.

**Fuente:** Coordinación Corredor de los Pájaros Pintados – Ministerio de Turismo

### 3. Florida

#### Desarrollo Turístico del predio Mangueras de Artigas, Casupá



**Propuesta:** Construcción y explotación de hasta 6 cabañas para alojamiento y adecuación del predio junto al Aº Casupá. Conjuntamente se mejoran las instalaciones para brindar mejor servicio e higiene al predio. Explotación Centro de Visitantes. Promoción del Parque Mangueras de los Artigas: Ruedo con actividades Criollas, Aparcerías, la “Marcha de los Artigas”, Festival , etc. Poner en valor el Parque para utilización turística. Establecer condiciones para

Camping.

**Ubicación:** Ruta 7, Departamento de Florida.

**Modalidad:** Concesión por 10 o más años.

**Inversión estimada:** U\$S 280.000.

**Atractivo:** Predio Histórico (antigua estancia de la Familia Artigas) quedan las instalaciones de piedra. Belleza Natural, junto al Aº. Casupá, Monte Nativo, abundancia de Fauna y Flora Nativa.

**Fuente:** División Desarrollo Sustentable - Intendencia de Florida

### 4. Río Negro

#### Servicios Gastronómicos y afines en el Paisaje Industrial Fray Bentos, Patrimonio Mundial de UNESCO

**Propuesta:** Explotación comercial de un local ubicado en el Barrio Anglo, Paisaje Industrial Fray Bentos, (Patrimonio Mundial por UNESCO), para servicios de gastronomía de alta calidad, cafetería temática y/u otros fines relacionados, fuertemente vinculados a la atención a turistas, empleados y funcionarios que trabajan en el sitio, y emprendimientos de tipo educativo.

**Modalidad:** Concesión por 2 años (opción a 2 años más)

**Inversión estimada:** U\$S 150.000

**Atractivo:** El Frigorífico Anglo, que hoy funciona como Museo de la Revolución Industrial, constituye un ejemplo excepcional de la evolución de la estructura social y económica de los siglos XIX y XX en Uruguay y la región, resultante de la integración y del aporte cultural de inmigrantes de más de 60 nacionalidades que llegaron a trabajar allí. El lugar, inclusive fue conocido como “la cocina del mundo”, por su valor estratégico en las guerras mundiales. Particularmente en la segunda, en donde el corned beef Fray Bentos del frigorífico Anglo alcanzó fama mundial.

**Fuente:** Coordinación Corredor de los Pájaros Pintados – Ministerio de Turismo



## 5. Rivera

### Alojamiento turísticos en Valle de Lunarejo –Laurales



**Propuesta:** Construcción y/o renta de alojamientos para uso turístico de carácter rural y de espacios naturales.

**Inversión estimada:** US\$ 250:000

**Atractivo:** En torno al Parque Natural Regional Valle del Lunarejo, que integra el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, existe una gran demanda de alojamiento y una oferta reducida, por lo que durante varios momentos del año se pierden oportunidades de comercialización turística. Otra área de oportunidad es la generación de experiencias turísticas de contacto con la naturaleza, que no impliquen grandes costos en equipamiento o infraestructura, sino más que nada tener los medios de transporte adecuados y desarrollar los contenidos necesarios.

**Fuente:** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

## 6. Rivera

### Comercialización de experiencias turísticas en Valle de Lunarejo

**Propuesta:** Agencia de viaje receptiva, organización de paseos Valle del Lunarejo, venta de paquetes turísticos, comercialización con agencias mayoristas.

**Inversión estimada:** US\$ 60 mil

**Atractivo:** El Parque Natural Regional Valle del Lunarejo se compone por cerros de alturas superiores a los 350 metros que entre ellos deja espacio a valles que surcados por el arroyo Lunarejo y sus afluentes. Entre las quebradas de los cerros es posible encontrar una gran diversidad de fauna y flora, algo más de 150 especies de aves registradas, cascadas, saltos de agua y espectaculares vistas.



**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

## 7. Rivera

### Comercialización y promoción de eventos deportivos



**Propuesta:** Gestión de empresas especializadas en la promoción y venta de eventos deportivos, venta de paquetes turísticos coordinados con operadores locales.

**Inversión estimada:** US\$ 1,5 millones

**Modalidad:** Inversión directa privada

**Atractivo:** Rivera recibe a importante número de turistas por eventos deportivos, los cuales se realizan de forma poco profesional y no programada, en Brasil en la región cercana a la frontera se desarrolla este segmento del sector turístico con más profesionalismo generando así una oportunidad para hacer parte de ese circuito. La propuesta de invertir en esta modalidad de turismo podría significar la diversificación y complementariedad de la oferta. Un ejemplo significativo de ello, son las inversiones en infraestructura del Autódromo y el Estadio Municipal.

**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

## 8. Rivera

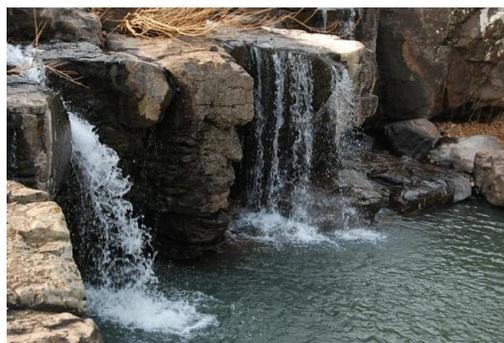
### Emprendimientos termales en la zona de quebradas del Norte Estancia La Aurora

**Propuesta:** Desarrollo de Parque Termal

**Inversión estimada:** US\$ 40 millones

**Atractivo:** Es un emprendimiento que surge luego de varios años de estudio y que pretende ofrecer principalmente al turista brasileño una combinación entre turismo termal, de compras, aventura y naturaleza y juegos.

**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy



## 9. Rivera

### Generación de nuevas alternativas de alojamiento y emprendimientos gastronómicos en Minas de Corrales y Artigas.



**Propuesta:** Las alternativas de alojamiento en el entorno rural, y en el balneario tienen espacio de crecimiento dada la fuerte demanda en temporada estival, y las posibilidades de aprovechar más el perfil histórico cultural del destino. Existe una demanda creciente de experiencias ecoturísticas en el Río Negro, así como de pesca deportiva, sin embargo existen pocos oferentes.

**Inversión estimada en gastronomía:** US\$ 500.000

**Modalidad:** Inversión directa privada.

**Atractivo:** A 96 km de la ciudad de Rivera y 60 km de la ciudad de Tacuarembó, Minas de Corrales, tiene una identidad única. Al visitar este pueblo del interior rural, el

turista puede conocer antiguas galerías que se utilizaron para la extracción de oro, recolectar sus propias muestras de pirita (oropel) y conocer las ruinas de la primer represa hidroeléctrica de América del Sur.

**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

## 10. Salto

### Desarrollo y explotación comercial del Aeropuerto de Salto

**Propuesta:** Proyección y construcción de una nueva terminal de pasajeros, e instalación de equipamiento para seguridad aeroportuaria y check-in.

**Ubicación:** Nueva Hespérides, Salto

**Modalidad:** Concesión por 20 años.

**Inversión estimada:** desde U\$S 3 millones

**Atractivo:** Salto junto a Paysandú, es uno de los tres principales destinos turísticos del país donde llegaron casi 500.000 turistas en 2016. La pista principal del Aeropuerto Internacional de Nueva Hespérides permite operaciones con aviones de tipo ATR-72, Bombardier CRJ200, Embraer ERJ 190, Embraer 120, Saab 2000, Havilland DHC 8, entre otros. Las principales aerolíneas regionales que llegan a Montevideo, Norte Argentino o Sur de Brasil, podrían explotar estas rutas para conectar la región de la triple frontera con las grandes urbes de los países del Mercosur.

**Fuente:** Dirección de Turismo Salto. Correo: turismosocialsalto@salto.gub.uy



## 11. Soriano

### Gestión hotelera en Mercedes



**Propuesta:** El proyecto comprende la construcción de 4 bloques de 20 apartamentos para residencia y un hotel de 43 habitaciones, más la ampliación del Club House con sala de conferencias para 300 personas y una marina con 60 amarras para embarcaciones deportivas.

**Inversión:** US\$ 25 millones (en etapa de permisos para comienzo de obras).

**Atractivo:** San Isidro Golf & Yacht Club, emprendimiento privado a orillas del Río Negro en la ciudad de Mercedes, ofrece instalaciones hoteleras a empresa con experiencia en el ramo para su gestión. El complejo se encuentra en un predio integrado a un country creado en 2005 donde residen 40 familias. El Club creado en 2010 cuenta con 300 socios. Mercedes es una hermosa ciudad situada sobre la margen del Río Negro. En la actualidad cuenta con 3 hoteles y algunas posadas con alto nivel de ocupación durante todo el año.

**Fuente:** Coordinación Corredor de los Pájaros Pintados – Ministerio de Turismo

## 12. Tacuarembó

### Generación de ofertas de alojamiento y servicios gastronómicos Paso de los Toros

**Propuesta:** Las alternativas de alojamiento y servicios gastronómicos.

**Inversión estimada:** US\$ 1 millón

**Atractivo:** Se está proponiendo en los alrededores de la región la construcción de una planta de celulosa lo que generará 6000 puestos de trabajo. En este caso la oportunidad se observa en el desarrollo de actividades de turismo náutico entorno al Río Negro en el Municipio de Paso de Los Toros.



**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

## 13. Tacuarembó

### Generación de ofertas de alojamiento y experiencias turísticas San Gregorio de Polanco

---

**Propuesta:** Las opciones de alojamiento en el entorno rural, y en el balneario tienen espacio de crecimiento dada la fuerte demanda en temporada estival, y las posibilidades de aprovechar más el perfil histórico cultural del destino. Existe una demanda creciente de experiencias ecoturísticas en el Río Negro, así como de pesca deportiva, sin embargo existen pocos oferentes.

**Inversión estimada:** US\$ 400.000

**Atractivo:** San Gregorio de Polanco es un destino muy frecuentado por el mercado del turismo interno y el mercado procedente del sur de Brasil. Actualmente viven en la ciudad unos 3.000 habitantes, muchos de ellos dedicados a tareas vinculadas al turismo. Durante el verano se recibe más del doble de personas del que residen en la localidad. También es el destino de la región que recibe la mayor cantidad de demanda extra-regional, y es junto con la ciudad de Rivera el destino con menor estacionalidad.

**Fuente :** Coordinación Región Norte - Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy

## 15. Tacuarembó

### Alojamiento y emprendimientos gastronómicos en balnearios

---

**Propuesta:** Las ofertas de alojamientos y gastronomía tienen espacio para crecer en el destino al igual que las propuestas de experiencias turísticas recreativas sobre el Río Negro que aún son escasas.

**Inversión estimada:** US\$ 600.000

**Atractivo:** El atractivo histórico cultural de la ciudad de Paso de los Toros se centra en ser la tierra natal del célebre escritor uruguayo Mario Benedetti y el origen del agua tónica que le dio nombre a la localidad. Paso de los Toros, al igual que San Gregorio de Polanco, es beneficiado por la belleza del Río Negro que le permite desarrollar diversos productos turísticos vinculados a la pesca y al turismo náutico.

**Fuente :** Coordinación Región Norte- Ministerio de Turismo – regionnorte@mintur.gub.uy



## 14. Treinta y tres

### Incremento Servicios en Charqueada



**Descripción:** Construcción y explotación de hasta 20 cabañas adicionales para alojamiento. Área de Explotación de Centro de Interpretación, Centro de Visitantes y piscina. Derecho a la mejora y explotación del área de camping.

**Ubicación:** Ruta 17, Departamento de Treinta y tres

**Modalidad:** Concesión por 10 años.

**Inversión estimada:** US\$ 1.2 millón

**Atractivo:** Explotación de un espacio de alojamiento y servicios en un lugar de alto atractivo turístico. Caracterizado por ser un lugar de descanso para la familia, alta seguridad del entorno, manteniendo un contacto estrecho con la naturaleza en su máxima expresión, con intervención mínima del hombre, lo que garantiza que el entorno se ha mantenido sin modificaciones y en estado puro y original. Con la posibilidad de realizar actividades por los visitantes en contacto con la naturaleza como: tour guiados por ríos y arroyos, pesca deportiva, deportes náuticos, tracking de naturaleza, cicloturismo de naturaleza, recorridos históricos culturales, etc.

**Fuente:** Dirección de Desarrollo Intendencia de Treinta y Tres

## 16. Treinta y tres

### Hotel de 40 habitaciones en la Charqueada.



**Propuesta:** Construcción y explotación de un hotel con 40 habitaciones.

**Ubicación:** Ruta 17, Departamento de Treinta y tres

**Modalidad:** Concesión por 30 años.

**Inversión estimada:** US\$ 7 millones

**Atractivo:** Explotación de un hotel de 40 habitaciones y sus servicios conexos en un

lugar de alto atractivo turístico. Caracterizado por ser un lugar de descanso para la familia, alta seguridad del entorno, manteniendo un contacto estrecho con la naturaleza en su máxima expresión, con intervención mínima del hombre, lo que garantiza que el entorno se ha mantenido sin modificaciones y en estado puro y original. Con la posibilidad de realizar por los visitantes actividades en contacto con la naturaleza como: tour guiados por ríos y arroyos, pesca deportiva, deportes náuticos, tracking de naturaleza, cicloturismo de naturaleza, recorridos históricos culturales, etc.

**Fuente:** Dirección de Desarrollo Intendencia de Treinta y Tres

## 17. Treinta y tres

### Incremento Servicios en Quebrada de los Cuervos



**Propuesta:** Construcción y explotación de hasta 20 cabañas adicionales para alojamiento.

Área de Explotación de Centro de Interpretación, Centro de Visitantes y piscina. Derecho a la mejora y explotación del área de camping.

**Ubicación:** Ruta 8 al este, camino vecinal a destino (45 km de la capital de Treinta y Tres), Departamento de Treinta y Tres.

**Modalidad:** Concesión por 10 años.

**Inversión estimada:** US\$ 1.4 millón

**Atractivo:** explotación de un espacio de alojamiento y servicios en un lugar de alto atractivo turístico. Caracterizado por ser un lugar de descanso para la familia, alta seguridad del entorno, manteniendo un contacto estrecho con la naturaleza en su máxima expresión con intervención mínima del hombre, lo que garantiza que el entorno se ha mantenido sin modificaciones y en estado puro y original. Con la posibilidad de realizar actividades por los visitantes en contacto con la naturaleza como: tour guiados por ríos y arroyos, pesca deportiva, deportes náuticos, tracking de naturaleza, cicloturismo de naturaleza, recorridos históricos culturales, etc. Posibilidad de desarrollar un emprendimiento en el territorio de la primera área protegida del Uruguay.

**Fuente:** Dirección de Desarrollo Intendencia de Treinta y Tres

## 18. Treinta y tres

### Hotel de 40 habitaciones en el Área Quebrada de los Cuervos.



**Propuesta:** Construcción y explotación de 1 hotel de 40 habitaciones.

**Ubicación:** Ruta 8, camino vecinal a destino (45 km de la capital de Treinta y Tres), Departamento de Treinta y tres.

**Modalidad:** Concesión por 30 años.

**Inversión estimada:** U\$S 7 millones.

**Atractivo:** explotación de un hotel de 40 habitaciones y sus servicios conexos en un lugar de alto atractivo turístico. Caracterizado por ser un lugar de descanso para la familia, alta seguridad del entorno, manteniendo un contacto estrecho con la naturaleza en su máxima expresión con intervención mínima del hombre, lo que garantiza que el entorno se ha mantenido sin modificaciones y en estado puro y original. Con la posibilidad de realizar por los visitantes actividades en contacto con la naturaleza como: tour guiados por ríos y arroyos, pesca deportiva, deportes náuticos, tracking de

naturaleza, cicloturismo de naturaleza, recorridos históricos culturales, etc.

**Fuente:** Dirección de Desarrollo Intendencia de Treinta y Tres

## 19. Treinta y tres

### Desarrollo Turístico de la Futura Represa del A° Casupá (OSE) Casupá.

**Propuesta:** Esta en ejecución el Proyecto de Represamiento del A° Casupá, como reservorio de Agua Potable para abastecer a la zona Metropolitana a través del Río Santa Lucia. Establecer con anticipación la Explotación Turística de la zona con un estudio conjunto entre instituciones como OSE, Intendencia de Florida, Intendencia de Lavalleja, DINAMA, etc. Establecer Instalaciones, alojamiento y servicios acordes para desarrollar la zona con un gran atractivo turístico.

**Gestión:** Directa, a cargo de OSE, alcaldía o llamado a concesionario (inversor privado).

**Ubicación:** Ruta 7 , Departamento de Florida.

**Modalidad:** Concesión por 15 o más años.

Monto estimado de la inversión: U\$S 700.000

**Atractivo:** Belleza Natural, junto al A°. Casupá, Monte Nativo, abundancia de Fauna y Flora.

## ANEXOS

### Anexo I. Principales instituciones vinculadas al sector turístico



El **Ministerio de Turismo** tiene como objetivo diseñar, promover, ejecutar, controlar y evaluar las políticas de Estado, relativas a las actividades turísticas. Para ello coordinará los esfuerzos articulando los intereses del sector público y privado en un marco ético y normativo, procurando la mejora sostenible de la actividad así como la calidad de vida de la población.

::Sitio web:: [mintur.gub.uy](http://mintur.gub.uy)



A la **Marca País** le corresponde la representación gráfica, nominal y simbólica que identifica al país y lo diferencia de los demás haciéndolo único. Tiene como principal objetivo promover exportaciones, inversiones, turismo y residencia e identificación de la marca con públicos internos.

::Sitio web:: [marcapaisuruguay.gub.uy](http://marcapaisuruguay.gub.uy)



Las **Intendencias departamentales** cuentan con áreas o departamentos dedicados al turismo que se encargan de coordinar con las autoridades nacionales y los actores privados la regulación y promoción de las actividades turísticas.

::Sitio web:: [intendencias.gub.uy](http://intendencias.gub.uy)



La **Cámara Uruguaya de Turismo** es una institución civil que representa al conjunto de la actividad turística nacional, agrupando a gremiales sectoriales, asociaciones y cámaras regionales.



**Montevideo Bureau**, es un espacio de encuentro, coordinación, planificación y ejecución de acciones estratégicas, entre actores públicos y privados organizados, con el objetivo de mejorar la competitividad turística de la ciudad de Montevideo.

::Sitio web:: [descubrimontevideo.uy](http://descubrimontevideo.uy)



**Destino Punta del Este** es una institución sin fines de lucro, que promocionan Uruguay y Punta del Este, en el mundo, como destino de vacaciones, inversiones y de segunda residencia, o el más conocido "turismo residencial" ..

::Sitio web:: [destinopuntadeleste.org](http://destinopuntadeleste.org)



El **Corredor de los pájaros pintados** busca mejorar la competitividad territorial a partir de la integración de su oferta turística. La gestión se realiza a través de la Mesa Estratégica formada por las Direcciones de Turismo de Artigas, Salto, Paysandú, Río Negro y Soriano y el MINTUR. También se coordinan acciones con otros representantes del sector privado y público.

::Sitio web:: [turismo.gub.uy/pajarospintados](http://turismo.gub.uy/pajarospintados)



**La Asociación Turística de Colonia** está conformada por los sectores empresariales vinculados al turismo del departamento, la Dirección de Turismo de la Intendencia de Colonia y el Ministerio de Turismo.

::Sitio web:: [coloniaturismo.com](http://coloniaturismo.com)



**Asociación de Promoción Turística de Piriápolis:** Se integra por Centro Comercial e Industrial de Piriápolis, Centro de Hoteles y Restaurantes de Piriápolis, Asociación Fomento y Turismo, Municipio de Piriápolis, Intendencia de Maldonado y Ministerio de Turismo.

::Sitio web:: [destinopiriapolis.com/institucional](http://destinopiriapolis.com/institucional)



Liga de Turismo de Punta del Este: Asociación que promueve iniciativas de fomento del turismo y de la cultura, así como el mejoramiento y progreso de la ciudad.

::Sitio web:: [ligapuntadeleste.com.uy](http://ligapuntadeleste.com.uy)



La **Asociación de Hoteles y Restaurantes del Uruguay** es la Institución que representa gremialmente a las empresas que integran los sectores hotelero y gastronómico a nivel nacional.

::Sitio web:: [ahru.com.uy](http://ahru.com.uy)



La **Sociedad Uruguaya de Turismo Rural** es una Gremial que reúne a los prestadores de servicios de Turismo en espacios Rurales y Naturales. Lo integran: Estancias, Posadas, Restaurantes de Campo, Casas de Campo, Bodegas, Granjas, Cabañas, entre otros. La organización busca promover y desarrollar el turismo rural en beneficio de todos.

::Sitio web:: [turismoruraluy.com](http://turismoruraluy.com)



La **Asociación Uruguaya de Organizadores de Congresos** busca promover y difundir a Uruguay como sede de congresos, ferias, exhibiciones, regionales, internacionales y mundiales. Y trabaja con el fin de convertir a Uruguay en un centro internacional de congresos ferias y exposiciones de primer nivel, siendo AUDOCA el principal impulsor de políticas de calidad y profesionalismo, para el bien de nuestra industria y la imagen del país.

::Sitio web:: [audoca.com](http://audoca.com)



La **Asociación Uruguaya de Agencias de Viajes** es la entidad representativa en el orden nacional de las más importantes empresas de viajes y turismo del Uruguay. Sus socios, son tanto operadores turísticos como agencias de viajes. AUDAVI se encarga de garantizar un severo control de las agencias y operadores miembros y ofrecer una constante capacitación a sus asociados, con la finalidad de lograr y exigir a éstos la más alta calidad y excelencia en el nivel de servicios al usuario, en bien de la imagen y excelencia del turismo en el Uruguay

::Sitio web:: [audavi.com.uy](http://audavi.com.uy)

## Anexo II. Oferta educativa específica para el sector turismo – 2016

Consejo Educación Técnico Profesional MATRÍCULA 2015	
<b>Educación Media Básica</b>	
Gastronomía	1390
Servicios Personales	1426
<b>Media Superior</b>	
Hotelería	98
Gastronomía	2754
Servicios Personales	1658
Turismo	1392
<b>Educación Superior Terciaria</b>	
Administración Hotelera	15
Gastronomía Binacional	32
Gestión de alojamiento	22
Gestión empresas turísticas	51
Guía tec. Circ. Tur. Sost.	8
Guía y diseños Circ. Tur. Sost.	7
Organización de eventos	97

<b>Jóvenes y adultos (sin continuidad educativa)</b>	
Gastronomía	867
Hotelería	17
Servicios Personales	244
<b>Universidad de la República. MATRÍCULA 2012</b>	
<b>Carreras cortas y tecnicaturas</b>	
Técnico Universitario en Turismo	15
<b>Carreras de grado/Licenciaturas</b>	
Licenciado Binacional en Turismo	94
Licenciado en Turismo	145
<b>Postgrados</b>	
Diplomado en Economía y Gestión del Turismo Sustentable	2
<b>Institutos Universitarios MATRÍCULA 2015 (no incluye UdelaR)</b>	
<b>Carreras de grado/Licenciaturas</b>	
Licenciatura en Turismo	174
<b>Ofertas NO terciarias (educación jóvenes y adultos)</b>	
Técnico en Gerencia Turística	56
Técnico en Relaciones Públicas y Org. De eventos	51

Fuente: Elaboración del Ministerio de Educación y Cultura

Los cursos, carreras y capacitaciones son brindados por diversas instituciones reconocidas por el Ministerio de Educación y Cultura.

### Anexo III. Ley de Turismo

En línea con los objetivos del MINTUR, la reciente aprobación de la Ley 19.253 tiene la finalidad de constituir un marco normativo para regular, promover y jerarquizar la actividad turística.<sup>42</sup> Establece principios y conceptos fundamentales para la actividad turística, abordando temas como la planificación territorial, promoción de inversiones, temas medio ambientales, entre otros.

**La Ley define al turismo como actividad de interés nacional, entendiéndola no solo como factor cultural, económico y social de desarrollo, sino también como un derecho humano.**

La Ley separa los cometidos en dos niveles, poder ejecutivo, a nivel general; y la Dirección Nacional de Turismo, con cometidos tales como la promoción de la accesibilidad, investigación; y regulación y control de los prestadores de servicio.

Además, mediante la Ley se crea el Registro de Prestadores de Servicios Turísticos, que define los actores dentro de la actividad. Asimismo, se crea el Consejo Nacional de Turismo (CONATUR) con participación pública y privada para crear políticas de Estado para el sector. La creación mediante la ley de los Centros de Conciliación Turística se da para cumplir los cometidos de conciliar las partes en reclamos, quejas y planteos entre turistas y prestadores de servicios.

<sup>42</sup> Aprobada por el parlamento en agosto de 2014 la Ley 19.253 está en proceso de reglamentación.

La financiación de actividades del sector se dará a través del fondo Fomento del Turismo, a cargo del Ministerio de Turismo, que puede también generar fondos cofinanciados con particulares, con hasta un 70% de aporte público.

#### **Anexo IV. Plan nacional de turismo 2009-2020**

Uruguay cuenta con un Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020 que se propone avanzar hacia un desarrollo turístico equilibrado que promueva la equidad social en las regiones receptoras, el uso sostenible de los recursos, brindando también una oportunidad para mitigar el cambio climático, desde la gestión turística responsable.

En esta línea el Ministerio de Turismo se planteó un conjunto de objetivos de su gestión tales como: generar empleos y calificarlos, aumentar la captación de divisas, incrementar el gasto turístico y la recepción de turistas, promover procesos de redistribución positiva del ingreso (entre receptores y a nivel territorial), mejorar la calidad de vida y desarrollar la infraestructura de aprovechamiento generalizado. Propuso también un esbozo de las áreas en las que se debería focalizar el desarrollo turístico.

Un conjunto de iniciativas han avanzado en la consolidación de dichos objetivos: el funcionamiento regular del Consejo Nacional de Turismo (CONATUR), el diálogo público-privado, los vínculos con organismos internacionales (BID, OMT), las inversiones en infraestructura y consultorías del Programa MINTUR-BID., los programas de colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID), el incremento de recursos para la promoción, los estudios sobre Posicionamiento - Marca País “Unidos en la acción” (OPP-ONUDI), los trabajos para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo, el Plan de Accesibilidad Turística en Atlántida (OPS/OMS), la instrumentación del Centro de Información y Registro Documentales, la participación en un número importante de ferias internacionales, entre otros.

Otras líneas de trabajo en las que el Ministerio de Turismo ha venido trabajando en sintonía con el plan:

- Promoción de nuevos productos de turismo (Náutico, Patrimonial – Cultural. Congresos y conferencias, religioso, idiomático).
- Sistema Nacional de Turismo Social.
- Sistema Nacional de Formación (Sectorial de INEFOP)
- Territorialización de la Gestión turística.
- Descentralización/Regionalización
- Sistema nacional de capacitación de trabajadores/empresarios.
- Sistema nacional de calidad y acciones concretas hacia la Accesibilidad Universal

## Anexo V. Normas de regulación del sector

### Hotel - Apart Hotel - Hostería y Motel

Estas cuatro categorías de establecimientos turísticos están reglamentadas actual y principalmente por el Decreto 384/997<sup>43</sup> del 15/10/1997 y el Decreto 210/001<sup>44</sup> del 6/06/2001. Este último establece la obligatoriedad para los Hoteles, Apart Hoteles, Hosterías y Moteles, previo a su funcionamiento, de estar autorizados e inscriptos por el MINTUR, requiriéndose para ello acreditar, entre otros requisitos, la habilitación municipal en vigencia para el giro que desarrolle el establecimiento (inscripción válida por 5 años), o habilitación municipal en trámite (en este caso la inscripción es provisoria por 18 meses).

El Decreto 384/997 clasifica los alojamientos turísticos en las cuatro clases indicadas, dentro de cada una de las cuales se establecen cinco categorías simbolizadas por 1 a 5 estrellas (salvo Motel, que contiene sólo 3 categorías). La clasificación se realizará de acuerdo a ciertos parámetros que se establecen en dicho Decreto<sup>45</sup>. Los servicios prestados por los establecimientos deberán estar de acuerdo al mínimo exigido para la categoría en que estén incluidos.

Una Comisión de Clasificación (que funciona en la órbita del MINTUR) ratifica o rectifica la clasificación que debe presentar la empresa, y podrá revisarla durante su período de vigencia.

Esta clasificación en clases y categorías (estrellas) debe indicarse en toda publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los alojamientos turísticos, además de figurar en una placa distintiva que debe colocarse junto a la entrada principal y en la recepción. Ningún establecimiento podrá usar denominación o indicativo distinto de los que le correspondan por su clase y categoría.

Véase la página web del Ministerio de Turismo para un detalle de las normas que regulan a los distintos operadores turísticos: Agencias de Viajes, Camping Organizado, Hostales y Albergues, Inmobiliarias, Turismo Aventura, Prestador de Servicios Turísticos Rurales y Rentadora de Automóviles sin Chofer<sup>46</sup>.

En la misma página, se ofrecen instructivos y formularios para la inscripción de cada operador e información adicional.

---

<sup>43</sup> [Decreto 384/997](#)

<sup>44</sup> [Decreto 210/001](#)

<sup>45</sup> Ítems de la matriz de clasificación de los alojamientos turísticos, Decreto 384/997 de 15/10/1997: 1) Aspectos constructivos de las habitaciones, 2) Aspectos constructivos de los locales comunes, 3) Equipamiento de las habitaciones, 4) Equipamiento general, 5) Servicios: servicios personales, 6) Servicios: personal, 7) Servicios: idiomas, y 8) Servicios: servicios generales.

<sup>46</sup> <http://www.turismo.gub.uy/index.php/es/operadores-turisticos>

## Anexo Vi. Normativa promoción de inversiones

En Uruguay existe un adecuado marco normativo que beneficia al inversor; algunas normas son de carácter general para todos los sectores y otras son específicas para el sector turismo.

La **Ley 16.906** (1998), declara de interés nacional la promoción y protección de inversiones nacionales y extranjeras. Como característica principal a destacar, el inversor extranjero goza de los mismos incentivos que el inversor local, no existe discriminación desde el punto de vista tributario ni restricciones para la transferencia de utilidades al exterior.

Los Decretos 455/007 y 002/012 actualizaron la reglamentación de dicha ley. Para los proyectos de inversión en cualquier sector de actividad que se presenten y sean promovidos por el Poder Ejecutivo se permite exonerar del Impuesto a la Renta de las Actividades Económicas (IRAE) entre el 20% y el 100% del monto invertido, según tipificación del proyecto y el puntaje resultante de una matriz de indicadores. La tasa única a nivel nacional del IRAE es de 25%. También se exonera del Impuesto al Patrimonio los bienes muebles del activo fijo y obras civiles y se recupera el IVA de las compras de materiales y servicios para estas últimas. Asimismo, dicha ley exonera de tasas o tributos la importación de bienes muebles del activo fijo, declarados no competitivos de la industria nacional.

Por otra parte, el Decreto 175/003<sup>47</sup> de fecha 7/05/2003 adecua la normativa general al sector específico de turismo y también hay un decreto específico para los hoteles condominio<sup>48</sup>.

En el caso de los dos primeros decretos mencionados, el interesado puede optar por uno u otro régimen o combinar los beneficios de ambos acuerdos.

### A - Régimen específico de promoción de inversiones para el Sector Turístico: Decreto 175/003.

El Decreto 175/003 clasifica las actividades turísticas en dos grupos, aplicando incentivos diferentes a cada uno:

a) Proyectos Turísticos: actividades de servicio de alojamiento, culturales, comerciales, para congresos deportivos, recreativos, de esparcimiento o de salud, que conformen una unidad compleja realizada para la captación de demanda de turismo, aprobados de acuerdo a la Ley 16.906 y a este Decreto.

b) Hoteles, Apart-hoteles, Hosterías, Moteles y Estancias turísticas construidas o a construirse.

a) Para Proyectos Turísticos:

---

<sup>47</sup> [Decreto 175/003](#).

<sup>48</sup> [Decreto 404/10](#) y [Decreto 059/12](#).

- obra civil; se exonera el IVA de la importación de bienes destinados a ella, se genera un crédito a favor por el IVA de compras en plaza<sup>49</sup>, exoneración del Impuesto al Patrimonio por 11 años y del 50% de los tributos que graven la importación de esos bienes. A efectos del IRAE la inversión puede ser amortizada en 15 años.
  - equipamiento; se exonera el IVA de la importación de bienes destinados a ella, se genera un crédito a favor por el IVA de compras en plaza<sup>50</sup>, exoneración del Impuesto al Patrimonio por 5 años y del 50% de los tributos que graven la importación de esos bienes. A efectos del IRAE el equipamiento puede ser amortizado en 5 años.
- b) Para hoteles, apart-hoteles, hosterías, moteles y estancias turísticas construidas o a construirse:
- para equipamiento, se exonera el IVA de la importación de bienes destinados a ella, se genera un crédito a favor por el IVA de compras en plaza<sup>51</sup>, exoneración del Impuesto al Patrimonio por 5 años y del 50% de los tributos que graven la importación de esos bienes.

#### **B - Régimen específico de promoción de inversiones para los Hoteles Condominio: Decreto 404/010 y 059/012.**

En el Decreto Nº 404/010 se declara promovida la actividad desarrollada por los Hoteles Condominios, pudiéndose acoger los mismos a diversos beneficios, entre los que se destacan:

- a. Crédito por el IVA incluido en las adquisiciones en plaza de bienes y servicios con destino a la construcción.
- b. Exoneración del IVA a las importaciones realizada por la empresa promotora de los bienes con destino a la construcción
- c. Exoneración a la empresa promotora por las importaciones de materias y bienes necesarios para la construcción, debiendo optar por uno de los siguientes regímenes: i) 100% de los tributos que gravan los bienes mencionados declarados no competitivos de la industria nacional debiendo pagar la totalidad de los tributos que gravan los bienes competitivos de la industria nacional; ii) 50% de los tributos que gravan la totalidad de los citados bienes

### **Anexo VII. Beneficios para los turistas**

- » **Devolución del IVA en las adquisiciones de bienes y servicios relacionados con la actividad turística**, para las personas físicas no residentes. Se incluyen: servicios de comida brindados

<sup>49</sup> Este crédito a favor será devuelto mediante Certificados de Crédito que podrán ser destinados al pago de obligaciones ante la DGI, BPS e incluso endosarlos a proveedores.

<sup>50</sup> Ídem nota anterior.

<sup>51</sup> Ídem nota anterior.

por establecimientos gastronómicos y de hospedaje; servicios para fiestas y eventos; arrendamientos de vehículos sin chofer.

- » **Devolución del 10,5% del precio del arrendamiento de inmuebles con fines turísticos**, para personas físicas no residentes. Los arrendamientos deberán realizarse con inmobiliarias registradas y el medio de pago utilizado deberá ser tarjeta de débito o crédito (no corporativas) emitidas en el exterior <sup>52</sup>.
- » **Régimen Tax Free: para compras realizadas en comercios adheridos al sistema**. En los pasos de frontera: Aeropuerto Internacional de Carrasco, Aeropuerto de Laguna del Sauce, Puerto de Montevideo, Puerto de Colonia, Terminal de Arribos de Cruceros de Punta del Este, Puente Salto-Concordia, Puente Paysandú-Colón, Puente Fray Bentos-Puerto Unzué y Chuy, se deberán presentar las facturas de las compras realizadas para obtener el beneficio.
- » **IVA Cero en Hoteles**: beneficio válido para extranjeros presentando documento de identidad emitido en el exterior.
- » **Peajes en Rutas**: se pueden pagar en varias monedas (Pesos Uruguayos, Pesos Argentinos, Reales o Dólares).

Por más información ver: <http://www.turismo.gub.uy/index.php/es/beneficios-al-turista>



Rincón 518/528 - CP 11000  
Tel.: +598 2915 3838  
Montevideo - Uruguay

[www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy)  
[info@uruguayxxi.gub.uy](mailto:info@uruguayxxi.gub.uy)  
  Uruguay XXI

<sup>52</sup> Estos dos beneficios se encuentran vigentes hasta el 31/03/2016. Decretos N° 202/015, 376/012, 377/012.

## Uruguay en síntesis (2017) \*

<b>Nombre oficial</b>	República Oriental del Uruguay
<b>Localización geográfica</b>	América del Sur, limítrofe con Argentina y Brasil
<b>Capital</b>	Montevideo
<b>Superficie</b>	176.215 km <sup>2</sup> . 95% del territorio es suelo productivo apto para la explotación agropecuaria
<b>Población (2016)</b>	3,48 millones
<b>Crecimiento de la población (2016)</b>	0,4% (anual)
<b>PIB per cápita (2016)</b>	US\$ 15.062
<b>Moneda</b>	Peso uruguayo (\$)
<b>Tasa de alfabetismo</b>	0,98
<b>Esperanza de vida al nacer</b>	77 años
<b>Forma de gobierno</b>	República democrática con sistema presidencial
<b>División política</b>	19 departamentos
<b>Zona horaria</b>	GMT - 03:00
<b>Idioma oficial</b>	Español

### Principales indicadores económicos 2011-2016

Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017e
<b>PBI (Var % Anual)</b>	3,5%	4,6%	3,2%	0,4%	1,5%	2,4%
<b>PBI (Millones U\$S)</b>	51.265	57.531	57.236	53.275	52.420	55.562
<b>Población (Millones personas)</b>	3,43	3,44	3,45	3,47	3,48	3,49
<b>PBI per Cápita (U\$S)</b>	14.962	16.723	16.572	15.366	15.062	15.906
<b>Tasa de Desempleo - Promedio Anual (% PEA)</b>	6,5%	6,5%	6,6%	7,5%	7,8%	8,2%
<b>Tipo de cambio (Pesos por U\$S, Promedio Anual)</b>	20,3	20,5	23,2	27,3	30,2	31,4
<b>Tipo de cambio (Variación Promedio Anual)</b>	5,2%	0,8%	13,5%	17,6%	10,4%	4,1%
<b>Precios al Consumidor (Var % acumulada anual)</b>	7,5%	8,5%	8,3%	9,4%	8,1%	7,8%
<b>Exportaciones de bienes y servicios (Millones U\$S)</b>	13.517	13.738	13.691	12.211	11.508 (e)	11.956
<b>Importaciones de bienes y servicios (Millones U\$S)</b>	14.689	14.849	14.458	11.957	10.349 (e)	10.781
<b>Superávit / Déficit comercial (Millones US\$)</b>	-1.172	-1.111	-776	254	1.159 (e)	1.175
<b>Superávit / Déficit comercial (% del PBI)</b>	-2,3%	-1,9%	-1,3%	0,5%	2,2% (e)	2,1%
<b>Resultado Fiscal Global (% del PBI)</b>	-2,7%	-2,3%	-3,5%	-3,6%	-4,0%	-3,5%
<b>Formación bruta de capital (% del PBI)</b>	22,9%	22,5%	21,2%	19,7%	18,7%	-
<b>Deuda Bruta del Sector Público (% del PBI)</b>	60,7%	57,5%	58,6%	58,7%	-	-
<b>Inversión Extranjera Directa (Millones U\$S)</b>	2.536	3.032	2.188	1.279	-	-
<b>Inversión Extranjera Directa (% del PBI)</b>	4,9%	5,3%	3,8%	2,4%	-	-

\* Fuentes: Los datos referidos al PIB fueron tomados del FMI, los datos de comercio exterior, IED, tipo de cambio, reservas Internacionales y deuda externa provienen del BCU; las tasas de crecimiento de la población, alfabetismo, desempleo e inflación provienen del Instituto Nacional de Estadísticas. Datos estimados para 2017.