



**XLIX Legislatura**

**DEPARTAMENTO  
PROCESADORA DE DOCUMENTOS**

**Nº 920 de 2022**

S/C

Comisión de Turismo

---

**MINISTERIO DE TURISMO**

Delegación

Versión taquigráfica de la reunión realizada  
el día 8 de junio de 2022

(Sin corregir)

**Preside:** Señor Representante Milton Corbo.

**Miembros:** Señores Representantes Eduardo Antonini y Wilman Caballero.

**Asisten:** Señores Representantes Oscar Amigo Díaz, Margarita Libschitz y Diego Reyes.

**Invitados:** Por el Ministerio de Turismo, señores Tabaré Viera, Ministro; Ignacio Curbelo, Director General de Secretaría; Felipe Gómez, Economía, Investigación y Estadísticas Turísticas; señora Magíster Economista Karina Larruina, División Desarrollo e Innovación y Planeación Estratégica en Turismo y señor Kim Gómez y señora Angelina Ríos, secretarios del señor Ministro.

**Secretaria:** Señora Pamela Klappenbach.

**Prosecretaria:** Señora Sandra Pelayo.

====||====

**SEÑOR PRESIDENTE (Milton Corbo).**- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Turismo tiene el agrado de recibir al señor ministro de Turismo, doctor Tabaré Viera; al director general de Secretaría, señor Ignacio Curbelo; al director del Departamento de Investigación y Estadística, señor Felipe Gómez; a la encargada de la División de Desarrollo Operativo e Innovación, Planeamiento Estratégico en Turismo, economista Karina Larruina, y a los secretarios del señor ministro, señora Angelina Ríos y señor Kim Gómez.

Queremos agradecer la presencia del señor ministro y de quienes lo acompañan, y también la celeridad, porque creo que hace muy poquito que lo invitamos y ya los tenemos acá nuevamente.

El motivo de la convocatoria es informarnos acerca de una evaluación de lo que fue la temporada turística -tan particular por la coyuntura que estamos viviendo-, y también darnos alguna idea de cómo se están trabajando o planificando estratégicamente las próximas temporadas.

**SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.**- Señor presidente, señores diputados, señoras diputadas: es un gusto para mí estar en esta Casa. Es verdad, apenas recibí la invitación hace pocos días decidimos concurrir rápidamente, entre otras cosas, para compensar lo que tardé el año pasado, cuando me invitaron, porque recién había ingresado al Ministerio y empezábamos a asumir esta responsabilidad.

Evidentemente, es otra la situación de este año si la comparamos con la del año pasado. Si bien no hemos vuelto a tener cifras de prepandemia, evidentemente, el sector que tanto sufrió en estos dos años, producto de la crisis sanitaria, ha comenzado a recuperarse. En ese sentido, vamos a hacer una presentación -como es nos solicitó; que con mucho gusto la vamos a dejar a la Comisión- de evaluación de la temporada 2021-2022.

Vamos a hablar de las principales estadísticas, de los datos relevados por el Ministerio, que son en base a un diseño y a herramientas, que son las mismas que se utilizaron siempre o desde hace muchos años. Inclusive, queremos mostrar algunas herramientas con las que estamos trabajando para futuro, que nos dan algunos datos, aunque todavía tenemos que seguir avanzando en la aplicación de cómo cruzar datos en la sucesión de recolección de esa información.

Las estadísticas para nosotros son bien importantes. Estamos trabajando con una subcomisión, conjuntamente con la Universidad de la República, el Instituto Nacional de Estadísticas y nuestros técnicos, para hacer una revisión del diseño. Lo que queremos es que, a partir de la próxima temporada, no solo tengamos datos, que para nosotros son válidos y son los que siempre utilizó el Ministerio, sino que estén totalmente auditados, certificados y que los uruguayos no tengamos absolutamente ninguna duda de los datos que manejamos. Creo que esto es importante, porque los datos estadísticos son los que permiten tomar decisiones correctas.

Vamos a hablar un poco de las acciones promocionales que hemos realizado, dentro de la evaluación de la temporada y, luego, de las líneas de trabajo futuras.

Como dijimos al principio, creo que el impacto de la pandemia es un marco que no podemos olvidar, porque ese período no fue como los anteriores, cuando se daba un acumulativo en acciones en turismo e, inclusive, en inversiones privadas que fueron haciendo crecer el turismo a cifras bien importantes.

Les voy a dejar, entre otras cosas, un trabajo que se llama Evaluación de Necesidades Post Desastre. En ese sentido, esta evaluación de las necesidades de recuperación del sector en ese contexto -un trabajo hecho con aportes del Sinae, del PNUD y del propio Ministerio de Turismo- indican que las pérdidas evaluadas en el sector desde el 2020 -cuando comenzó la pandemia- a diciembre del 2023 -que es cuando se estima que podríamos estar nuevamente en condiciones similares a las anteriores a la pandemia- serían de US\$ 2.800.000.000; es decir, una pérdida importantísima. Si alguien tenía dudas de la importancia del sector turístico, no tenerlo en estos años la ha dejado en evidencia.

En la imagen se observan los sectores más afectados; si bien fueron todos, los más afectados fueron el sector alojamiento, el sector gastronomía y también el transporte turístico.

La pérdida de empleos para los jóvenes menores de veintinueve años fue enorme. Se perdió 74% de los puestos de trabajo, y no se perdieron más, porque hubo políticas de mantenimiento, sobre todo de las fuentes laborales, con algunas medidas del gobierno -que ahora las vamos a decir-, que creo que fueron y siguen siendo fundamentales.

En cuanto a la evaluación de la temporada, vamos a hablar de los eventos deportivos, desde el reinicio de la actividad. Con aquellas dos finales de la Conmebol, en el mes de noviembre, fijamos un proceso de recuperación cuando vinieron más de 33.000 turistas en el plazo de una semana que, además, coincidió con la apertura de fronteras, y entonces, con eso, arrancamos fijando el reinicio de la actividad.

Vamos a hablar de los resultados del turismo receptivo y emisor, de algunas otras investigaciones y de las principales acciones promocionales.

Como decíamos, en aquel noviembre del 2021 nos visitaron más de 33.000 brasileños y tuvieron un gasto bien importante de más de US\$ 160 por visitante. Eso fue gracias a una buena oferta de turismo deportivo, con las acciones promocionales que dieron sus resultados, que se hicieron en Argentina, Uruguay, Paraguay, Bolivia y Perú, que tuvieron una gran intensidad antes del partido, con varias salidas diarias en varios medios, incluyendo el propio partido. Entonces, fue positivo el resultado de todas las acciones promocionales.

En la próxima imagen se muestran los resultados en los primeros trimestres de varios años, de 2017 al 2022. Vemos el total de visitantes y el gasto en dólares corrientes, así como la estadía promedio en días de cada turista y el gasto per cápita en ese primer trimestre. Creo que es una tabla comparativa bien interesante. El primer trimestre de 2021 no existió, porque estábamos en plena gravedad de la pandemia. La tabla muestra que el número de visitantes venía bajando, porque fue menor en el 2019 que en 2018; en el 2020 fue casi normal hasta marzo, pero también venía bajando. Lo que quisiera destacar -porque es algo a tener en cuenta y a observar- es el promedio de estadía por visitante, por turista. Si bien el total de visitantes es mucho menor al de otros trimestres -casi 400.000 visitantes frente a 1.000.000 o más que teníamos en otros primeros trimestres-, el promedio de días que estuvieron esos turistas fue de 10,5, o sea, un 40% más que el promedio del 2020 y un 60% más de día que en 2019. Lo mismo ocurre con el gasto per cápita: tenemos menos turistas, pero el gasto per cápita fue de casi US\$ 1.000 en este trimestre. Esto no quiere decir que ya tengamos una tendencia, pero sí tenemos un detalle a observar, que nos permite tomar decisiones en cuanto a atender a un turismo, no solo en aspectos cualitativos sino también cuantitativos.

En esta imagen lo vemos graficado. Comparando la evolución de los visitantes -turismo receptivo con turismo emisor- en los primeros trimestres de estos años, hay una

enorme caída en ambos para 2021 y la recuperación. Lo que se observa en color azul es el turismo receptivo y en color rojo es el emisivo. Es decir que salieron mucho menos turistas que los que ingresaron. Hablamos de que casi 400.000 turistas fueron los que ingresaron, mientras que en el entorno de los 150.000 fueron los turistas uruguayos que salieron; lo mismo ocurre con el gasto.

Entonces, vemos que el turismo receptivo tuvo una recuperación mucho menor que la del emisivo.

En esta imagen se muestra el gasto, que figura en color azul. La recuperación del gasto es mucho más pronunciada; vino un turista que gastó. Esto refleja lo que habíamos hablado antes, es decir, de un gasto de casi US\$ 1.000 per cápita en esos diez días y medio. Prolongaron su estadía y gastaron más.

En esta imagen se puede ver que otras investigaciones que está realizando el Ministerio tienen que ver con la evolución del movimiento de ómnibus en Tres Cruces, pero eso es básicamente turismo interno, si bien a allí también llegan líneas internacionales.

Hemos hecho un convenio con Antel para el análisis de movilidad, que nos permite tener una información que creo que va a ser muy valiosa en la comparación, porque podemos conocer la movilidad de los uruguayos, primero en el mercado interno, porque al final resultó que somos pocos, pero tenemos una movilidad bien importante, sobre todo en momentos de crisis, y eso fue lo que sostuvo básicamente al sector. Además, nos permite depurar y tener claro quiénes son los visitantes, concretamente, los turistas, porque todo aquel que permanece más de veinticuatro horas y pernocta en un departamento, es un turista.

A su vez, el informe que Interpol nos brinda en base a la población flotante en hotelería es otro elemento que nos permite cruzar los datos que nos da la Dirección Nacional de Migraciones.

En esta imagen se muestra la gráfica de evolución de buses. Estos son los toques de andén totales de 2019 a marzo de 2022. Se ve claramente cómo afectó la pandemia y cómo había sido el último verano. Reitero: es un dato más y lo muestro simplemente como una herramienta que tenemos para utilizar y en la que estamos trabajando.

En esta otra imagen podemos observar los datos del análisis de movilidad por los celulares, que surgen del convenio con Antel, que tiene este sistema inteligente de movilidad en el territorio. Allí figuran los datos -no se lee, pero se los voy a dejar-, departamento por departamento, durante la semana de turismo y los fines de semana anteriores y posteriores. La gráfica muestra lo que fue el fin de semana, primero, luego baja -porque algunos volvieron a trabajar- y la movilidad empieza a subir nuevamente hacia el feriado de semana de turismo y al último fin de semana. Creo que esta va a ser una herramienta muy importante.

En la siguiente imagen se muestra el informe de la población flotante en semana de turismo. Fue una buena semana de turismo, catalogada por los operadores y por nuestros servicios técnicos. Fue una buena semana de turismo con ocupaciones hoteleras importantes. Según ese informe ingresaron más de ciento cincuenta mil turistas y tenemos los datos departamento por departamento y también hotel por hotel, pero no interesa especificar tanto a fines estadísticos.

En esta imagen se pueden observar las acciones promocionales que se han hecho, que es uno de las grandes tareas del Ministerio. Lo hacemos -como siempre lo hemos hecho- a través de las comparecencias en ferias regionales, en ferias internacionales o

en ferias especializadas, conjuntamente con operadores, con cámaras y con los diecinueve gobiernos departamentales, con los que estamos trabajando en forma absolutamente integrada.

Las llevamos a cabo a través de campañas de publicidad, locales y regionales, y con una herramienta que se ha desarrollado en el Ministerio, que es una plataforma de operadores, que está creciendo. Me parece que es una herramienta fantástica -todavía no está en su plena vigencia-, que tiene que ver con la publicidad digital programática y con una plataforma que el Ministerio dispone para los operadores regulares que están inscriptos, en la que pueden colocar su publicidad. A través de nuestra promoción digital -que hoy en día es la más eficiente, sin lugar a dudas- pueden llegar a posibles clientes que estén buscando a Uruguay o determinado turismo. Allí encontrarán la plataforma del Ministerio, y haciendo un clic van directamente a la página web del operador.

(Se puede observar en la pantalla una publicidad y escuchar el audio)

—Esa es una de las piezas que hicimos para la etapa de recuperación. Después se hicieron otras en base a los lanzamientos realizados por temporadas: la de verano, la de la apertura de fronteras, la de turismo, la de carnaval y, ahora, la de otoño- invierno.

En cuanto a la concurrencia en ferias -como les decía-, estuvimos en ferias como la FIT en Buenos Aires. Allí concurrimos como país invitado. Creo que nos dio mucho resultado. Si bien tiene un costo mayor, Uruguay estuvo en la puerta de entrada a la feria -como pueden observar en la pantalla-, junto al cartel de la propia FIT. Estuvimos en todos los *banners*, en la ceremonia de apertura, donde pudimos hacer una presentación y dar un discurso. Es decir, que tuvo una serie de connotaciones en cuanto a la visibilidad.

Como se puede observar ahora en la pantalla, hay otras ferias internacionales en las que hemos participado. En la clásica Fitur en Madrid, que es importantísima. Allí estuvimos en el stand, con técnicos, con operadores, con algunas presentaciones, haciendo contactos con otros países. Es decir, el trabajo clásico que se hace en las ferias, que muestra al país, sus productos y da posibilidades de realizar algunos negocios directamente con los operadores mayoristas, en este caso, de Europa.

En la siguiente imagen se puede ver la feria Seatrade, que se llevó a cabo en abril. Es la mayor feria de cruceros del mundo y se realiza en Miami. Allí concurre el Ministerio y tuvo un stand; fue encabezada por el señor subsecretario, técnicos de la Cartera y algunos operadores. De allí trajimos la gran noticia de que este año vamos a tener más de ciento cuarenta cruceros en Uruguay, a partir de noviembre. Vuelven los cruceros; llegarán ciento cuarenta a Montevideo y cuarenta a Punta del Este, para empezar. Seguramente, eso reactivará subsectores tan importantes como los transportistas turísticos.

En la siguiente imagen pueden observarse algunos de los lanzamientos que hicimos -como decíamos-, que tienen que ver con temporadas, como el de diciembre de 2021, conjuntamente con la reinauguración de la Plaza de Toros en Colonia. Allí se hizo el lanzamiento de la temporada turística de verano, con una gran presentación -creo que fue bien importante ese lanzamiento- y, sobre todo, el inicio de modalidad; lo hicimos conjuntamente con la Intendencia de Colonia. Continuamos con el lanzamiento de otoño-invierno, en Canelones. Se puede observar en la imagen que estamos junto con el intendente Orsi y el director de Turismo. Esta se llevó a cabo en la Quinta Capurro, en Santa Lucía. La idea es seguir haciendo lanzamientos y promociones de temporada conjuntamente con cada uno de los departamentos.

La campaña digital es la que vamos a seguir encarando. Esta ya está en marcha; estuvo activa desde diciembre hasta el 31 de enero en los mercados de la región y corrió

a través de esta plataforma de compra programática, que nos permite segmentar los públicos que queremos como queramos -ya sea por países o por lo que sea-, y termina saliendo en todos los medios y diarios del mundo.

En la siguiente imagen se ven algunos de los resultados de esa campaña. Vean que en los meses de diciembre a febrero se lograron dieciocho millones de impresiones, dieciocho millones de personas vieron la promoción digital de Uruguay, logrando, incluso, interacción con casi cincuenta mil clics. Paraguay fue el mercado que más clics hizo en la promoción.

Viendo la siguiente imagen podemos decir que las campañas en medios también se continúan, como ha sido habitual en televisión abierta, en radios y en prensa. En el informe dejaremos las piezas y los segundos; campañas en medios de prensa y ejemplos en esos períodos.

En esta imagen se observa lo realizado en carnaval y, en la otra, entramos en el futuro, que siempre es lo que más importa.

Las líneas de trabajo van a ser: medidas de apoyo al sector y beneficios a los visitantes, acciones de promoción, y gestión y diversificación de la oferta turística, que creemos es fundamental. En ese sentido, estamos planteando algunos productos nuevos, algunos programas nuevos.

La diversificación es fundamental para ampliar la oferta, para seguir trabajando en pos de ese gran objetivo de desestacionalizar y descentralizar la oferta turística, algo que viene ocurriendo y, de alguna manera, como siempre, las crisis también son oportunidades. Y esta crisis ha logrado desarrollar algunos productos, sobre todo en el interior, y el programa Turismo para todos, que es un ejemplo de ello.

Ahora se puede observar en la pantalla que continuamos con las medidas desde el gobierno de apoyo al sector turístico, y de beneficios, tanto a residentes como a no residentes. Esto lo vamos evaluando permanentemente. Como decíamos, estamos trabajando con el sector privado, con las distintas cámaras, con la Cámara de Turismo del Uruguay, con operadores y con los gobiernos departamentales. Tenemos reuniones de análisis, quincenales, y también se hacen planteos permanentes en el gobierno, que se vienen oyendo y que son los que han venido sosteniendo al sector. Así que vamos a hablar de las medidas para el sector y de los beneficios para los turistas.

Como pueden observar, este año acabamos de emitir dos Decretos, el N° 151/022 y el N° 152/022 -en la imagen está repetido el N° 151-, que tienen que ver con la prórroga de la presentación de garantías de funcionamiento, tanto para agencias de viajes como para las empresas de transporte. Ustedes saben que esas garantías tienen un costo y, dentro de las dificultades que provocó la pandemia, este ha sido un planteo de estos sectores. Por lo tanto, hemos prorrogado el plazo por un año. Hay muchos operadores. Hay que recordar que en otros sectores, como en el de turismo, el 99% de las empresas son medianas o Pymes.

En cuanto al seguro de paro flexible, que se acaba de prorrogar hasta el 30 de setiembre, todos coinciden en que ha sido de las herramientas más importantes que tuvo el sector, sobre todo para preservar las fuentes de trabajo, porque de otra manera muchos hubieran despedido a los trabajadores, y todos sabemos que las plazas de trabajo que se pierden, después son mucho más difíciles de revertir. Inclusive, en este tiempo, muchos han logrado normalizar y ya no tener a tanta gente en el seguro de paro.

En cuanto a los beneficios a los residentes, podemos observar en la pantalla que continúa la devolución de nueve puntos del IVA en gastronomía, mediante el pago con

tarjeta de crédito o débito, y también la devolución de nueve puntos del IVA sobre el alquiler de coches y los servicios de los arrendamientos en inmobiliarias.

Otro de los beneficios es el descuento en los combustibles, en las naftas, concretamente en las zonas de frontera con Argentina ahora es del 30% y, con Brasil, es del 24%, que se da a los turistas residentes y también a los no residentes.

Después hay otras promociones como las del Banco República, con la tarjeta BROU Recompensa, que otorga un descuento importante en combustibles, en supermercados y en farmacias, amén de algunas tarjetas de bancos privados que ofrecen descuentos importantes, sobre todo en gastronomía.

Para los turistas no residentes, sigue la devolución del IVA total sobre los servicios gastronómicos y sobre el arrendamiento de coches, y la devolución del 10,5% del importe bruto del alquiler de un inmueble con fines turísticos, siempre que sea por inmobiliaria. Asimismo, se aplica el régimen de *tax free* que sigue funcionando, es decir, la devolución del impuesto de las compras realizadas dentro de Uruguay al salir del país por algunos puntos, y el descuento en combustibles, que es el mismo que para los residentes.

En cuanto a la promoción, se puede observar en la siguiente imagen que la participación en ferias y en *workshops* sigue siendo para nosotros muy importante. Lo que hemos decidido es llevar adelante un plan -que ya está hecho y que es básico; ahora se los voy a mostrar- coordinado y planificado de ferias, de *workshops* y de rondas de negocios, en clave país, junto a Uruguay XXI y a otros ministerios como el de Industrias y el de Ganadería, y el INAC. Vamos a tener planificada nuestra concurrencia y nuestro trabajo de manera tal de saber a dónde vamos, cuándo vamos y a qué vamos. Concretamente, no queremos ir a una feria y mirar en el lugar qué vamos a hacer; vamos a ir con todo absolutamente planificado, y no solamente el Ministerio de Turismo sino, también, con otras Carteras, con las intendencias, con todo el sector público y con el sector privado de forma coordinada. De hecho, algunas rondas de negocios ya se empezaron a hacer; si bien son promovidas por privados, le vamos a dar el apoyo oficial.

En la siguiente imagen se puede observar lo que anunciamos: rondas de negocios junto con las cámaras de turismo y la promoción digital programática que, para nosotros, con los resultados que se vienen viendo, son fundamentales.

Podemos observar ahora las participaciones en las ferias hasta el año 2023. La IMEX de Frankfurt está ocurriendo en este momento, la Expo Turismo Paraná, que es una feria de eventos y de negocios, la Fiexpo de Latinoamérica, en Paraná. |Innovation Luxury fue un evento al que concurrió Ministerio y el director general, que está aquí presente, y realmente, fue un verdadero éxito. Como dije, concurrimos junto con el Ministerio de Industria, Energía y Minería y algunos operadores privados. Se trata de una feria de destinos de lujo, en la que se hicieron negocios bien importantes. Reitero que concurrieron algunos operadores privados de relevancia de Uruguay como el Enjoy, el Fasano, y otros hoteles, Expoviajes, Salón Náutico, etcétera.

La Festurist, en Gramado, para nosotros es muy importante. Le estamos asignando prioridad y relevancia a lo que es la promoción, el trabajo y la concreción del turismo de reunión. Creemos que Uruguay tiene enormes fortalezas y que es un sector que, más que ayudar, puede ser un gran promotor de la recuperación turística. Esos datos ya son conocidos en el mundo; son datos casi que estadísticos lo que significa el turismo de reunión.

La gente que termina viviendo en un país, generalmente empieza por un evento. Primero se viene a un evento; después se vuelve a hacer turismo, porque le gustó; luego, posiblemente, algunos invierten y algunos hasta llegan a vivir. Ese es el proceso.

En tal sentido -como saben-, hemos incluido en nuestro *staff* a un experto en esa materia, el señor Arnaldo Nardone, quien en este momento está en Alemania, ya concretando algunos eventos importantes para este año.

Podemos observar en pantalla otras ferias para el año 2023 como Fitur, etcétera.

En cuanto a las rondas de negocios, las hemos empezado ahora. Como les decía, en estos momentos, 7 y 8 de junio se está realizando una en Porto Alegre, a iniciativa de la Cámara de Turismo, a la que concurren algunos operadores y el Ministerio de Turismo. Allí se están celebrando reuniones concretas.

En agosto estaremos en Buenos Aires, en Córdoba y en Rosario, y vamos a seguir planificando este tipo de visitas, porque a veces, mucho más importante que ir a una feria es organizar desde acá -con tiempo y con nuestros embajadores- rondas de negocios con mayoristas y con operadores turísticos en cualquier país.

Para optimizar el proceso, primero pusimos a las órdenes de los operadores todo lo relativo a la promoción digital programática a través de la plataforma del Ministerio; aclaro que es para aquellos que están regularizados. Lamentablemente, tenemos un poco más de doscientos inscriptos. Todavía los operadores privados no lo han entendido. Por eso, en este esquema que empezamos a trabajar, comenzamos con las direcciones departamentales de los diecinueve departamentos. Les pedimos una serie de datos y que trabajaran en territorio; en definitiva, que nos bajen información referida a cuál es el público objetivo de los principales productos que cada departamento -más allá de cada región- quiere promocionar. Todos sabemos que los técnicos, las agencias y los expertos del Ministerio son muy buenos, pero nadie sabe mejor de sus problemas y de sus objetivos que los que los sufren, y tengo muchos ejemplos en ese sentido. Por lo tanto, para afinar más qué vamos a promover, estamos trabajando de abajo para arriba con ese material generado. En este momento la agencia lo está procesando, de manera de adaptar toda nuestra programación digital en base al público objetivo y al producto que quieren promover los distintos departamentos.

También hemos realizado la 67a. Reunión de la Comisión Regional del OMT para las Américas. En la pantalla se puede ver la foto con los participantes: los ministros de toda América; veinticinco países estuvieron presentes, junto con las máximas autoridades de la OMT, encabezadas por su secretario general. Trabajamos en varios temas como, obviamente, la salida de la pandemia, y también en algunos asuntos que Uruguay ha desarrollado con aportes técnicos importantes, como es la generación de un código internacional de protección al turista. Obviamente, es un código al cual adheriremos sin efectos vinculantes. Luego, junto a ustedes, tendremos que ver qué puntos merecen la atención, la aprobación y el consenso para hacerlos ley. De las debilidades que mostró la pandemia, está justamente eso: las garantías que debe tener del turista al viajar y sus derechos, y nos parece que el turista debe tenerlas claras. Miles de turistas quedaron varados por el mundo, con situaciones diversas, con paquetes turísticos comprados, etcétera. Hoy, esa es una de las dificultades para la recuperación. El turista ya no piensa igual, tiene temores, lo piensa dos veces y por eso ya no reserva con mucha antelación. Trabajamos todos estos temas en esa reunión.

Paralelamente, convocamos y organizamos desde el Ministerio -está presente el director Curbelo, quien lideró la organización- el Primer Congreso Internacional de Turismo abierto. Nos pareció que en este momento no era conveniente celebrar una reunión cerrada de la OMT, solo a nivel de ministros y de las autoridades de la Organización. La idea era que estuviesen presentes los operadores y toda la gente vinculada al turismo. Por lo tanto, se realizó este congreso, que fue abierto, con inscripción gratuita. Hubo más de quinientos inscriptos, de distinta naturaleza, en el que

participaron quince expositores extranjeros, regionales, expertos uruguayos, de la academia, etcétera, en algunas charlas magistrales, que fueron muy interesantes.

Aprovechamos la ocasión para firmar un acuerdo de cooperación con otros Estados, en este caso, con la República del Paraguay.

Se puede observar en la imagen que junto a la señora ministra Sofía Montiel estamos firmando un trabajo, un convenio de acción conjunta en turismo sostenible. En el mes de junio le toca a Paraguay organizar la reunión anual de ministros de Turismo del Mercosur, y vamos a seguir trabajando diversos temas en paralelo con Paraguay; creemos que tenemos bastante para avanzar.

Debo recordar que la apertura de ese congreso la hizo el presidente de la República, además de las autoridades departamentales de Maldonado, lugar donde se celebró.

Con esta imagen documentamos el trabajo interinstitucional que les comenté con los gobiernos departamentales. En ese momento, iniciamos la planificación para la campaña de este año.

Ahora se puede observar en la pantalla un listado del apoyo de inversiones en infraestructura, en conjunto con los gobiernos departamentales de varios departamentos, por un valor total de US\$ 854.200 para los distintos proyectos, que van a continuar, y con rotación, para tratar de mantener equilibrios regionales, pero también hay prioridades.

Como en todos los sectores, el desarrollo de nuevas capacidades y la capacitación es fundamental para la ampliación de la oferta, para la mejora de la calidad, para aumentar la inclusión. El desarrollo con inclusión es uno de los objetivos fijados por la OMT, en lineamiento con los ODS. Gracias a la cooperación del Inefop, tenemos algunos cursos en marcha -o por empezar- en cuanto a colectivos como LGBT+, con enfoque en la cultura afrodescendiente, dirigidos a jóvenes, a mujeres rurales. Además, acabamos de firmar un programa de fortalecimiento de capacidades con la OMT. Por lo tanto, vamos a seguir por esta línea.

Hace pocos días anunciamos -estamos a horas de empezar la ejecución- lo que denominamos Turismo para todos. Se trata de un proyecto que aspira a ser de estímulo, de apoyo, de promoción y de trabajo del turismo interno. Creo que el turismo interno en el Uruguay es importante, si bien es un mercado pequeño, como todos lo sabemos. Es fundamental el turismo regional y el turismo internacional, pero el turismo interno, además de merecérselo nuestros compatriotas, creo que es una oportunidad laboral. Además, incluye el turismo social, como figura en la ley de turismo.

Se cayó todo el turismo por la pandemia y, aprovechando experiencias anteriores, vamos a reactivarlo, porque somos de los que creemos que nada se funda y que hay que darle continuidad con estas experiencias. Vamos a iniciar una parte, incluyendo colectivos; vamos a empezar con los beneficiarios del BPS y después vamos a continuar con otros sectores. Reitero: con la experiencia que hemos recogido, vamos a cambiar la operativa, y la operativa ya está diagramada. No queremos que el Ministerio de Turismo sea una agencia de viajes. Creemos que eso tiene una serie de inconvenientes, porque termina compitiendo con los sectores, siempre hay reclamos de por qué una agencia y por qué no otra agencia, que habría que llamar a una licitación, etcétera. Entonces, para ser más eficientes -además de dar el beneficio a los turistas de hacer turismo-, decidimos aportar para el desarrollo del sector. Por lo tanto, en vez de ser el Ministerio el operador, van a ser las agencias de viajes. ¿Cuáles? Todas, todas las que adhieran, con un contrato de adhesión. No precisamos una licitación, así que todas las agencias que quieran adherir y que acepten las exigencias reglamentadas, podrán entrar en este

sistema. Entonces, las agencias de viaje armarán paquetes turísticos de una, dos o tres noches, y los comercializarán. Esos paquetes incluyen la organización -conjuntamente con los prestadores- del alojamiento, del transporte, de los guías, etcétera.

Como les decía, esos paquetes los van a comercializar las agencias de viaje en general, pero también a sectores que se verán beneficiados. Vamos a empezar con el BPS y el Ministerio va a colaborar con un subsidio. Entonces, el Ministerio de Turismo va a financiar, va a ayudar a hacer la promoción de los paquetes y va a auditar la calidad del servicio. Si bien nosotros no proporcionaremos el hotel ni la gastronomía, vamos a auditar la calidad del servicio.

Por otro lado, la gestión financiera será realizada por la Corporación Nacional para el Desarrollo, con la que estamos firmando un convenio. Además, otras instituciones van a poder cofinanciar esta idea como, por ejemplo, el Banco de la República o el BPS, a través del descuento de las cuotas en las pasividades

En pocos días ya va a salir la promoción de los primeros paquetes. Algunas agencias de viaje que se han arrimado al Ministerio me dicen que se salen de la vaina y que ya tienen los paquetes prontos.

Los otros operadores, como los hoteleros o el transporte, también pueden -si no los fue a buscar una agencia- buscar una agencia para armar su propio paquete. Es totalmente abierto. Hemos dispuesto un monto total de \$ 5.000.000 para financiar esos subsidios durante este año y para organizar este Turismo para todos.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Agradezco la información aportada por el señor ministro, que ha sido muy clara.

**SEÑOR REPRESENTANTE ANTONINI (Eduardo).-** Antes que nada, quiero agradecer a las autoridades del Ministerio por haber venido y por haberlo hecho tan rápidamente, cuando la Comisión lo solicitó, algo que valoramos muchísimo.

Vengo de un departamento donde el turismo es una actividad cuasi esencial -y el presidente también-, por lo tanto, seguimos muy atentamente todo lo referido al turismo, que nos ocupa y nos preocupa.

Se lo dijimos al ministro cuando asumió: todos los miembros de esta Comisión estamos interesados en colaborar con el Ministerio, porque lo que nos interesa es que le vaya bien al país, y también obviamente a nuestros departamentos.

Tenemos algunas preguntas y algunas dudas. Fui tomando nota de lo que iba diciendo el señor ministro, y espero formular las preguntas en el mismo orden que se hizo la exposición.

Se habló de que hubo alrededor de 400.000 visitantes en el país, contra más o menos 1.000.000 que habíamos tenido en 2020. Entendemos la situación como estaba dada. ¡Sí la entenderemos que nosotros, en esta misma sala, solicitamos a las anteriores autoridades del Ministerio que se declara la emergencia para el sector turístico, porque pensábamos que lo ameritaba la situación! Lo hicimos desde abril. Lamentablemente, tuvimos respuestas -que están en la versión taquigráfica- que fueron lamentables, y se las voy a decir, porque la declaración, ante la solicitud de tomar medidas para la emergencia turística del anterior ministro en esta misma sala -insisto que está en la versión taquigráfica-, fue que la culpa era de Ancap. Así que valoramos el cambio del Ministerio y el rumbo que ha tomado el Ministerio con usted al frente.

Queremos saber cómo se diseñó la muestra para las entrevistas en los puntos de ingreso y salida, para conocer cómo se estaba midiendo.

Había un convenio con el Instituto Nacional de Estadística, por el cual en la Encuesta Continua de Hogares se brindaba información sobre el turismo interno. Queremos saber si eso ya se retomó, ante la paralización que habíamos tenido por la pandemia, porque el turismo interno -voy a resaltar las palabras del ministro- fue el que en la crisis estuvo sosteniendo buena parte de las actividades turísticas que, obviamente, no nos alcanza. Si no hubiéramos tenido un consumo de turismo interno, las consecuencias habrían sido muchísimo más nefastas. Por suerte, tenemos un turismo interno que se mueve y logra mitigar los impactos en los momentos más embromados como los que hemos vivido.

El señor ministro había dicho que en mayo o junio se retomaría el turismo social; ahora acabamos de ver que eso está próximo a darse. Queremos saber, porque no entendimos, cómo es el cambio de la operativa y que el Ministerio deja de ser una agencia de viaje. Hasta donde yo tengo conocimiento, no funcionaba como una agencia de viajes. Queremos saber: ¿cómo es ese cambio de operativa? ¿Qué es lo que se piensa hacer? ¿Cuántos viajes? ¿Quiénes van a tener derecho a acceder a eso? También escuchamos que los primeros beneficiarios, en principio, van a ser los del Banco de Previsión Social. En ese sentido, queremos saber qué pasa con los beneficiarios del Banco de Previsión Social, de Secundaria y cómo se iba a armar el turismo social, porque para nosotros, conceptual e ideológicamente, el turismo, además de ser un derecho humano, también mueve la economía, sobre todo pensando en lo que es el turismo fuera de estación, fuera del sol y la playa. Además, es fundamental para el Uruguay poder romper ese turismo de sol y playa y mirar también para adentro.

Había lugares del interior a los que se había empezado a llegar con el turismo social y, obviamente, todo cayó. Por eso, pregunto si está en los planes volver a retomar esos lugares, porque hay pueblitos del interior que empezaron a vivir, a tener vida económica a partir del turismo social, y eso es muy importante tenerlo en cuenta para la reactivación.

Por otro lado, lo veníamos siguiendo por la prensa, pero ahora lo corroboramos con lo que dijo el ministro sobre los cruceros. Se hablaba de unos ciento cincuenta amarres en Montevideo y de unos cuarenta a cuarenta y tres en Punta del Este. Lo que no vemos -porque lo venimos siguiendo- en la página web del Ministerio de Turismo, porque no están colgadas, las fechas de los arribos, algo que antes se hacía, porque normalmente las compañías navieras, con meses o hasta un año de anticipación, saben dónde van a amarrar los barcos. Queremos saber si tiene idea del detalle de esos barcos, sobre todo porque con esas cifras, según algunos cálculos -que era lo que estaba haciendo en el teléfono, señor presidente-, me daba que podríamos llegar a tener tres o cuatro amarres en el puerto de Montevideo, lo cual complicaría muchísimo la operativa; lo mismo ocurriría en Punta del Este, con dos o tres amarres, lo que complicaría la operativa. Quiero saber si se está trabajando sobre eso o si mis cálculos no son correctos.

También nos gustaría saber cuál fue la inversión para la promoción de la temporada de verano que hizo el Ministerio de Turismo en la temporada pasada

(Diálogos)

—En el *power point* se muestran las medidas concretas que el Ministerio está ofreciendo a los turistas. Estamos hablando de la devolución de IVA con pagos electrónicos y algunos descuentos en la nafta. Estoy pensando en que a los uruguayos les sirve, pero a la clase media argentina estas medidas no han logrado llegarles. Lo digo porque la clase media argentina es emisora fundamental del turismo para nuestro país. Quiero saber si se está pensando en alguna otra medida que se pueda tomar en el futuro, pensando precisamente en esa capa media argentina.

Tengo una última pregunta, y le pido disculpas, señor ministro, por haberme extendido tanto. El señor ministro comentó -y sabíamos- que estaba el señor Nardone trabajando en el Ministerio, cuya trayectoria conocemos, sobre todo en el turismo de convenciones. Como oriundo de Maldonado quiero saber qué se ha conversado, qué se ha planeado para el Centro de Convenciones de Punta del Este, porque para nosotros esa operativa es muy importante, sobre todo pensando en el turismo de fuera de estación.

Conozco al señor Nardone y he escuchado cómo habla del tema. Es un turismo que mueve muchísimo dinero en el mundo; obviamente, tuvimos la pandemia en el medio, pero reitero que es un turismo que mueve muchísimo dinero. Una vez escuché decir que se hacían congresos de duendes, que en Europa juntaban 20.000 o 30.000 personas, algo que no se nos ocurriría.

Uruguay y Maldonado tienen esa infraestructura, y si pudiéramos empezar a recibir turismo de convenciones y de congresos, eso le podría cambiar la cara el turismo de Maldonado, pero también de todo el país.

Gracias, y pido disculpas por la extensión.

**SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.-** Trataremos de ser muy concretos en las respuestas.

Para contestar sobre el diseño de la muestra censal para fines estadísticos, voy a solicitar que se conceda la palabra al señor Felipe Gómez, que es el responsable del Departamento de Investigación y Estadística del Ministerio, para que responda.

**SEÑOR GÓMEZ (Felipe).-** El diseño de la muestra es el mismo que se venía realizando con los mismos funcionarios del Ministerio.

Por el momento no hemos procesado ningún cambio, aunque no se descarta, porque como recién dijo el ministro, está en proceso un acuerdo con la Universidad de la República para hacer una revisión de toda la metodología de la encuesta, más bien, una adecuación a los tiempos modernos, porque inclusive el cuestionario no contempla algunos aspectos; ha quedado un poco obsoleto. Por ejemplo, el turismo MICE (Meeting Incentives Conferencing and Exhibitions), el turismo de incentivos no es una pregunta específica, porque hace unos años no era tan común. Lo mismo ocurre con herramientas como Booking o Airbnb, que no están específicamente dentro del cuestionario.

Ya se empezó un proceso de consulta dentro del Ministerio, porque queremos que la encuesta, que los datos que produce el Ministerio sean utilizados, que haya una cultura de datos, empezando por dentro del Ministerio, para que sea más fuerte. Para eso tenemos que mejorar los datos, y por eso se está incorporando otro tipo de tecnologías que no existían en el Ministerio como, por ejemplo, el sistema de movilidad de Antel, metodología se está utilizando fuertemente en España con el inicio de la pandemia. Nosotros recibimos el apoyo del INE (Instituto Nacional de Estadística) en todos estos trabajos. También hemos tenido contactos con las otras telefónicas, Claro y Movistar, que aparentemente se plegarían en una cooperación en cuanto a datos de movilidad.

Esa era la respuesta en cuanto a la metodología, es decir, sigue siendo la misma. Se quiere transparentar todo. Lo primero que se hizo fue publicar las bases de las encuestas en el portal de datos abiertos de Agesic; eso está colgado y lo puede ver cualquier ciudadano, que puede trabajar la encuesta a su manera y, de esa forma, nos está auditando el trabajo.

La otra pregunta era sobre el turismo interno. Los datos sobre turismo interno se recababan a través de la Encuesta Continua de Hogares, donde había un módulo sobre

turismo interno. Cuando se desata la pandemia, por razones obvias, el Instituto Nacional de Estadística cambia la metodología y pasa a una Encuesta Continua de Hogares telefónica. Entonces, deciden sacar el módulo de turismo interno, porque les dificultaba la operativa; les hacía muy larga la encuesta telefónica. Cuando retomaron -por el método presencial o mixto, como se hace ahora-, no incorporaron el módulo de turismo interno. Estamos trabajando con los técnicos de allá para ver de qué manera, dentro de esa nueva metodología que tiene el Instituto Nacional de Estadística, podemos insertar el módulo de turismo interno. Lo que hacen ahora en la Encuesta Continua de Hogares del Instituto Nacional de Estadística, es tomar una familia y la siguen durante seis meses. A los seis meses, cuando la sueltan para cambiarla por otra familia, ahí preguntarían sobre los datos de turismo interno. Creo que ninguno de nosotros podríamos recordar dónde fuimos hace seis meses. O sea que, por ahora no es viable dentro de esa metodología, pero estamos trabajando con ello. Nosotros formamos parte del Sistema Estadístico Nacional, estamos en continuo trato con sus técnicos y se le va a encontrar una vuelta para retomar el tema. De todos modos, se suma el tema de *big data*, que no lo teníamos, que nos da un trabajo de movilidad muy importante. Por ejemplo, hace pocos días el intendente de Florida nos solicitó información acerca de cuántos visitantes tuvieron los días 3, 4 y 5 de junio. En el día de hoy le vamos a entregar la información, porque la tenemos al día y eso antes no lo podíamos hacer. Obviamente, para mejorar hay muchísimas cosas, y estamos dispuestos a hacerlo.

**SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.-** Era lo que yo decía al principio, es decir, que estamos trabajando, aplicando lo que se venía aplicando, con los mismos criterios, con los mismos aportes, pero tratando, junto con la academia y el INE, de diseñar y aprovechar las nuevas herramientas, pero sobre todo, tener la certificación de los datos que tenemos.

**SEÑOR GÓMEZ (Felipe).-** Sobre lo que acaba de decir el señor ministro, me faltó manifestar que el plan que tenemos es que después que tengamos la certificación de la Udelar, vamos a entrar en un proceso de certificación técnica del INE. El año pasado el INE lanzó su primera norma de certificación de operaciones estadísticas. Cuando cumplamos con los términos de la actualización de la metodología, nos vamos a tirar fuerte a certificar la encuesta del Ministerio. De esa manera, disipamos las dudas que puedan existir, tanto de afuera como para adentro, sobre la calidad de las encuestas del Ministerio.

**SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.-** En cuanto a la operativa del turismo social -no es que el Ministerio era una agencia de viajes-, fue una muy buena experiencia que aportó aproximadamente a unos dos mil beneficiarios; nosotros aspiramos llegar a un número mayor. Escuchamos por ahí algunas opiniones, y hay que ver lo difícil que es distribuir, haciendo el Ministerio haga de operador del transporte, de los hoteles y de los distintos servicios, y lo difícil que es, además, cumplir con la transparencia, la oportunidad y la apertura para todos quienes deseen participar. Entonces, nos pareció que una forma de dinamizar al sector es que esto lo hagan aquellos que naturalmente venden los paquetes turísticos, que son las agencias de viajes, uno de los subsectores que peor ha pasado en esta pandemia. La idea es que ellos se encarguen de juntar las partes y de armar un paquete, y con eso también estamos promoviendo algo que es muy escaso en Uruguay: los paquetes de turismo receptivo -en ese sentido, tenemos poco trabajo en nuestro país-, no solamente para lo que es el objetivo social sino, incluso, para el desarrollo del turismo interno. Además, como es abierto, es decir que cualquier agencia puede adherirse, siempre que firme las condiciones de exigencia, de calidad y de precios, determinado operador, los hoteleros o el transporte que no haya sido tenido en cuenta por ninguna agencia, puede decidir hablar con alguna agencia y armar el paquete. Esto

puede hacerse en todas direcciones, tanto territorialmente, de Montevideo hacia puntos del interior como del interior con el interior, etcétera, y con distintos actores. Todos tienen la oportunidad de armar su paquete y de presentarlo ante el Ministerio, que es quien lo va a avalar en esas condiciones de calidad, de seguridad, lo va a inspeccionar por el turista y, además, lo va a ayudar a promover esos destinos. Los paquetes lo comercializarán las agencias, de forma abierta también pero, en este caso, van a entrar beneficiarios sociales, con el sentido que compartimos de un Turismo para todos, con un fin social. Entonces, empezaremos con el BPS, con el que ya estamos trabajando, con un tope máximo está fijado en BPC, que no lo tengo en este momento. Después les vamos a remitir el reglamento de esto, que lo estamos por lanzar en conferencia dentro de pocos días.

Quiénes pueden hacer uso de esto son aquellos beneficiarios del BPS que ganen menos de cierto límite de BPC, que lo certifica el BPS, y les vamos a otorgar un subsidio que será variable, de acuerdo a si es un paquete de una noche, de dos o de tres noches y también de acuerdo a la distancia. Los paquetes deben tener un precio, tomando un precio de referencia -calculado por la distancia, es decir, por los kilómetros y por la diaria- que debe ser menor al del mercado, y el subsidio rondará entre el 25% y el 30% del valor. Por lo tanto, vamos a tener capacidad para miles de beneficiarios en el año con los \$ 5.000.000 que en principio estamos destinando para hacer esta primera etapa

Rápidamente vamos a seguir trabajando para incluir a otros grupos, y sobre la marcha iremos viendo los resultados y si tenemos que corregir alguna cosa, lo haremos, pero esos son los objetivos. De acuerdo con la experiencia realizada, nos parece que mejora mucho que el Ministerio haga la promoción y la fiscalización, y no todo el armado de paquetes, que es más bien para una agencia de viajes.

En cuanto al turismo de cruceros, evidentemente que ya hay una planificación. Yo no la tengo acá, pero se la vamos a enviar a la Comisión. Inclusive, adelanto que hay algunas de estas compañías que como es tanto el volumen está pensando -todavía no se ha concretado, pero ya fue anunciado- en "sedear" un buque permanentemente en Montevideo, lo cual sería un cambio cualitativo importante, porque un buque que inicie sus travesías, sus viajes desde Montevideo evidentemente que tiene mayor movilidad de gente y desarrollo turístico con posibilidades de cambio de tripulación, etcétera.

La confirmación de estos cruceros va unida a una planificación de fechas que también vamos a hacer llegar.

Voy a dejar a la Comisión una carpeta de presentación con todos los informes y, en todo caso, si hay alguna cosa que falte, nos la piden, no protocolarmente, puede ser directo; nos avisan y se la mandamos. No tengo acá los montos exactos, pero sí tengo distribuido por minutos, por medios, por cantidad; eso ya les va a quedar.

Por otra parte, lo que planteaba el señor diputado Antonini acerca del mercado argentino, que sigue siendo el principal mercado regional. El 60% de esos 391.000 eran de Argentina, que vinieron pese a todo. Está claro las capas medias argentinas tienen un problema que no es solo con el turismo. Nuestra falta de competitividad está dada por una diferencia cambiaria que es una variable que no la podemos manejar. Siempre estamos pensando en qué promociones y qué posibilidades tenemos para ayudarlos, pero no creo que hoy sea muy fácil, no solo porque sea caro, sino porque esas capas medias en Argentina no tienen posibilidades de gastar -no vamos a entrar ahora a hablar sobre la realidad interna de Argentina, pero todos la conocemos y es muy complicada-, y nos haría falta, sobre todo para algunos destinos turísticos en los que era típico ver a la familia argentina del interior, de clase media, de trabajadores, al taxista -que siempre se

pone como ejemplo- con su familia. Eso es lo que nos está faltando recuperar. Seguiremos estudiando alguna posibilidad.

En cuanto al Centro de Convenciones y al turismo de convención, también compartimos lo dicho, aunque yo ya lo había anunciado en general. Para nosotros es un objetivo desarrollar el turismo MICE, como se denomina internacionalmente.

También vamos a remitir a esta Comisión la planificación de actividad para Maldonado que tenemos hasta hoy. Me acotan que el importe total de medios fue de \$ 33.000.000, IVA incluido, desde diciembre a Semana Santa.

**SEÑOR REPRESENTANTE CABALLERO (William).**- Quiero agradecer al señor ministro y a todo el equipo por estar presente siempre en los momentos en que lo hemos solicitado. Lo hemos venido siguiendo durante todo este tiempo por la televisión y por todos los medios. También estuvimos juntos en algunos eventos, como en Cerro Largo, cuando el Ministerio estuvo apoyando al carnaval, junto con el intendente. Creo que eso es muy importante, porque en esta pandemia se demostró que el Ministerio estuvo presente y se vio el turismo interno empezó a llegar a esas ciudades chicas, que tienen lindos lugares y paraísos que la gente no conocía.

Quisiera pedir al Ministerio que continúe trabajando así, porque creo que es la manera correcta, apoyando a los intendentes, que son quienes manejan a cada departamento y conocen las cosas importantes que tenemos para ofrecer a los turistas internos y también a los que llegan del exterior. Sabemos la pandemia empezó a disminuir y ya tuvimos la entrada de turistas del extranjero. No solamente debemos enfocarnos nuevamente -como ya se ha hecho- en ese gran turismo en estas zonas, sino que debemos seguir trabajando en el del interior.

Yo soy de un departamento de frontera, Cerro Largo. Allí tenemos un hermoso balneario en la Laguna Merín, que tendrá su propio municipio, ya que fue votado hace poco en la Junta Departamental, y sabemos la importancia que tiene. Siempre llegan muchos de turistas por el BPS; hay una muy buena recepción, porque a la gente le gusta la tranquilidad.

Espero que el Ministerio siga trabajando así; que siga adelante con ese equipo, que ha demostrado que quiere trabajar y llevar adelante el turismo, que es tan importante para el país, principalmente, dando apoyo a los intendentes. Creo que es una pieza fundamental para el país.

Solo me queda agradecerles. Estamos siempre a las órdenes desde nuestro lugar. Muchísimas gracias a todos por estar presentes, dando las devoluciones que se solicitan.

**SEÑOR REPRESENTANTE ANTONINI (Eduardo).**- Hoy comentaba al señor ministro y al grupo de asesores que cuando se desató la pandemia en marzo, desde abril reclamamos la declaración de emergencia y que se tomaran algunas medidas. [Sé que algunas medidas se fueron tomando, es verdad. Nosotros las votamos absolutamente todas, y siempre recalcamos que eran insuficientes, porque creemos que no se logró comprender a cabalidad la importancia del sector turístico.

Cuando sucede una emergencia y hay que atenderla -como en el agro-, inmediatamente se disparan mecanismos. El turismo mueve entre ocho y nueve puntos del producto bruto interno, y creemos que no se tomó con la fuerza que se debería haber tomado en general. Nosotros seguimos votando medidas. Por ejemplo, la semana pasada votamos una exoneración de aportes patronales para algunos sectores.

Yo tengo que reclamarle, señor ministro, porque los responsables del Centro de Hoteles de Punta del Este, primero que nada, resaltan que están viviendo un estado de

emergencia, y nosotros habíamos pedido que se atendiera. Ahora, el Centro de Hoteles está hablando de la situación que está viviendo y está pidiendo que se revea lo que votamos el otro día y se pueda hacer extensivo a los hoteles, dado que los hoteleros no estaban incluidos.

Solicito esto, señor ministro y compañeros diputados, porque los que vivimos en Maldonado vimos cómo empezaban a cerrar los negocios. Todos sabemos que cuando una empresa cierra, difícilmente vuelva a abrir sus puertas, y quedan por el camino empresarios, trabajadores y quienes les dan los servicios a los hoteles -directa o indirectamente-, que son muchos.

Quiero saber si de alguna forma se puede rever esa medida y la exoneración de los aportes patronales que votamos la semana pasada se pudiera hacer extensiva al sector hotelero.

Por otra parte, debo aclarar que presentamos un proyecto de ley de reactivación para atender la emergencia -aunque no tuvimos éxito-, que también tenía un segundo punto. Me refiero a la posibilidad de estudiar un fondo para que cuando, a futuro -no ahora-, tuviésemos inconvenientes en el sector turístico -ahora nos tocó una pandemia, pero también nos tocó un cierre de puentes hace unos años-, de alguna manera, se pudiera activar para atender la emergencia cuando el sector lo necesitara.

Por lo tanto, solicito al señor presidente que se pueda sacar del archivo ese proyecto de ley para darle estudio nuevamente.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Sin ánimo de transformar esto en la polémica que hemos tenido en la Cámara y en la Comisión con respecto a las medidas, debo decir algo para que conste en la versión taquigráfica.

Yo creo que se tomaron todas las medidas posibles, puesto que hay aspectos económicos, sociales y laborales. Si bien seguramente fue el sector más afectado -también lo fue a nivel mundial-, hubo otros sectores del país que también fueron afectados. Debemos recordar todo lo que se hizo en la parte sanitaria, que demandó gastos extraordinarios al Estado y al gobierno, y eso, de alguna manera, también limitó el apoyo que se podía brindar al sector turístico.

Creo que se hicieron muchísimas cosas. Se ayudó directamente al sector -muchas de las medidas que se tomaron ahora, y otras que enumeró el señor ministro-, y también se instrumentaron medidas generales. Por ejemplo, en mi departamento, Rocha, casi el 100% de las empresas vinculadas al turismo son pequeñas o medianas. Ellas también tuvieron un montón de apoyo por otros lados o por otras vías que también las favorecieron. El estímulo del turismo interno, de alguna manera, también ayuda al sector.

En realidad, lo que votamos el otro día -obviamente está bien que se traslade al Ministerio el problema del sector hotelero, que no se da solo en Maldonado, sino también en Rocha y en el resto del país- fue una prórroga de algo que existía desde el inicio de la pandemia, que fue la exoneración de los aportes patronales de las agencias de viaje. No fue una medida tardía, como se dijo, sino que simplemente hubo una prórroga y se sigue haciendo; aunque ya no existe la emergencia sanitaria, este tipo de medidas se sigue dando.

Está bien que se pueda incluir y que se pueda pensar en las diferentes medidas que se pueden seguir tomando, pero claro: nunca es suficiente. Yo, que conozco el tema de la salud, por mi profesión, sé que todo lo que se pueda hacer en salud nunca es suficiente. Creo que lo que importa es -en esto discrepamos y por ello quiero que conste en la

versión taquigráfica- que se entendió claramente lo que pasaba en el sector turístico y que se atendió en la medida de las posibilidades que tuvo el gobierno y el Estado.

**SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.-** Sin duda, comparto las expresiones del señor presidente.

Sin la declaratoria de emergencia sanitaria, las medidas fueron de emergencia para todos los sectores, sobre todo para las pequeñas y medianas empresas, y particularmente para el sector turístico.

Como yo les había informado, tenemos una sesión permanente con las cámaras y con los gobiernos departamentales. Diría que en este momento, de las demandas que me han planteado, la que está quedando sin cumplirse sería la del sector hotelero, en el sentido de integrar ese beneficio para la exoneración de aportes patronales, planteo que ya se hizo ante el Ministerio de Economía y Finanzas, puesto que son temas que exceden a nuestra Cartera.

En cuanto a los demás sectores -supongo que ustedes tienen el mismo diálogo que nosotros y que los pueden citar-, en general, están conformes, porque se fueron atendiendo las emergencias con medidas como las que ya se han anunciado o como, por ejemplo, a través de los créditos SIGA. Esa fue una medida bien importante para la contención de la situación.

El sector hotelero, el sector de alojamiento turístico tiene otros problemas que debemos encarar -que les adelanto-, que tienen que ver no solamente con los beneficios, sino con la competitividad. La realidad es que los avances tecnológicos, las nuevas tecnologías van haciendo aparecer nuevas formas de comercialización del sector turístico. Por ejemplo, tenemos lo que pasó con UBER. Alguien dijo: "A todos les llega su UBER. A todos los sectores les llega su UBER".

El otro día, con la cámara hotelera de Punta del Este -con quien también converso y los atiendo-, veíamos un buen ejemplo de lo que está sucediendo. Un día común, de fuera de temporada, la cantidad de camas en hoteles abiertos, en cifras redondas, era de mil setecientas, contra casi seis mil camas disponibles en una plataforma sola. Evidentemente, allí hay una competencia desleal, que es lo que más está afectando al sector hotelero, y en eso tienen toda la razón del mundo. En definitiva, eso tiene algunos efectos, porque esa competencia lleva a que los hoteles empiecen a bajar tarifas y, entonces, no solo tienen poca demanda, sino que además tarifas muy bajas. Eso hace que hoy, los hoteles cinco estrellas comercialicen a un poco más de US\$ 100 la noche, algo que está totalmente fuera de rango con respecto al mundo, y de ahí empieza a bajar, y los hoteles cinco estrellas se quedan con el poco mercado que hay de los otros rangos.

Por lo tanto, ya estamos conversando que vamos a tener que trabajar en una ley de definiciones, de regulación de la vivienda turística, porque creo que se hace imperioso. Lo digo sin atacar a nadie. Adelanto que estamos trabajando en un proyecto, conjuntamente con el sector hotelero, pero también cuidando todo. Sabemos que hay algunas realidades que debemos preservar. Estamos hablando de reglamentar y de que inscriban, se regularicen aquellos que comercian, que son verdaderas empresas hoteleras, que alquilan edificios enteros durante todo el año a través de las plataformas. No estamos hablando del propietario que alquila su apartamento o su casa por quince días o un mes para pagar los gastos; evidentemente, eso no es un hotel ni un comercio.

Aprovecho esta intervención para anunciar que en breve vamos a venir para charlar sobre ese tema, porque estamos trabajando con el director en un proyecto de reglamentación de todo esto, porque es lo que hoy está afectando más al sector hotelero, sobre todo al de Maldonado y Rocha.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Voy a hacer algún comentario antes de despedir al señor ministro.

Vemos que se está trabajando, que se entiende absolutamente la realidad y la problemática del sector. Además, se está tratando de innovar, y eso me parece muy importante. Sobre todo, me quedo con dos o tres elementos que realmente están muy buenos.

Este trabajo que se está haciendo en la parte estadística, tratando de afinar los números, para de ver numérica, segmentada y exhaustivamente la realidad, es muy importante. Conocer la realidad es lo que permite formular políticas públicas y tomar medidas concretas que tengan realmente impacto. Hablo de medidas distintas para las diferentes cosas que vayan apareciendo.

En cuanto al turismo interno, debo decir lo siguiente. En mi departamento, en épocas de pandemia -que, como en todos lados, afectó tremendamente al sector- el turismo interno fue lo que mantuvo prendidita la llama de muchas pequeñas empresas que hoy están tratando de salir, aunque algunas ya salieron. En lo que es la diversidad del turismo a nivel nacional o de los receptores a nivel nacional, hay zonas en las que el turismo interno es mucho más importante que los visitantes que vienen de otro lado, y Rocha es eso. Por eso, me encantó y me gusta mucho -como decía el señor ministro: en las crisis siempre aparecen oportunidades; esta la es- que se siga trabajando en estos aspectos importantes.

Con respecto al trabajo -algo que he vivido en Rocha, también-, que se hizo en conjunto con las intendencias, con los municipios y con las direcciones de Turismo de cada departamento, me parece muy importante. En Rocha lo vivimos y sabemos que se está trabajando muy bien. Hoy vimos los apoyos instrumentados por el Ministerio para las bajadas accesibles. Esa era una vieja aspiración, pero no se tenían los recursos para hacerlas, y ahora se están haciendo.

Además, tengo entendido que se va a trabajar en un centro de visitantes y de interpretación de la laguna de Rocha, algo que va a generar un polo turístico muy importante, no solo para los rochenses, sino para los que vienen desde otros lados. Creo que está vinculado al turismo ambiental, y me parece una buena oportunidad.

Por último, quiero destacar el trabajo que está haciendo el Ministerio de Turismo, algo que me comentaba hace poco el director de Turismo de Rocha. Creo que la reunión de Porto Alegre está vinculada con esto. Me refiero a estimular la presencia de los turistas brasileños en el departamento de Rocha, para aprovechar la frontera y la proximidad con varias zonas o centros poblados de Rio Grande do Sul.

En definitiva, agradezco la información y, en lo personal, les reconozco el trabajo que están haciendo. Creo que van por el buen camino.

Como dijo el resto de los compañeros, nos van a tener también a nosotros para trabajar en conjunto en los temas que entendamos que se necesitan para el sector.

Muchas gracias por su presencia.

No habiendo más asuntos, se levanta la reunión.