
TURISMO RECEPTIVO EN URUGUAY

RECEPTIVE TOURISM IN URUGUAY

Daniela Rodríguez¹³

danirodel@gmail.com

Florencia Rodríguez¹⁴

mflortech@gmail.com

Noemia Montelongo¹⁵

nomontelongo@gmail.com

RESUMEN

El presente artículo se enfoca en la evolución del turismo receptivo de Uruguay durante el periodo 2008-2013. En este trabajo se consideran los visitantes que ingresan al país en calidad de turistas, tomando en cuenta su nacionalidad, puntos de ingresos, principales destinos, opciones de alojamientos e ingresos en divisas.

| 83

Palabras clave: Turismo – Receptivo – Uruguay – 2008-2013.

ABSTRACT

This article focuses on the evolution of receptive tourism in Uruguay during the 2008-2013 period. It takes into consideration all visitors that enter Uruguay as tourists, and considers their nationality, entry points, main destinations, accommodation options and income in foreign currency.

Keywords: Tourism – Receptive – Uruguay – 2008-2013.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo receptivo es una de las divisiones más importantes del turismo. El número de visitantes en Uruguay ha venido creciendo desde el año 2008, hasta alcanzar su punto máximo en el año 2011 con casi tres millones de turistas, obteniendo así importantes cifras por ingresos de divisas al país. En los años 2012 y 2013 se presenta una leve caída como consecuencia del debilitamiento en las economías

13 Estudiante de la Licenciatura de Comercio Exterior, Universidad de la Empresa.

14 Estudiante de la Licenciatura de Comercio Exterior, Universidad de la Empresa.

15 Estudiante de la Licenciatura de Comercio Exterior, Universidad de la Empresa. Técnico en Administración Pública, Escuela de Administración – UDELAR.

de la región. Los turistas argentinos ocupan el primer puesto en el ranking de visitantes y sus principales destinos son Montevideo, Punta del Este y el Litoral Termal.

1.1. Definición general de *turismo*

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, s/f), “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”.

1.2. Factores que componen el turismo

El turismo es un complejo sistema de factores que se interrelacionan entre sí y se retroalimentan permanentemente. Son cuatro los factores básicos que integran este sistema:

- Demanda: conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos.
- Oferta: conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente con el turismo.
- Espacio geográfico: lugar donde se produce la interacción entre la oferta y la demanda.

Los operadores del mercado son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda, tales como agencias de viajes, compañías de transporte, y organismos públicos y privados dedicados a la regulación y/o promoción del turismo.

84 |

1.3. Clasificación de tipos de viajeros

La OMT (s/f) clasifica a los distintos tipos de viajeros en tres categorías:

- Turista (visitante que pernocta): visitante que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país.
- Viajero: toda persona que se desplaza dentro o fuera de su país de residencia, por cualquier motivo y utilizando cualquier medio de transporte. Los viajeros incluyen las categorías de visitantes y otros viajeros.
- Visitante: toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración menor de doce meses, y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar de visita.

Hay que identificar tres conceptos básicos para calificar a quienes realizan actividades turísticas:

- el entorno habitual;
- la duración del viaje o desplazamiento;
- el motivo del viaje.

El concepto más difícil de delimitar es el de entorno habitual, debido a que si no se acota el término podría interpretarse que todos los desplazamientos cotidianos del tipo *vivienda-trabajo* convertirían a las personas en visitantes en lugar de turistas. La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que este concepto tiene dos dimensiones: la frecuencia y la distancia. Si se visitan lugares en forma rutinaria, aunque estén a cierta distancia, esos lugares pasan a ser parte del entorno habitual. A su vez, los lugares situados cerca del lugar de residencia de una persona, aunque esta no los visite con frecuencia, también son parte de su entorno habitual.

1.4. Importancia económica del turismo

Dentro de los sectores primario, secundario y terciario de la economía el turismo integra el último, debido a que se le define como un servicio. Su capacidad de ser el motor de otras actividades, ya sea directa o indirectamente, le confiere una potencialidad especial. El turismo genera ingresos por pagos de servicios directos, como ser alojamientos, paquetes turísticos, restaurantes, industrias culturales, espacios de recreación, comercios de artesanías, servicios personales, transportes, comunicaciones, etc. También genera ingresos por servicios indirectos, ya que crea sucesivas cadenas de pagos a proveedores y personal, así como inversiones en infraestructura. El turismo cobra cada vez más importancia como actividad productiva a nivel mundial: en 2013 generó de manera directa e indirecta el 9% del PIB y el 6% del total de las exportaciones mundiales.

1.5. Definición de turismo para Uruguay

El parlamento uruguayo aprobó en Agosto del 2014 la nueva ley de turismo, que sustituye a la normativa anterior: la ley Nº 14.335, que estuvo vigente desde 1974. El nuevo proyecto fue elaborado por funcionarios del Ministerio de Turismo, en particular del área jurídica. Para modificar la ley anterior se hicieron consultas a nivel nacional, como a la Cámara de Turismo del Uruguay (CUT), y a nivel internacional, como a la OMT.

1.5.1. Definición de turismo según la nueva ley 19.253

“Entiéndase por turismo, a los efectos de esta ley, el complejo de actividades de esparcimiento, ocio, recreación, negocios y otros motivos, desarrollados por personas o grupos de personas fuera del lugar de su residencia habitual, con las notas de temporalidad y voluntariedad, siendo turista la persona que desarrolla dichas actividades” (art. 4 - Ley 19.253 de 2014).

| 85

A diferencia de la definición de la OMT, la ley 19.253 nombra las actividades relacionadas al turismo y menciona el factor tiempo y voluntariedad, sin especificar ninguna cantidad de tiempo, por lo que supone que *turista* es aquel que permanece al menos un día en el territorio nacional.

Esta ley:

- Declara al turismo como una actividad de interés nacional.
- Modifica procedimientos, con el fin de facilitar trámites administrativos y desburocratizar gestiones, tanto para los operadores turísticos como para el Ministerio.
- Tiene como objetivo definir las políticas de fomento y desarrollo del sector, así como el registro y la fiscalización de los operadores turísticos.
- Prevé el funcionamiento de la **Comisión Nacional de Turismo** para trabajar en la articulación público-privada de forma honoraria.
- Crea el **Fondo de Fomento del Turismo**, dedicado a la promoción, mejora y creación de infraestructura, y administrado por el Ministerio de Turismo pero con iniciativa privada.
- Destaca la creación de centros de Conciliación Turística para el disfrute y la protección de los derechos del turista, ya que su estadía es en un lugar diferente al de residencia.
- Ratifica el compromiso de trabajaren cooperación con múltiples actores del Estado para un fuerte posicionamiento internacional del país asociado con la marca *Uruguay Natural*.

2. TURISMO RECEPTIVO EN URUGUAY

El turismo receptivo engloba las actividades realizadas por un visitante extranjero no residente en el país. Uruguay ha tenido una alta tasa de crecimiento en los últimos cinco años y su PIB ha alcanzado un récord histórico de US\$ 50.000 millones para el año 2013 (Uruguay XXI). Esto permitió que Uruguay se posicionara en el tercer puesto de países con mayor recepción de Inversión Extranjera Directa (IED) en América del Sur (5,4% en términos del PIB). Los inversionistas extranjeros se ven atraídos por un sistema democrático consolidado, con tres partidos principales que cumplen y respetan las reglas, por un favorecimiento para los negocios mediante estímulos fiscales para el inversor, y por una fuerte responsabilidad empresarial, en particular a través de la Ley de Promoción y Protección de Inversiones N° 16.906, aprobada en 1998, con su actual decreto de reglamentación 002/012 que prevé un régimen atractivo para la inversión en Uruguay. Por ley, la inversión extranjera recibe el mismo trato que la inversión nacional. Más aún, Uruguay ofrece condiciones naturales muy atractivas, ubicadas a pocos kilómetros de distancia entre sí, para distintas clases de turismo.

2.1. Nacionalidad de los visitantes

Desde períodos anteriores al de este trabajo (2008-2013) el porcentaje de visitantes se viene recuperando y comenzó una tendencia al crecimiento hasta alcanzar un nuevo récord en 2011 con casi tres millones de visitantes. Los dos últimos años (2012-2013) marcaron leves caídas, producto de nuevas crisis, pérdida de competitividad y medidas económicas tomadas por el gobierno argentino.

86 | Como se puede observar en la tabla N° 1, los visitantes argentinos conservan el primer puesto (1.648.343), representando un 56,9% del total de visitantes a Uruguay. En segundo lugar, los brasileños (392.991) con un 14,3%, quienes superan a los uruguayos residentes en el exterior (345.640), con un 12,7% (Anuario del MINTUR, 2015).

De los visitantes con nacionalidades extra región se destacan, por su orden para el período, los estadounidenses (365.050), españoles (185.509) y alemanes (112.004). En este período, Uruguay ha recibido un 3,2% de visitantes europeos, 3,2% de visitantes norteamericanos, y el resto de visitantes de América. Con relación al año 2012, la afluencia de visitantes disminuyó en un 1%. Si bien se registró un crecimiento significativo –por ejemplo mediante el ingreso de uruguayos residentes fuera del país (20%) y de paraguayos (10%) –es alta la caída de los visitantes argentinos (6%).

Tabla N° 1. Nacionalidad de visitantes a Uruguay

País de visitantes	AÑOS						TOTAL	%
	2013	2012	2011	2010	2009	2008		
Argentina	1.648.343	1.763.518	1.723.005	1.261.516	1.261.516	1.046.867	8.704.765	57,2%
Brasil	392.991	396.828	426.315	376.894	263.414	297.332	2.153.774	14,2%
Estados Unidos	51.461	57.552	60.575	59.870	67.223	68.369	365.050	2,4%
Chile	54.473	53.385	57.283	53.194	41.106	38.581	298.022	2,0%
Paraguay	43.634	39.321	42.980	36.672	34.347	27.525	224.479	1,5%

País de visitantes	AÑOS							%
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	TOTAL	
España	38.654	21.184	32.308	29.949	31.082	32.332	185.509	1,2%
Colombia	0	29.504	29.162	23.182	20.630	17.645	120.123	0,8%
Alemania	19.665	18.017	20.271	19.102	18.450	16.499	112.004	0,7%
Italia	0	15.423	17.527	15.931	16.098	17.267	82.246	0,5%
México	18.463	0	0	13.425	0	14.778	46.666	0,3%
Perú	20.877	0	0	0	0	0	20.877	0,1%
Venezuela	19.318	18.158	16.351				53.827	0,4%
Otros	161.802	155.275	162.155	164.963	141.490	146.908	932.593	6,1%
Sub Total	2.469.681	2.568.165	2.587.932	2.054.698	1.895.356	1.724.103	13.299.935	
Uruguay	345.640	277.824	372.223	352.978	296.875	273.781	1.919.321	12,6%
Total	2.815.321	2.845.989	2.960.155	2.407.676	2.192.231	1.997.884	15.219.256	100,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y de Deporte, 2014.

2.2. Residencia

| 87

Como muestra la tabla N° 2, en el 2013 Uruguay recibió 1.993.311 de visitantes que residen en Argentina, lo que representa un 71,2% del total. Le siguen 420.954 residentes de Brasil, 119.588 de Europa, 78.539 de Norteamérica, 69.704 del resto de América, 60.118 de Chile y 54.846 de Paraguay (Anuario del MINTUR, 2015).

Tanto en 2013 como en el total del período 2009-2013 se puede observar que la gran mayoría de visitantes (71.20%) reside en Argentina, Brasil (14.4%) y Europa (4%).

Tabla N° 2. País de residencia de visitantes a Uruguay

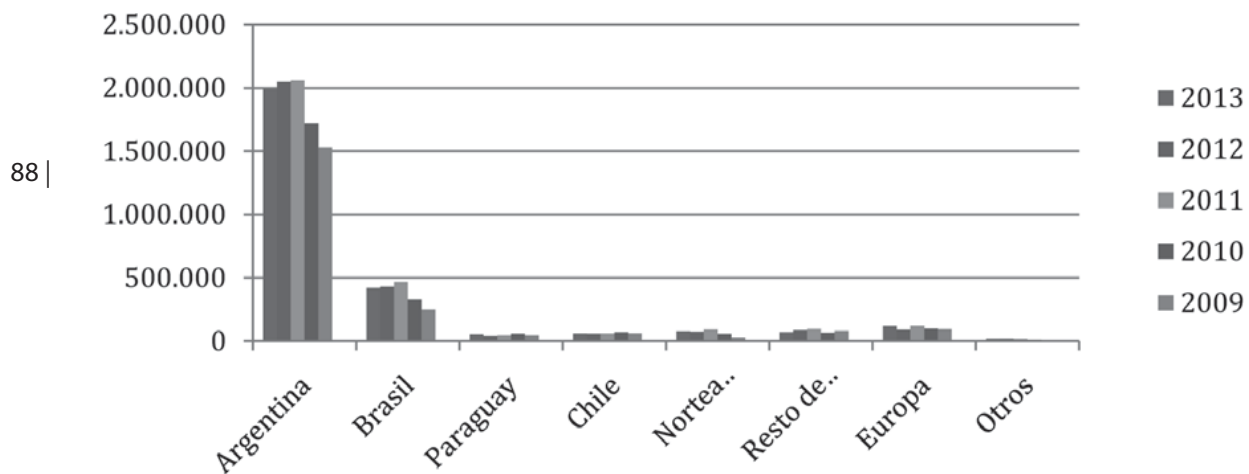
Lugar Residencia	AÑOS					TOTAL	%
	2013	2012	2011	2010	2009		
Argentina	1.993.311	2.047.301	2.058.773	1.717.547	1.529.679	9.346.611	71,2%
Brasil	420.954	428.265	466.459	328.084	249.713	1.893.475	14,4%
Paraguay	54.846	40.868	47.335	58.936	46.893	248.878	1,9%
Chile	60.118	58.956	61.005	70.132	62.707	312.918	2,4%
Norteamérica	78.539	73.846	92.477	57.866	26.921	329.649	2,5%

Lugar Residencia	AÑOS					TOTAL	%
	2013	2012	2011	2010	2009		
Resto de América	69.704	86.811	96.213	66.830	81.023	400.581	3,1%
Europa	119.588	91.427	122.002	99.156	94.968	527.141	4,0%
Otros	18.262	18.515	15.891	9.125	6.876	68.669	0,5%
Total	2.815.322	2.845.989	2.960.155	2.407.676	2.098.780	13.127.922	100,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte en base a Encuesta de Turismo Receptivo, 2014.

En el gráfico N° 1 se puede observar el país de residencia de los visitantes que ingresan a Uruguay:

Gráfico N°1. País de residencia de visitantes a Uruguay



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

2.3. Punto de Ingreso

Como se puede observar en la tabla N° 3, en 2013 los principales puntos de ingreso al país del total de 2.815.322 visitantes fueron el puerto de Colonia (594.104), Fray Bentos (428.114) y el Aeropuerto Internacional de Carrasco (381.472). El ingreso por Fray Bentos desplazó al del aeropuerto de Carrasco por la disminución de la operativa aeronáutica a partir del cierre de la aerolínea PLUNA en julio de 2012.

El 52% de los visitantes ingresó por algún punto fronterizo con Argentina (Carmelo, Colonia, Fray Bentos, Paysandú o Salto), mientras que un 7% lo hizo desde el territorio brasileño (Chuy o Rivera) (Anuario del MINTUR, 2015).

En los primeros años del período, Fray Bentos disminuye debido al corte de rutas de acceso del lado argentino. Un factor importante a tener en cuenta es que los datos de ingresos de visitantes a través de la *frontera seca* (frontera con Brasil) se encuentran subestimados, ya que solo se consideran aquellas personas que realizan el trámite migratorio.

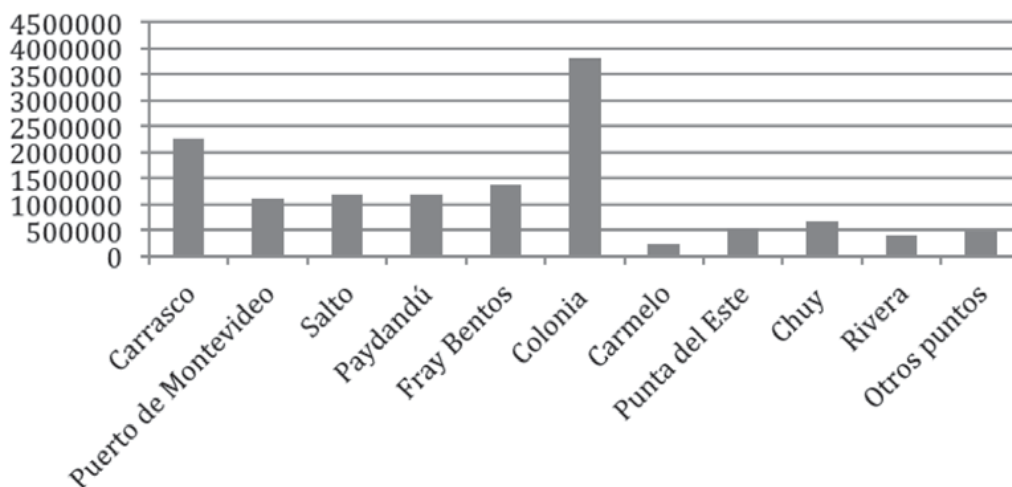
Tabla 3. Punto de ingreso de visitantes a Uruguay

Puntos de ingreso	AÑOS						TOTAL	%
	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
Carrasco	306.043	312.105	391.788	444.303	418.773	381.472	2.254.484	14,9%
Puerto de Montevideo	185.390	183.819	177.394	169.833	185.260	202.844	1.104.540	7,3%
Salto	122.778	157.412	153.080	249.710	259.235	245.525	1.187.740	7,9%
Paysandú	159.033	190.655	181.260	206.662	226.738	215.634	1.179.982	7,8%
Fray Bentos	4.941	7.839	145.582	395.020	392.637	428.114	1.374.133	9,1%
Colonia	623.036	668.377	670.408	642.631	612.379	594.104	3.810.935	25,2%
Carmelo	45.579	45.853	40.435	36.116	29.830	25.402	223.215	1,5%
Punta del Este	92.063	73.144	83.080	102.068	97.087	80.712	528.154	3,5%
Chuy	91.066	78.366	90.530	154.115	136.775	126.340	677.192	4,5%
Rivera	44.396	52.299	47.806	75.119	92.820	71.828	384.268	2,5%
Otros puntos	49.778	32.036	73.335	112.355	116.631	97.707	481.842	3,2%
Sub Tot. (Extranjeros)	1.724.103	1.801.905	2.054.698	2.587.932	2.568.165	2.469.682	13.206.485	87,3%
Sub Tot. (Uruguayos)	273.781	296.875	352.978	372.223	277.824	345.640	1.919.321	12,7%
TOTAL	1.997.884	2.098.780	2.407.676	2.960.155	2.845.989	2.815.322	15.125.806	100,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, en base a datos de la Encuesta de Turismo Receptivo y Dirección Nacional de Migración, 2014.

A continuación, en el gráfico N° 2 se muestra el ranking de los puntos de ingreso de visitantes a Uruguay:

Gráfico N° 2. Puntos de ingreso de visitantes a Uruguay



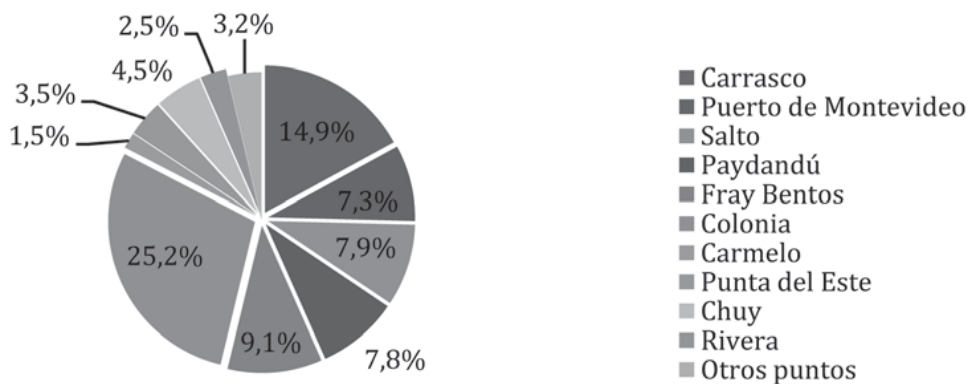
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

Para el total del período 2008-2013, el puerto de Colonia se mantiene como principal punto de ingreso (25.2%), seguido por el Aeropuerto Internacional de Carrasco (14.9%), Fray Bentos (9.1%), Salto (7.9%), Paysandú (7.8%), el puerto de Montevideo (7.3%), Chuy (4.5%), Punta del Este (3.5%), otros (3.2%), Rivera (2.5%) y Carmelo (1.5%) (Anuario del MINTUR, 2015).

90 |

En el gráfico N° 3 se detallan los puntos de ingreso y su porcentaje de incidencia.

Gráfico N° 3. Porcentaje de Puntos de ingreso de Visitantes a Uruguay



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

2.4. Medio de transporte

En la tabla N° 4 se muestran los medios de transportes utilizados por los visitantes para el ingreso a Uruguay. En 2013, casi el 50% de ellos lo han hecho por vía terrestre, y su gran mayoría en auto. Le

siguen el transporte fluvial (32.3%) y el aéreo (17.8%) (Anuario del MINTUR, 2015). El mayor número de ingreso se ha dado en el primer trimestre de 2013, que coincide en los meses de enero y febrero con las vacaciones y licencias de los visitantes.

Tabla 4. Medio de transporte utilizado para ingresar a Uruguay en 2013

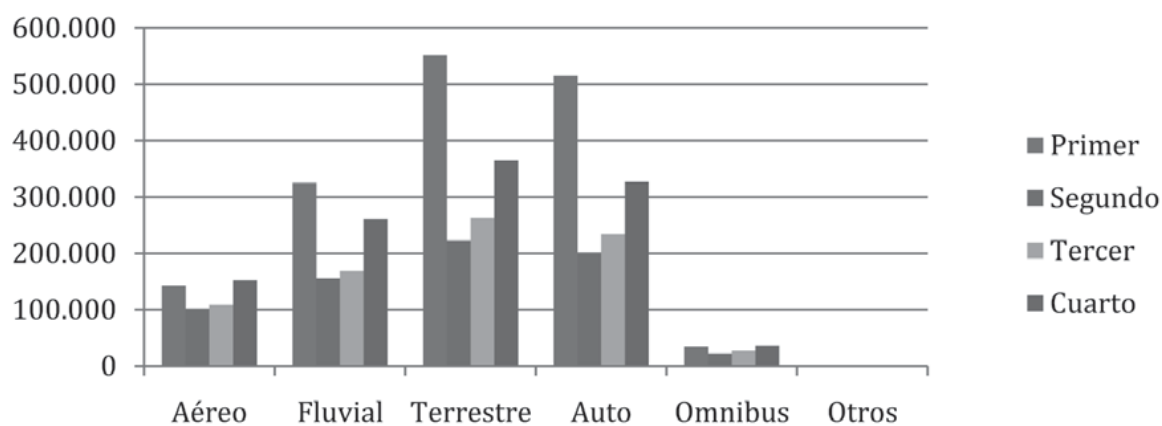
Medio de Transporte	TRIMESTRE				TOTAL	%
	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto		
Aéreo	142.345	100.086	108.371	152.448	503.250	17,8%
Fluvial	325.061	155.953	168.897	260.516	910.427	32,3%
Terrestre	551.713	222.691	262.458	364.783	1.401.645	49,7%
Auto	514.989	198.926	234.412	326.804	1.275.131	
Ómnibus	34.692	22.422	27.171	36.377	120.662	
Otros	2.032	1.343	875	1.602	5.852	0,2%
Total	1.021.151	480.073	540.601	779.349	2.821.174	100,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

En el gráfico N° 4 se detallan los medios de transportes utilizados por los visitantes.

| 91

Gráfico N° 4. Medio de transporte utilizado para ingresar a Uruguay por semestre



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

2.5. Visitantes por destino

Tabla 5. Cantidad de visitantes por destino

Destino	AÑOS						TOTAL
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Montevideo	688.331	691.252	816.334	853.612	780.027	766.852	4.966.153
Punta del Este	594.415	543.190	572.501	688.540	668.484	610.565	4.288.260
Litoral Termal	180.566	222.082	290.850	458.011	484.458	489.525	2.345.183
Colonia	158.901	222.160	235.784	271.500	278.321	286.632	1.578.919
Costa de Rocha	106.071	115.516	135.883	192.483	167.750	170.412	979.177
Costa de Oro	80.324	81.591	112.621	139.199	118.355	111.035	707.198
Piriápolis	71.720	76.009	87.803	118.197	111.019	107.697	641.146
Transito	57.874	72.286	53.832	86.068	109.456	110.830	574.752
Otros Destinos	59.682	74.696	102.068	152.545	128.119	161.774	749.437

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

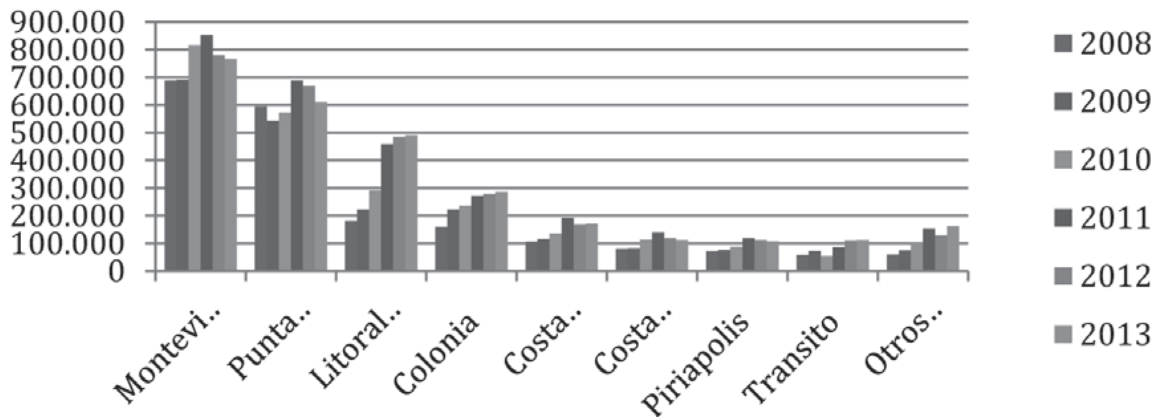
92 |

En los últimos años, la actividad turística en Uruguay ha sido muy dinámica: ha crecido sostenidamente desde 2008 hasta alcanzar en 2011 un record histórico de tres millones de personas, que representaron ingresos de divisas de US\$ 2.187 millones de dólares (Anuario del MINTUR, 2015). En 2012 y 2013 el ingreso de turistas disminuyó levemente, así como los ingresos de divisas, aunque continúan siendo niveles históricamente altos. Dicho descenso fue consecuencia del debilitamiento de las economías de la región.

Si bien un destino muy popular Montevideo –la capital del país–, Uruguay cuenta con otras cinco zonas turísticas importantes: Litoral Termal, Costa de Oro, Colonia, Serranías y Costa Este. Esta última zona comprende los balnearios de la costa oceánica de los departamentos de Maldonado y Rocha, y es una de las áreas más visitadas en el período estival. Los lugares que han presentado mayor dinamismo en los últimos años son Colonia y la costa de Rocha¹⁶. En 2013, el principal destino para los turistas fue Montevideo (27%), seguido por Punta del Este (22%), el Litoral Termal (17%), Colonia (10%), la costa oceánica de Rocha (6%) y otros destinos de playa, como la Costa de Oro y Piriápolis (4%) (Anuario del MINTUR, 2015).

¹⁶ Ver Gráfico N°5.

Gráfico N° 5. Cantidad de visitantes por destino



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

2.6. Alojamientos

La información disponible sobre las empresas que componen la oferta turística del país es escasa, ya que ninguna institución recaba sistemáticamente estos datos. Sin embargo, el Registro de Operadores Turísticos del Ministerio de Turismo y Deporte es la unidad competente donde las empresas turísticas deben obligatoriamente registrarse.

Este registro permite conocer la cantidad de empresas activas e inscriptas por tipo de servicio brindado, al menos en aquellas categorías de actividad en las que es obligatorio inscribirse. A continuación se presenta la información de setiembre de 2010, último dato disponible.

| 93

Tabla 6. Empresas que brindan servicios de alojamiento

CATEGORÍA	NÚMERO DE EMPRESAS
Albergues	27
Camping	42
Rurales	110
Hoteles	428
Inmobiliarias	483

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2010.

Los datos de la tabla N° 7 corresponden a mayo de 2009 e incluyen los hoteles registrados en el Ministerio. Sin embargo, no están comprendidas las estancias turísticas ni los hostales.

Tabla 7. Hoteles en Uruguay

ESTRELLAS	No. HOTELES	No. HABITACIONES	No. PLAZAS
5	12	1.504	2.127
4	42	2.233	4.882
3	154	5.386	11.093
2	140	3.350	7.117
1	74	1.485	3.063
Sin categoría asignada	66	1.506	3.957
Total	488	15.464	32.239

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2009.

Del total de plazas, el 4,12% se encuentra en Salto, el 23,56% en Montevideo, el 6,64% en Colonia, el 1,42% en Paysandú, el 39,76% en Maldonado, el 5,88% en Rocha y el 19% en el resto del país (Anuario del MINTUR, 2015). Esta información se puede apreciar en la tabla Nº 8 a continuación.

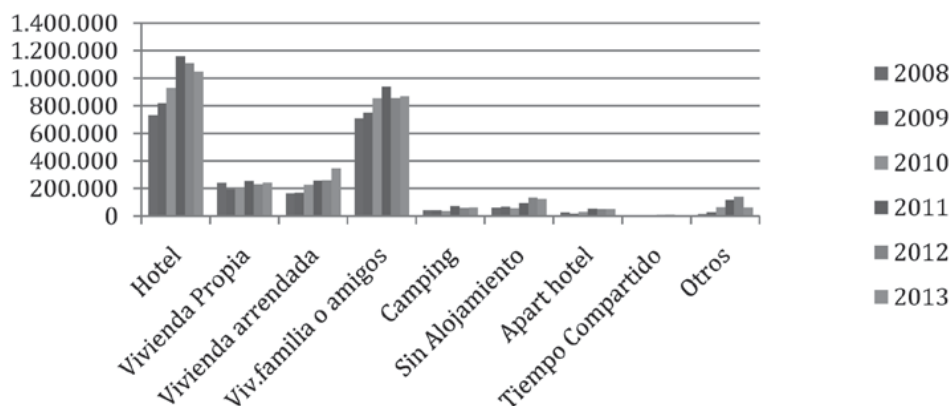
Tabla 8. Distribución de hoteles en los principales departamentos

DEPARTAMENTO	No. HOTELES	No. HABITACIONES	No. PLAZAS
Salto	19	613	1.329
Montevideo	84	4002	7.598
Colonia	42	985	2.140
Paysandú	7	217	460
Maldonado	143	5404	12.817
Rocha	37	860	1.895

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

94 |

Gráfico Nº6. Visitantes ingresados según alojamiento utilizado 2008-2013



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

A partir del año 2008, los hoteles han pasado a ser el principal alojamiento que eligen los turistas, superando las viviendas de familiares o amigos en más de un 6%. En los últimos diez años, el uso de hoteles creció en un 96%, mientras que las viviendas de familiares o amigos lo hizo en un 13% (Anuario del MINTUR, 2015).

En el año 2013, las categorías de alojamiento más populares fueron las siguientes: hotel (37%), vivienda de familiares o amigos (31%), vivienda arrendada, incluyendo cabañas y bungalow (12%) y vivienda propia (9%). Los crecimientos más significativos de alojamientos para el 2013 fueron los de vivienda arrendada (34%), camping (8%) y vivienda propia (5%), mientras que la categoría de tiempo compartido disminuyó en un 22% con respecto al año anterior. Cabe destacar que la categoría *hostel* u *hostal* se encuentra incluida en la de *hoteles*, y en los últimos años adquirió relevancia hasta alcanzar, en 2013, una representación del 11 % dentro de su categoría (Anuario del MINTUR, 2015).

2.7. Tres principales destinos

2.7.1. Montevideo

En Montevideo durante los últimos años se ha incrementado la cantidad de habitaciones de hoteles disponibles, así como la oferta de actividades. Como ejemplo podemos mencionar que desde 2008 a 2013, el número de congresos que se realizan aumentó un 40%. (turismoenmontevideo.org).



Foto obtenida de imágenes de Montevideo.

| 95

En el año 2013 llegaron 766.852 turistas a Montevideo, mientras que en el primer semestre del año 2014 lo hicieron 369.745 (Anuario del MINTUR, 2015). Según datos de la división Turismo, la capital capta el 35% de las visitas al país, y las estadías tienen un promedio de seis días (Anuario del MINTUR, 2015).

Cabe destacar que la actividad en la capital es todo el año, es decir que no hay *turismo estacionario*, con excepción de alguna baja en el tercer trimestre, durante los meses de más frío.

Según las informaciones que esta división ha recabado en las ferias de promoción –en las que participa junto con el Ministerio de Turismo y Deporte–, los visitantes eligen Montevideo por su seguridad, la amabilidad de su gente, la escala humana de la ciudad, la rambla, la Ciudad Vieja, el patrimonio edificado y la oferta gastronómica. Montevideo es *multiproducto*, aunque su atractivo principal es cultural y urbano (80%), y de reuniones (15%). Asimismo, se encuentran en aumento los visitantes de cruceros, y quienes vienen a realizar turismo rural y *gay friendly*.

El turismo de reuniones está limitado por la capacidad para recibir grandes eventos, aunque en los últimos años ha aumentado: de 152 congresos que se realizaban en el país en 2006, se pasó a 234 en el 2013 (Anuario del MINTUR, 2015).

En el año 2012 se recuperó el grado inversor. Según el Instituto Uruguay XXI (2015) las más importantes inversiones hoteleras en Montevideo son las siguientes: Grupo Regency, que posee cuatro hoteles en Uruguay desde 1998; el Hotel Esplendor Cervantes Montevideo, que volvió a abrir sus puertas en noviembre de 2011; el Hotel InterCity Premium Montevideo, un establecimiento de cuatro estrellas inaugurado en noviembre de 2011; el Hotel Sofitel Montevideo Casino Carrasco y Spa, inaugurado en 2013; y el Hilton Garden Inn Hotel, con perspectivas de abrir en octubre del 2015. Este emprendimiento representa el primer hotel de la cadena Hilton Worldwide en Montevideo y el primer Hilton Garden Inn en Uruguay.

Entre los condo-hoteles se destacan el Smart Montevideo Hotel, ubicado en el Barrio de las Artes; Vivaldi, un hotel de cuatro estrellas en Punta Carretas; Dazzler Tower Montevideo, un hotel cuatro estrellas superior, que contará con 260 habitaciones y 18 apartamentos; el Imperial Rambla, ubicado en la Rambla de Pocitos, que tendrá 13 pisos y viviendas de categoría con servicios de hotelería seis estrellas; y el Esplendor Artigas Montevideo, ubicado en Punta Carretas y diseñado por el Arquitecto Carlos Ott.

Otro gran éxito de esta ciudad es el bus turístico, implementado hace tres años, que proporciona un diferencial previamente inexistente.

2.7.2. Punta del Este

Punta del Este constituye un destino comparable con los mejores del mundo: es conocido internacionalmente como uno de los destinos turísticos más importante de América del Sur y recibe turistas de todas partes del mundo.



Foto obtenida de imágenes de Punta del Este.

Estos turistas se ven atraídos por sus playas de finas arenas y aguas cristalinas; sus espacios verdes; su infraestructura a la altura de la más exquisita demanda; y sus atracciones nocturnas, como cines, teatros, casinos, espectáculos artísticos de renombre internacional, propuestas gastronómicas de excelente calidad, shoppings, y centros comerciales con las principales marcas internacionales.

La seguridad y el confort, acompañados de un agradable clima durante todo el año, son razones por las que cada día más personas eligen Punta del Este para vacacionar o como una segunda residencia, dada su alta calidad de vida. A menos de 30 kilómetros de Punta del Este se encuentra José Ignacio, que proporciona tranquilidad en un marco natural.

Debido a su privilegiada situación geográfica, Punta del Este tiene playas para todos los gustos. Las más conocidas son la Playa Mansa y la Playa Brava: la primera incluye la Bahía de Maldonado y la Isla Gorriti. La segunda incluye la Isla de Lobos, y en invierno es el destino predilecto de los surfistas. La mayoría de estos lugares ofrece pequeños restaurantes que proveen servicio de playa para los visitantes.

En 2010, Punta del Este contaba con 13.000 plazas hoteleras, pero ofertaba más de trescientas mil plazas entre viviendas y apartamentos. Este destino ofrece una variada gama de posibilidades de alojamiento, incluyendo los hoteles Conrad Resort & Casino y el Mantra Resort, Spa & Casino (Guía Punta del Este, s/f). Otros hoteles de más reciente inauguración son el Hotel Fasano; la urbanización Las Piedras Vilas, que incluye, entre otros servicios, cancha de golf y cancha de polo; y el hotel Estancia VIK, de estilo colonial español en José Ignacio, que cuenta con campo de polo privado y establo de caballos criollos.

Asimismo, destaca el complejo de apartamentos y casas Veramansa, con sus tres sectores: Mar, de seis edificios; Lomada, con cinco edificios, y Laguna. El complejo está rodeado de bosques, lagunas propias y acceso directo a la playa. La Trump Tower Punta del Este, que estará lista para la temporada 2016-2017, será la primera torre del grupo Trump que se construya en América del Sur. Contará con 157 apartamentos en 24 pisos y tendrá tecnología de última generación. Se destacan también el Yoo Punta del Este, torre que cuenta con 22 pisos; el Complejo Imperiale Punta del Este, de tres torres; El club de mar Silente, un emprendimiento de cuatro bloques de cinco niveles; el Ocean Drive, complejo de dos torres; y One, proyecto inmobiliario de capitales argentinos y uruguayos. Todos ofrecen servicios como saunas, solárium, salón de usos múltiples con parrilleros, juegos de niños, gimnasio, piscina cubierta climatizada y piscina descubierta, cancha de tenis, club house, spa, *business center* y sala de lectura.

2.7.3. Litoral Termal

En la zona noroeste de Uruguay, a 400 km de Montevideo, en los departamentos de Salto y Paysandú, se encuentra una amplia zona de oferta termal, cuya agua surge de las termas del Sistema Acuífero Guaraní.



Foto obtenida de imágenes de Litoral Termal

| 97

Este gran parque de agua tiene temperaturas que oscilan entre los 38° C y los 46° C. En la región, el turista encuentra múltiples maneras de aprovechar este recurso: piscinas de todos los tamaños, formas y temperatura de agua, duchas de relax, chorros tonificantes y baños de burbujas. En contacto y comunicación con la naturaleza, las termas están rodeadas de suaves y onduladas praderas naturales surcadas por el agua de ríos y arroyos. Para los que buscan un acercamiento aún más directo con la naturaleza, así como con las costumbres del medio rural, hay estancias turísticas donde se puede participar de las actividades diarias de campo, como ordeño, rodeos y esquila.

Termas de Almirón

Las Termas de Almirón son las únicas aguas termales saladas del país, lo que las hace altamente terapéuticas. Se encuentran en un paisaje de colinas onduladas, pequeños bosques destinados a la práctica de ecoturismo y arroyos para disfrutar de la pesca o el turismo aventura. Este centro termal cuenta con cabañas, hoteles y un área de camping.

Termas del Arapey

Descubiertas en 1945, estas termas son las más antiguas del país. Además de un amplio parque con piscinas calientes, zonas deportivas y excelentes puntos de pesca, cuenta con algunos de los mejores resorts termales de la región. En lo que a alojamiento se refiere, posee hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas, además de una completa oferta de bungalows y chalets, que totalizan 1.960 plazas.

Termas del Daymán

Es una de las termas más antiguas del país. El grupo de profesionales que desarrolla sus tareas en el lugar es considerado uno de los más importantes de la región. En su interior cuenta con el Complejo Hidrotermal, una institución de alto nivel científico y ético, reconocido internacionalmente por brindar distintos tratamientos para el estrés, y enfermedades reumáticas, traumatológicas, neurálgicas y músculo-esqueléticas.

La zona termal posee una variada oferta de hoteles, bungalows y chalets de distintas categorías, con una capacidad total de 3.000 plazas.

Termas de Guaviyú

Se encuentra en medio de un entorno agreste de palmeras yatay. Posee cuatro piscinas circulares y cuatro con chorros para hidromasaje. El alojamiento en el sector puede ser en hoteles de categoría, moteles municipales económicos, cabañas, emprendimientos privados y una amplia zona de camping con todos los servicios para una estadía confortable.

Termas de Salto Grande

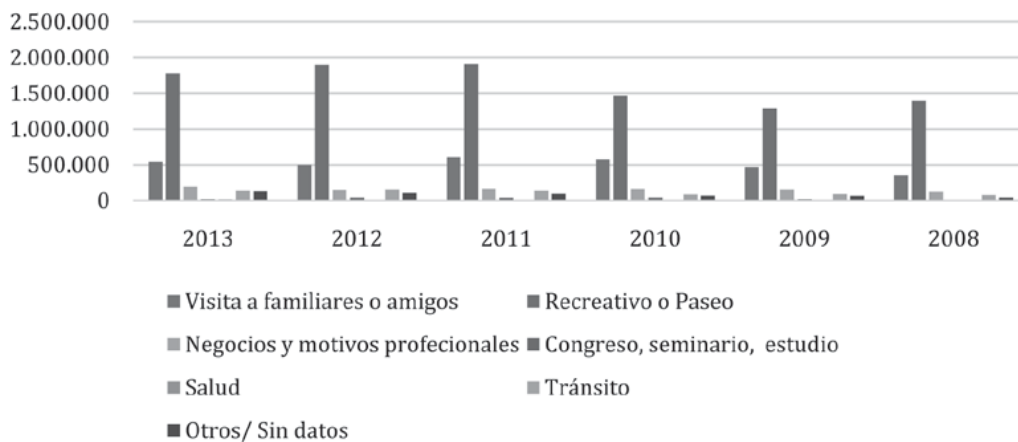
Estas termas forman parte de los servicios que brinda el Hotel Horacio Quiroga. Poseen un equipo multidisciplinario de médicos que ofrecen tratamientos de belleza, antiestrés y control de peso. Cuenta con piscinas, saunas, duchas masajeadoras, escocesas, finlandesas, y aparatos de gimnasia solárium. El hotel posee 80 habitaciones y está rodeado de un parque de 218 hectáreas.

98 |

2.8. Motivaciones del turismo receptivo

Como muestra el gráfico N° 7, el principal motivo de viaje durante los años 2008-2013 fue recreación y paseo; en segundo lugar, visitar familiares o amigos; y en tercera instancia, negocios y motivos profesionales. Las visitas por motivos de salud verificaron un crecimiento porcentual considerable en el año 2013. Cabe destacar que esta estructura se ha mantenido relativamente estable en los últimos diez años (Anuario del MINTUR, 2015).

Gráfico N°7. Visitantes ingresados a Uruguay según motivo de viaje. Período 2013-2008



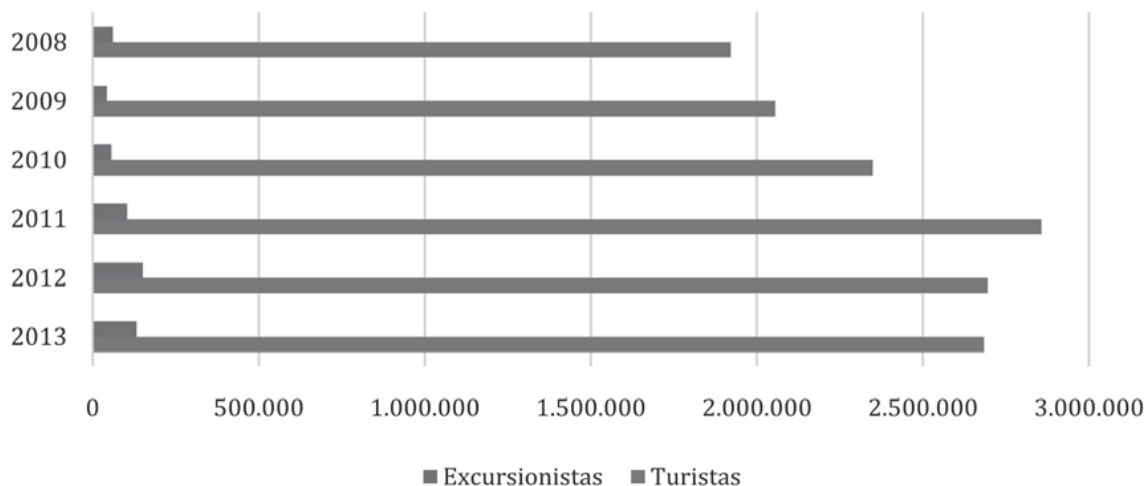
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

En el año 2013, los motivos de viaje *tránsito hacia otro país, recreación y compras* tuvieron mayor concentración en el primer trimestre; la razón *congresos, seminario o estudios* tuvo su mayor peso durante el segundo trimestre; y los motivos *salud, religioso, segunda residencia, negocios o motivos profesionales, visita a familia o amigos* se destacaron en el cuarto trimestre del año 2014.

2.9. Perfil del visitante

Del total de visitantes que recibió Uruguay entre 2008 y 2013, aproximadamente el 95% fueron turistas, es decir, aquellos que pernoctaron al menos una noche en el país. El resto fueron excursionistas, o sea, aquellos que están en tránsito hacia otro país o visitan por el día. En el año 2012 se registró el mayor número de turistas, seguido por los años 2013 y 2011, mientras que el menor número data de 2008. Con respecto a los excursionistas, las mayores visitas fueron en los años 2011, 2012 y 2013, mientras que las menores fueron en 2009 y 2010 (Anuario del MINTUR, 2015).

Gráfico N°8. Visitantes ingresados a Uruguay, por año de ingreso, según tipo de visitante. Período 2013-2008



| 99

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

En el año 2013, el perfil de visitantes tuvo una pequeña variación con respecto a 2012, ya que los excursionistas disminuyeron aproximadamente un 13%. Más aún, los visitantes de sexo masculino superaron levemente a los de sexo femenino. En los últimos años, la mayoría de visitantes se concentró en el tramo etario entre 30 y 64 años. En cuanto a los destinos visitados, los jóvenes entre 18 y 29 años prefirieron ir a Rocha; los de edad media, a Montevideo, Punta del Este y Colonia; y los adultos mayores, al Litoral Termal (Uruguay XXI, 2015).

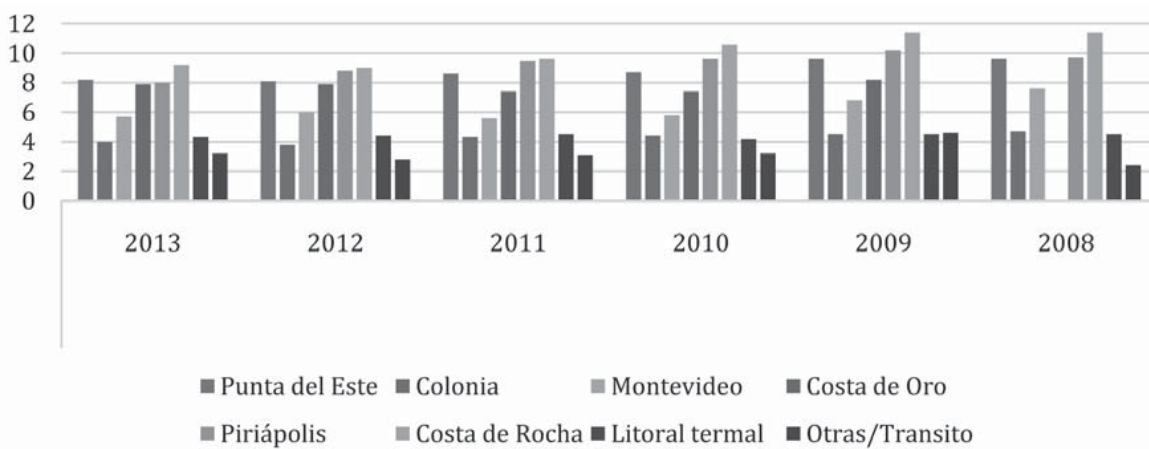
Las actividades más realizadas por los turistas durante su estadía son de recreación, y visita a familiares o amigos, playas, museos y sitios históricos. Otras actividades relevantes incluyen visitas a áreas naturales, compras, actividades culturales y, en menor medida, actividades deportivas. A la hora de elegir el destino de viaje, la principal fuente de información es la propia experiencia, seguido del uso de Internet y el consejo de amigos o parientes.

2.10. Estadía

En el año 2013, la estadía media en el país era de seis días, lo cual representó, por quinto año consecutivo, un descenso de más de un día. Este fenómeno es de carácter mundial, ya que si bien los turistas viajan con mayor frecuencia, sus estadías son más cortas (Anuario del MINTUR, 2015).

Los destinos asociados al producto *playa* (costa de Rocha, Punta del Este, Piriápolis y Costa de Oro) presentaron las estadías más considerables en los últimos años: entre ocho y nueve días. Los destinos asociados a otros productos (Montevideo, Litoral Termal y Colonia) mostraron permanencias menores: entre cuatro y seis días. En el primer trimestre del año –temporada estival–, las estadías aumentan hasta once días en la zona de playa. En el resto del año descienden al entorno de cinco días (Anuario del MINTUR, 2015).

Gráfico N°9. Estadía media de los visitantes ingresados a Uruguay, por año, según destino principal de viaje



100 |

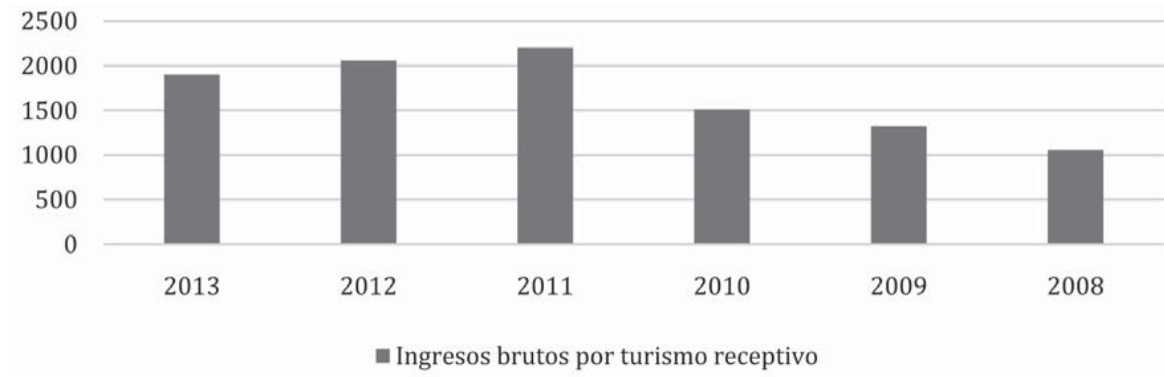
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

2.11. Divisas

El mayor ingreso de divisas por conceptos de turismo receptivo fue en el año 2011, con 2.203 millones de dólares. Le sigue el año 2012, con 2.057,5 millones, y el año 2013, con 1.899,6 millones. Los años 2008 y 2009 registran los ingresos más bajos, con 1.051,4 y 1.320,6 millones, respectivamente (Anuario del MINTUR, 2015).

En 2013, el gasto total por persona por día fue, en promedio, de US\$112. Esta cifra aumenta a US\$162 para quienes se alojaron en hoteles, y a US\$ 115 para quienes lo hicieron en vivienda propia o arrendada. El gasto por persona por día según destino es de US\$159 para Punta del Este, US\$116 para Montevideo y US\$71 para el Litoral Termal (Anuario del MINTUR, 2015).

Gráfico N°10. Ingresos de divisas al país por concepto de turismo



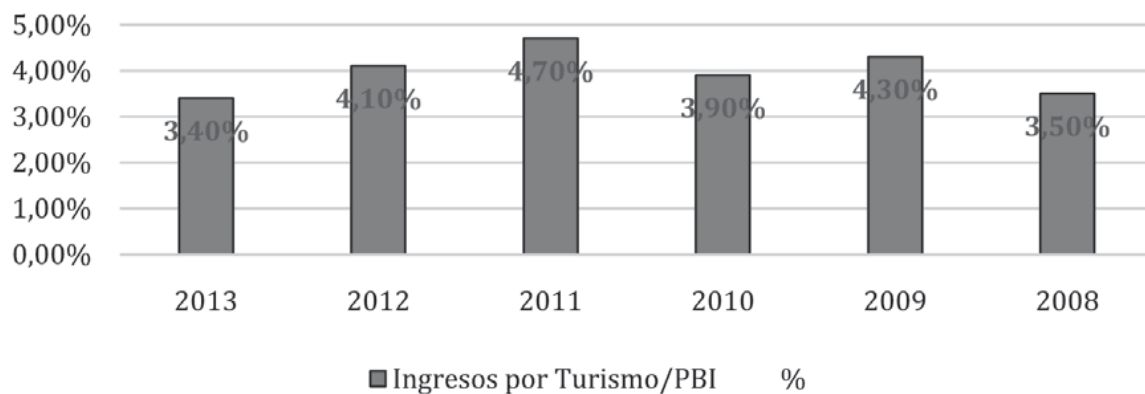
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte. Expresado en millones de dólares corrientes, 2014.

En 2013, el ingreso de divisas se distribuyó entre los rubros de *alojamiento* (30%), *alimentación* (28%), *compras* (11%), y *transporte* (8%), entre otros. En todos los casos se observa un crecimiento en comparación con los años 2008 y 2009, que sufrieron un descenso de divisas debido a la crisis económica y la pandemia de gripe A.

Como muestra el gráfico N° 11, el gasto de los visitantes en 2013 equivale al 3,4% del PBI global. Los ingresos por turismo representaron entre un 3,40 % y un 4,70% en los años 2008-2013. Los años 2009 y 2011 registraron los porcentajes más altos, mientras que el año 2013 representó el más bajo (3,4%) (Anuario del MINTUR, 2015).

| 101

Gráfico N°11. Ingresos por Turismo en relación al PBI



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deporte, 2014.

En 2012 y 2013, el ingreso de turistas disminuyó levemente y, en consecuencia, también lo hizo el ingreso de divisas, lo cual impactó el PBI de Uruguay y causó el descenso registrado en 2013. Esta situación tiene como consecuencia el debilitamiento de las economías de la región, sumado a las restricciones cambiarias en Argentina para obtener divisas extranjeras y al encarecimiento en dólares con respecto a la región.

De acuerdo con la nacionalidad de los turistas se observa una estructura similar en la distribución del gasto y la llegada de visitantes: en primer lugar, los argentinos, seguidos por los brasileños y los uruguayos residentes en el exterior. Al observar el gasto por persona, la relación cambia y pasan a los primeros lugares los visitantes paraguayos, con un gasto per cápita de 1.223 dólares, y los chilenos, con 999 dólares por persona, mientras que los argentinos gastan 667 dólares por persona (Anuario del MINTUR, 2015).

En los últimos años, los visitantes por motivos recreativos incurrieron en el mayor gasto, seguidos por quienes vinieron a visitar familiares o amigos y por quienes poseen una vivienda en el país. La mayor parte del gasto proviene de los visitantes en Punta del Este, seguido por los turistas en Montevideo y en el Litoral Termal.

En 2013, los ingresos por concepto de turismo equivalen al 54,5% de las exportaciones totales de servicios. Históricamente, este sector ha sido el mayor impulsor de dichas exportaciones y ha contribuido favorablemente al saldo comercial.

CONCLUSIÓN

El turismo receptivo se ha ido consolidando a través de los años como una actividad importante en la economía uruguaya. En el período 2008-2014 se observa un aumento del número de visitantes y de divisas por concepto de turismo, con oscilaciones en algunos años debido a la coyuntura económica regional. No obstante, este crecimiento se reflejó favorablemente en el PBI y en la balanza de pagos.

Para estimular el turismo receptivo y lograr un mayor crecimiento se debe invertir en infraestructura, alojamientos, restaurantes y servicios para albergar mayor cantidad de turistas. Asimismo, la marca país *Uruguay Natural* se debe promocionar con mayor intensidad en los países que se buscan atraer.

ÍNDICE DE FUENTES

SECUNDARIAS

Bibliografía

ANUARIOS DEL MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTE (2015). [en línea] [fecha de consulta: 13 de junio de 2015] Disponible en: <http://www.mintur.gub.uy/index.php/es/feed-ministerio/item/235256-anuario>

ENCUESTA DE TURISMO RECEPTIVO Y DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN (2014). [en línea] [fecha de consulta: 15 de junio de 2015] Disponible en: <http://www3.ine.gub.uy:82/Anda4/index.php/catalog/492>

GUÍA DE PUNTA DEL ESTE (s/f): [en línea] [fecha de consulta: 20 de julio de 2015] Disponible en: <http://www.guia-puntadeleste.com/>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT) (s/f). Ley de Turismo. *Glosario básico del turismo* [en línea] [fecha de consulta: 17 de mayo de 2015] Disponible en: <http://www2.unwto.org>

TERMAS DEL URUGUAY (s/f). [en línea] [fecha de consulta: 22 de mayo de 2015] Disponible en: <http://www.termasdeluruguay.com.uy/>

TURISMO EN MONTEVIDEO (s/f). [en línea] [fecha de consulta: 20 de junio de 2015] Disponible en: <http://www.turismoenmontevideo.org/>

URUGUAY NATURAL (2014). Ministerio de Turismo y Deporte. *Anuario 2014 – Estadísticas de turismo*. [en línea] [fecha de consulta: 17 de junio de 2015] Disponible en: <http://www.turismo.gub.uy/index>

URUGUAY XXI (2015). *Sector turismo – Uruguay XXI*. [en línea] [fecha de consulta: 17 de julio de 2015] Disponible en: <http://www.uruguayxxi.gub.uy/informacion/turismo>

Recibido el 20 de julio de 2015

Aceptado el 14 de octubre de 2015