

Fundado en 1985

CERES

Centro de Estudios de la Realidad
Económica y Social

Monitor Actividad Turística

El turismo como motor de desarrollo
económico y social del Uruguay

26 de Setiembre de 2023

TURISMO CULTURAL



Principales fiestas culturales que se celebran en Uruguay, dentro de un total de más de 250 fiestas

Tablados de Carnaval

Enero - febrero - marzo

550 mil personas

Desfiles de Carnaval

Enero

600 mil personas

Semana de Turismo

Marzo-abril

- Criolla del Prado: **150 mil** personas
- Semana de la Cerveza (Paysandú): **70 mil** personas
- Fiesta del Olimar (Treinta y Tres): **51 mil** personas
- Criolla del Parque Roosevelt (Canelones): **41 mil** personas
- Fiesta de la Patria Gaucha (Tacuarembó): **36 mil** personas

+500 mil
personas
Gasto medio
\$3.221

73 mil
personas
utilizaron
alojamiento

Noche de la nostalgia

24 de agosto

500 mil personas

Día del Patrimonio

Setiembre

340 mil personas

Más de la mitad de las personas que viven en Uruguay estuvo presente en alguna fiesta cultural en los últimos cinco años, y el 60% lo hizo en familia.

FIESTAS ORIENTALES

Libro realizado por CERES en conjunto con BMR y Opción Consultores

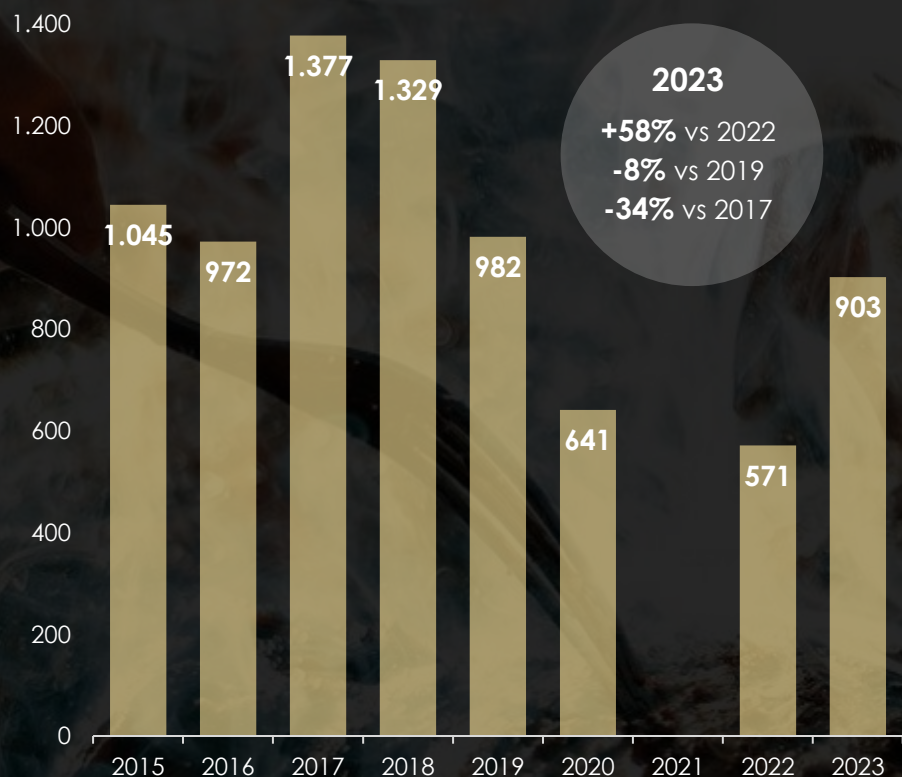


GASTO DE TURISTAS EXTRANJEROS

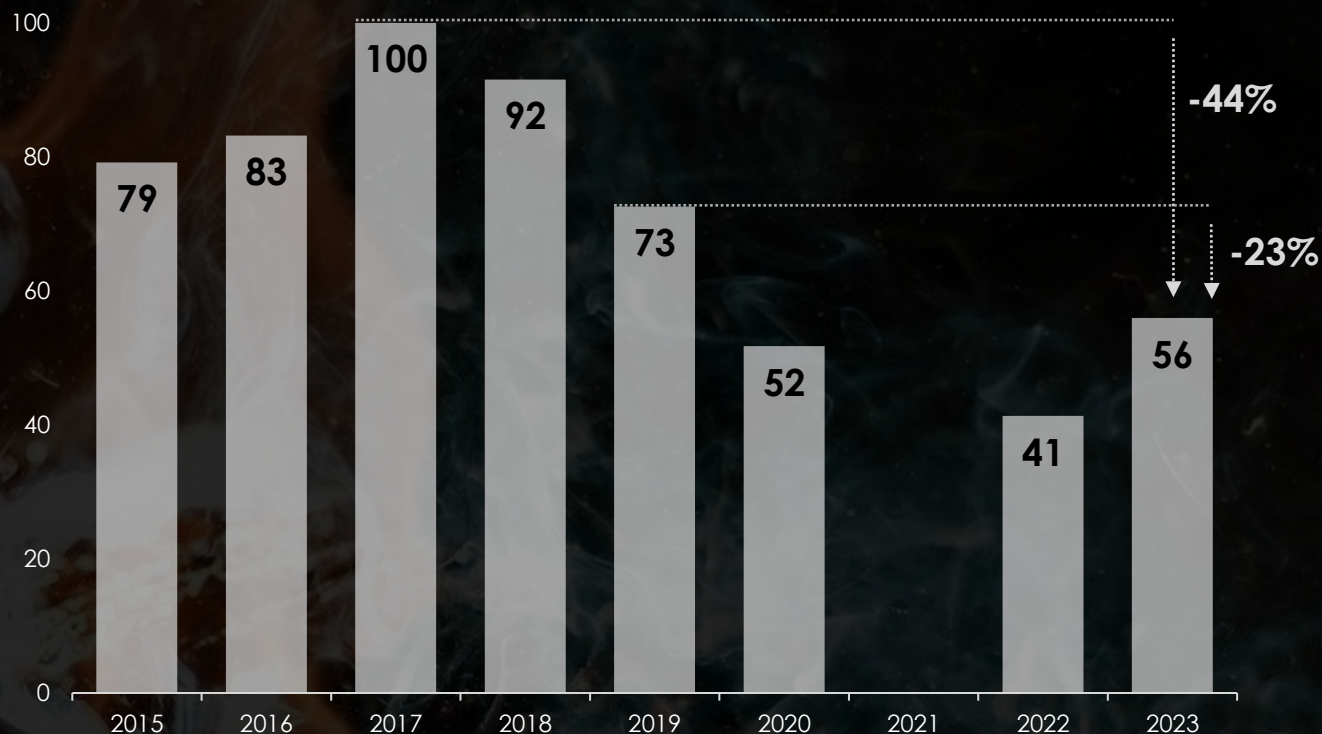


En primer semestre de cada año

Millones de dólares corrientes
Primer semestre



Millones de pesos constantes
Primer semestre, 2017=100

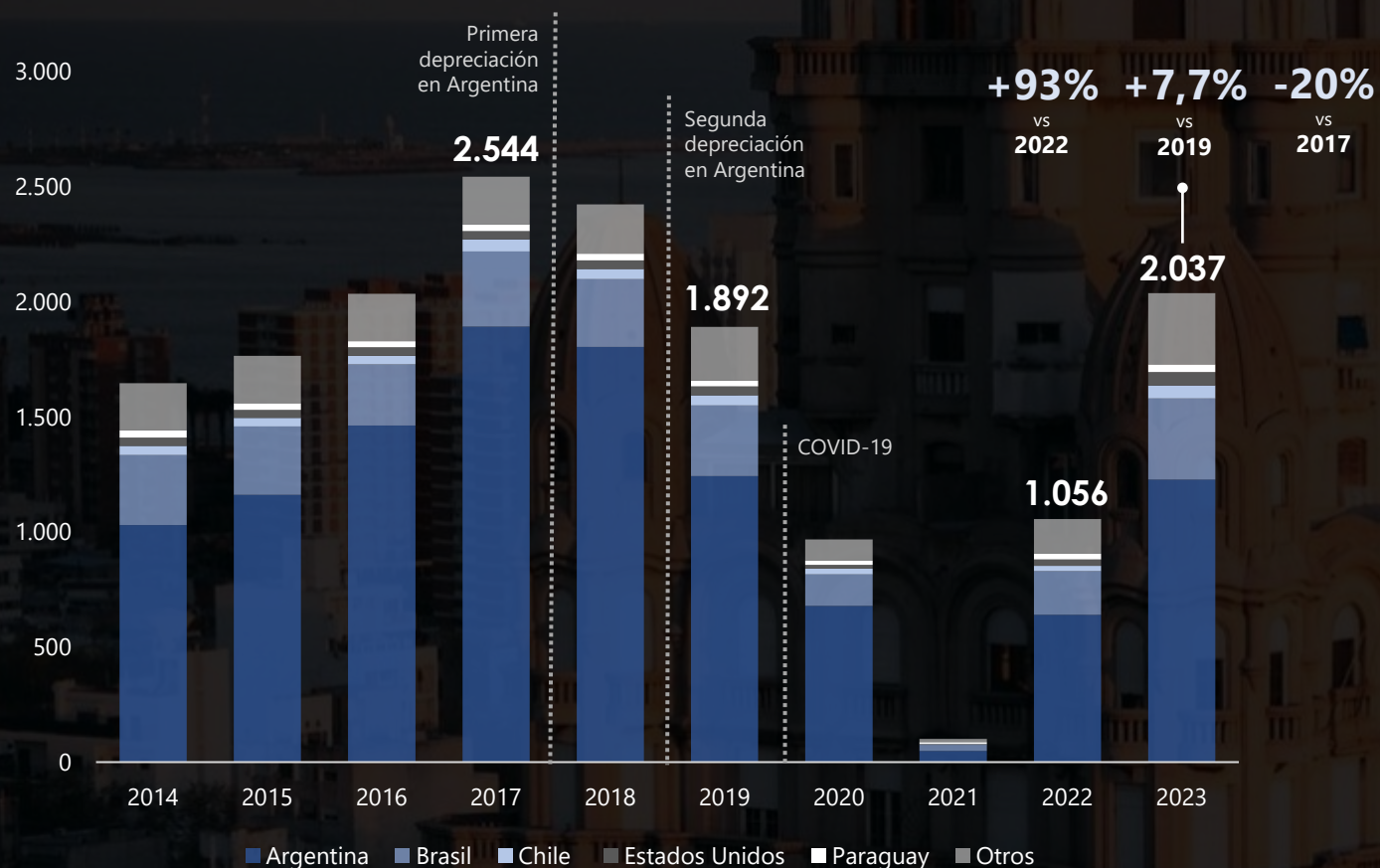


La manera más precisa de **leer los ingresos** del sector es **en pesos constantes**, dado que los costos son en pesos y se ajustan por inflación. **Con el nivel actual del dólar, esto lleva a que los ingresos, en pesos constantes, estén lejos de recuperarse con respecto a la prepandemia, y sean casi la mitad si se compara con 2017, lo que afecta la rentabilidad.**

TURISMO RECEPTIVO



Miles de extranjeros que ingresaron a Uruguay en los primeros ocho meses de cada año



Nacionalidad de visitantes ingresados

País	2017	2019	2021	2022	2023
Argentina	74,4%	65,7%	48,4%	60,6%	60,3%
Brasil	12,8%	16,2%	26,5%	17,9%	17,3%
EE.UU.	2,1%	2,3%	1,8%	2,2%	2,8%
Chile	1,4%	2,0%	1,6%	2,5%	2,8%
Paraguay	1,1%	1,3%	8,2%	2,5%	1,6%
Otros	8,2%	12,4%	13,4%	14,2%	15,2%
Total (en miles)	2.544	1.892	101	1.056	2.037

Ingresaron más personas en enero-agosto 2023 que en enero-agosto 2019, pero el gasto por persona fue menor.

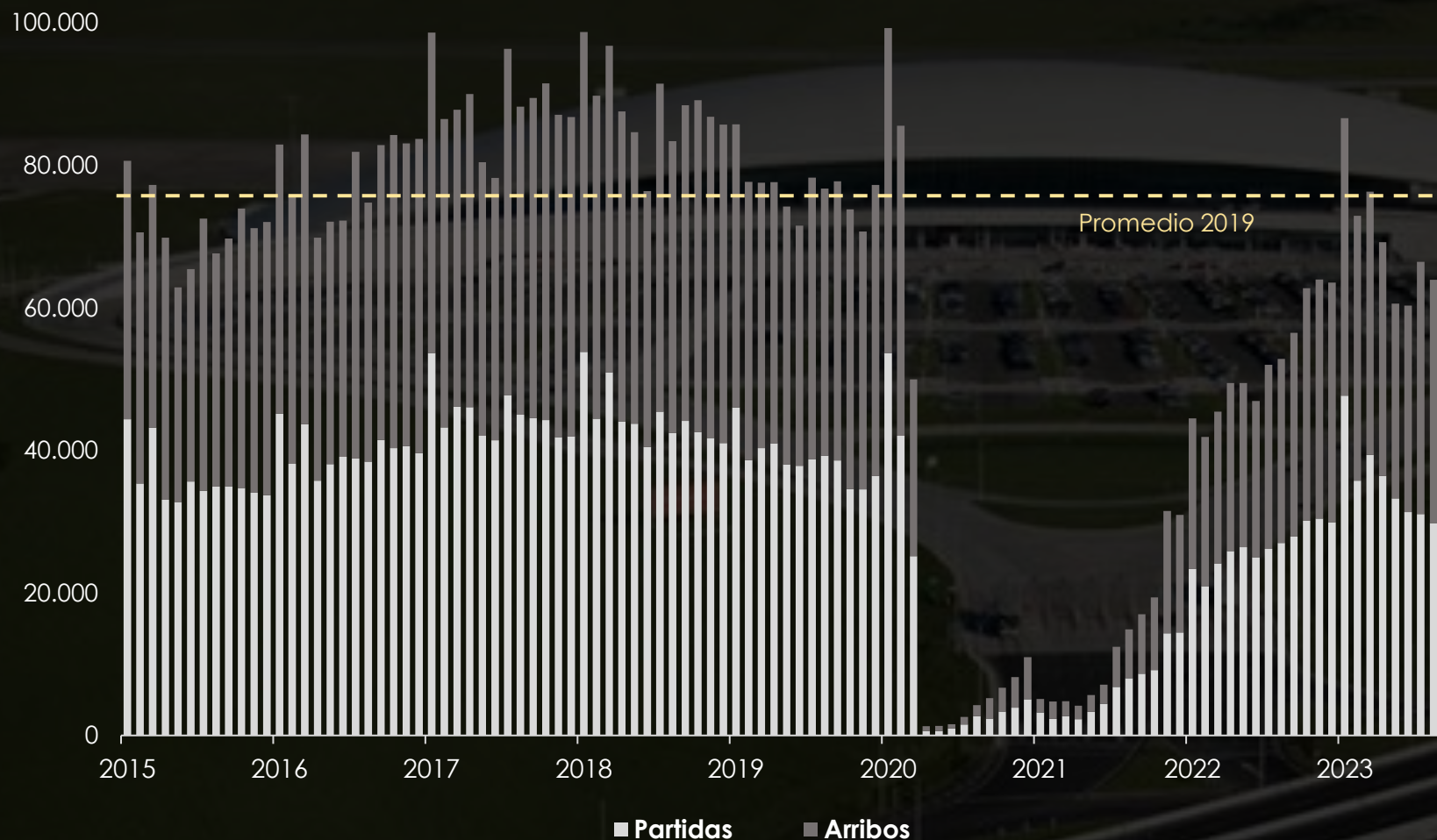
A partir de la primera depreciación de la moneda argentina y consiguiente caída de la actividad, cae la participación de Argentina, tendencia que se acentúa con la pandemia.

Nota: No se incluyen en el análisis los uruguayos no residentes por considerarse como público "cautivo".
Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Dirección Nacional de Migración.

AEROPUERTOS



Pasajeros extranjeros por Aeropuerto Internacional de Carrasco



Primeros 8 meses 2023

+45% vs 2022
-10% vs 2019
-21% vs 2017

Frecuencias por debajo de prepandemia

Se sumarán nuevas en 2024:

Miami - Lima - Santiago de Chile - Curitiba - Florianópolis - Salvador de Bahía - Mar del Plata

El porcentaje de **impuestos sobre el precio final** es en promedio **más del doble que en Santiago, Asunción y aeropuertos de Brasil**¹

Nota: ¹ Con base en el informe "Mercado aéreo en Sudamérica: comparación de costos aeroportuarios y regulaciones laborales", a cargo de Aeropuertos Uruguay, para el BID. Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Aeropuertos Uruguay.

INVERSIONES EN TURISMO

Proyectos de inversión enviados a COMAP



Inversiones

en **turismo** son

2,4% del total

en USD millones¹,

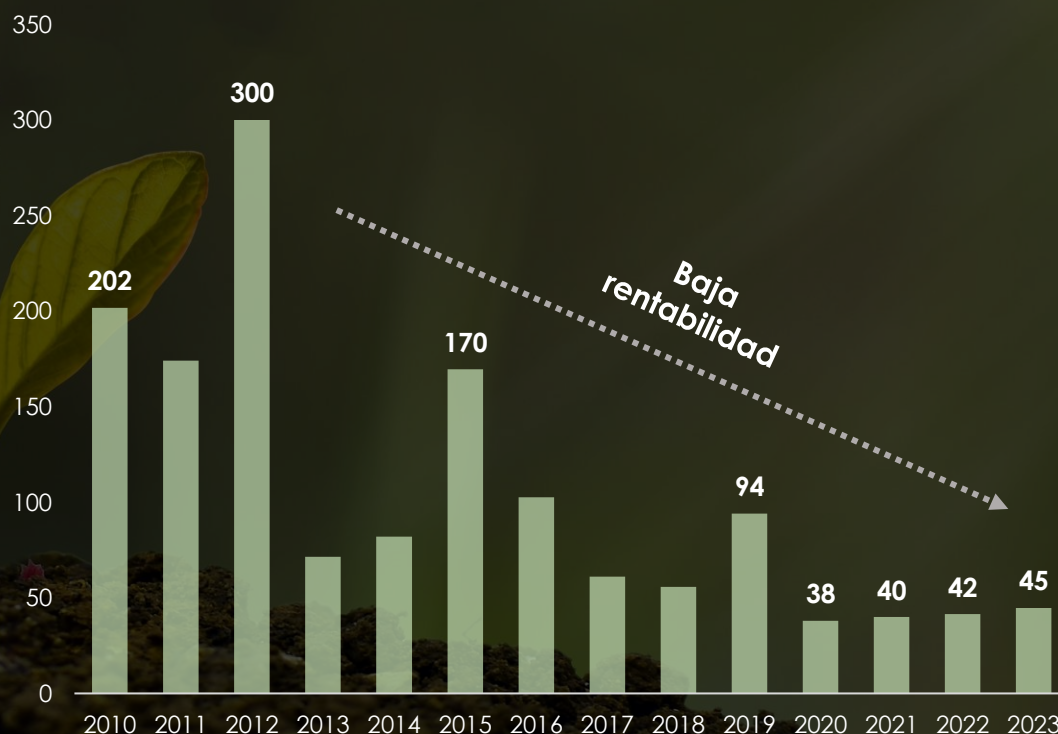
pero representaron el

13,5%

entre 2009 y 2013

Proyectos declarados a COMAP de turismo

En USD millones



Dentro de **inversiones** en **turismo**,

6%

es **inversiones** en **producción** más **limpia**,²

pero son

10,7%

a nivel general³

Nota: ¹ De acuerdo con proyectos declarados a COMAP, desde may-20 a may-22.

Nota: ² De acuerdo con proyectos declarados a COMAP, en los últimos dos años.

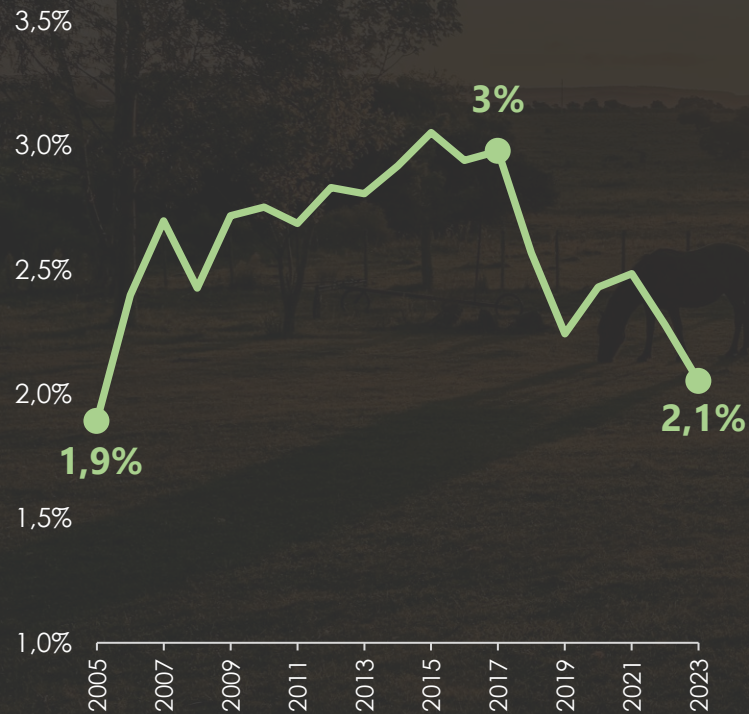
Nota: ³ De acuerdo con proyectos declarados a COMAP en 2019.

Fuente: Elaboración propia con base en información brindada por Ministerio de Turismo y COMAP.

SECTOR CON BAJO NIVEL DE CRÉDITO



Crédito a sectores turísticos como % del crédito total



**Crédito en turismo
siempre fue bajo**
en relación a otros sectores

Sector con ingresos en dólares,
lo que genera **baja rentabilidad actual**
y culturalmente nunca fue
tomador de crédito

Pero es importante
**desarrollar créditos especiales
con condiciones blandas**
para incentivarlo

¿Por qué es importante?¹

*El crédito impulsa crecimiento
económico a través de...*

- **Financiamiento** de proyectos de inversión
- **Aumento en productividad** por incorporación de maquinaria y tecnologías
- **Creación de empleo**
- **Fomento de la inclusión financiera** que colabora en una reducción de la pobreza e informalidad

URUGUAY DESTINO SOSTENIBLE

Según el Sustainable Travel Index 2022 de Euromonitor, sobre 99 países



Más allá de esto,
Uruguay es reconocido como destino sostenible

Para 2022, Uruguay fue el **destino N°18**, **único destino no europeo en la lista**, y el que **más mejoró** (+15 lugares vs 2021)

¿Qué evalúa el Sustainable Travel Index?

Agrupación de **56 indicadores** relativos a:

- Felicidad, igualdad y justicia social en el destino
- **Impactos del turismo en el entorno local por el empleo que genera**
- Calidad de infraestructura y **dependencia de demanda internacional**
- **Energía renovable** y **digitalización de la experiencia** del viajero



PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PBI

Supuestos utilizados



Supuestos de la Cuenta Satélite de Turismo

para el cálculo del Valor Agregado Turístico, bajo la Asesoría de Consultor Internacional de la OMT.

El **Ministerio de Turismo** realiza la estimación con datos del Cuadro de Oferta y Utilización de **2005**.

La **Estimación CERES** utiliza los **mismos supuestos**, pero se realiza con datos del Cuadro de Oferta y Utilización de **2016-2017**.

1%

de la producción de **comercio** corresponde al turismo y 46% de esa producción es consumo intermedio

25%

de la producción de **servicios de comida y bebida** corresponde al turismo y 20% de esa producción es consumo intermedio

95%

de la producción de **alojamientos** corresponde al turismo y 20% de esa producción es consumo intermedio

45%

de la producción de **transporte terrestre** corresponde al turismo y 14% de esa producción es consumo intermedio

88%

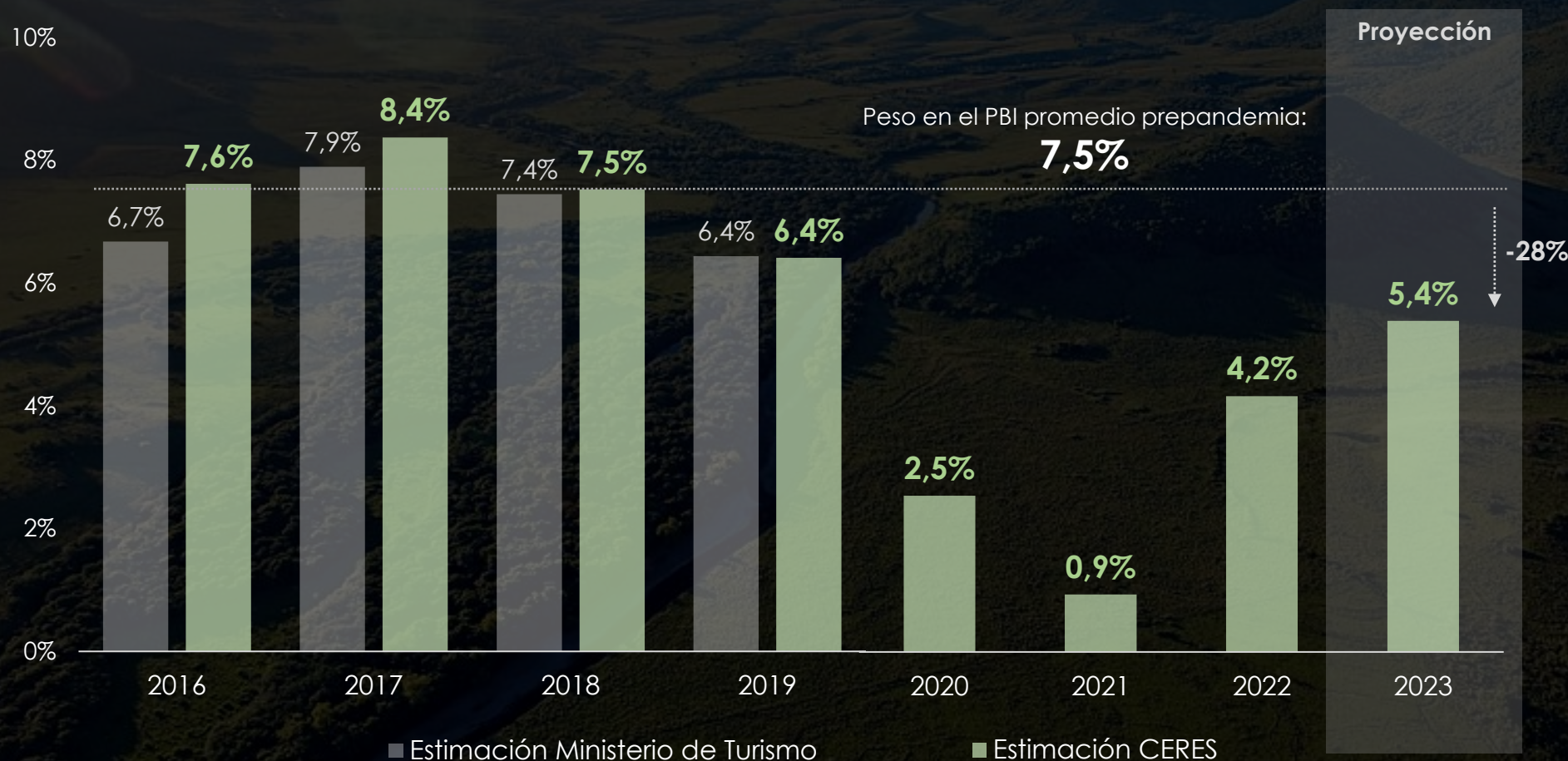
de la producción de **transporte aéreo y por agua** de pasajeros corresponde al turismo y 12,5% de esa producción es consumo intermedio

PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PBI



Estimación CERES

Para realizar la estimación para años posteriores a 2016, se actualizaron los valores de valor agregado tomando como referencia las variaciones en un índice de volumen físico basado en las entradas y salidas de personas del país y gasto realizado, junto a un IPC turístico elaborado por CERES.



El turismo no ha vuelto aún a sus niveles prepandemia

Sufre el diferencial cambiario con Argentina y un encarecimiento del funcionamiento que afecta la rentabilidad

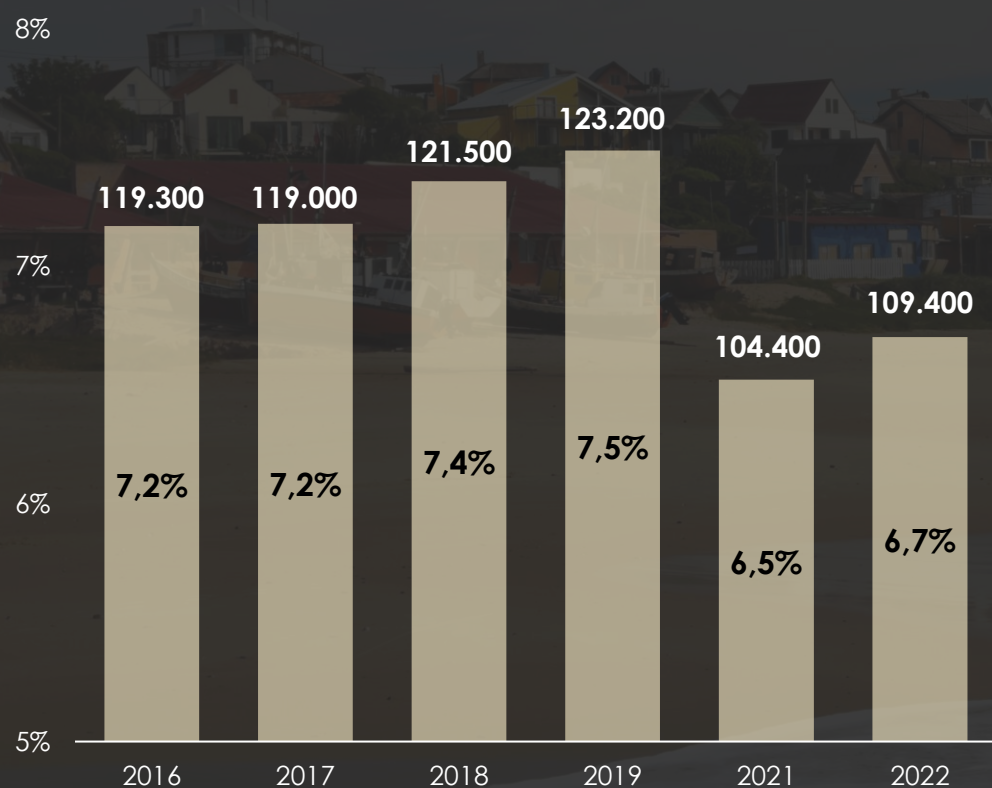
Nota: Se toman las proyecciones de tipo de cambio, inflación y PBI (BCU). Se construye un modelo para proyectar las personas ingresadas y el gasto para 2023.

EMPLEO VINCULADO AL TURISMO

Estimación CERES



Cantidad de personas y % del empleo total



2022 vs 2019

-35% PBI Turístico
-11% Empleo turístico

A pesar del nivel de actividad y problemas de rentabilidad,

el empleo turístico mostró gran resiliencia

Son empleos con **menor propensión a la automatización, que abre puertas a jóvenes y mujeres**



7,4%
(2018)



12,8%
(2018)

Si Uruguay alcanzara la situación de España, **el turismo podría**

generar 103.000 nuevos empleos a largo plazo

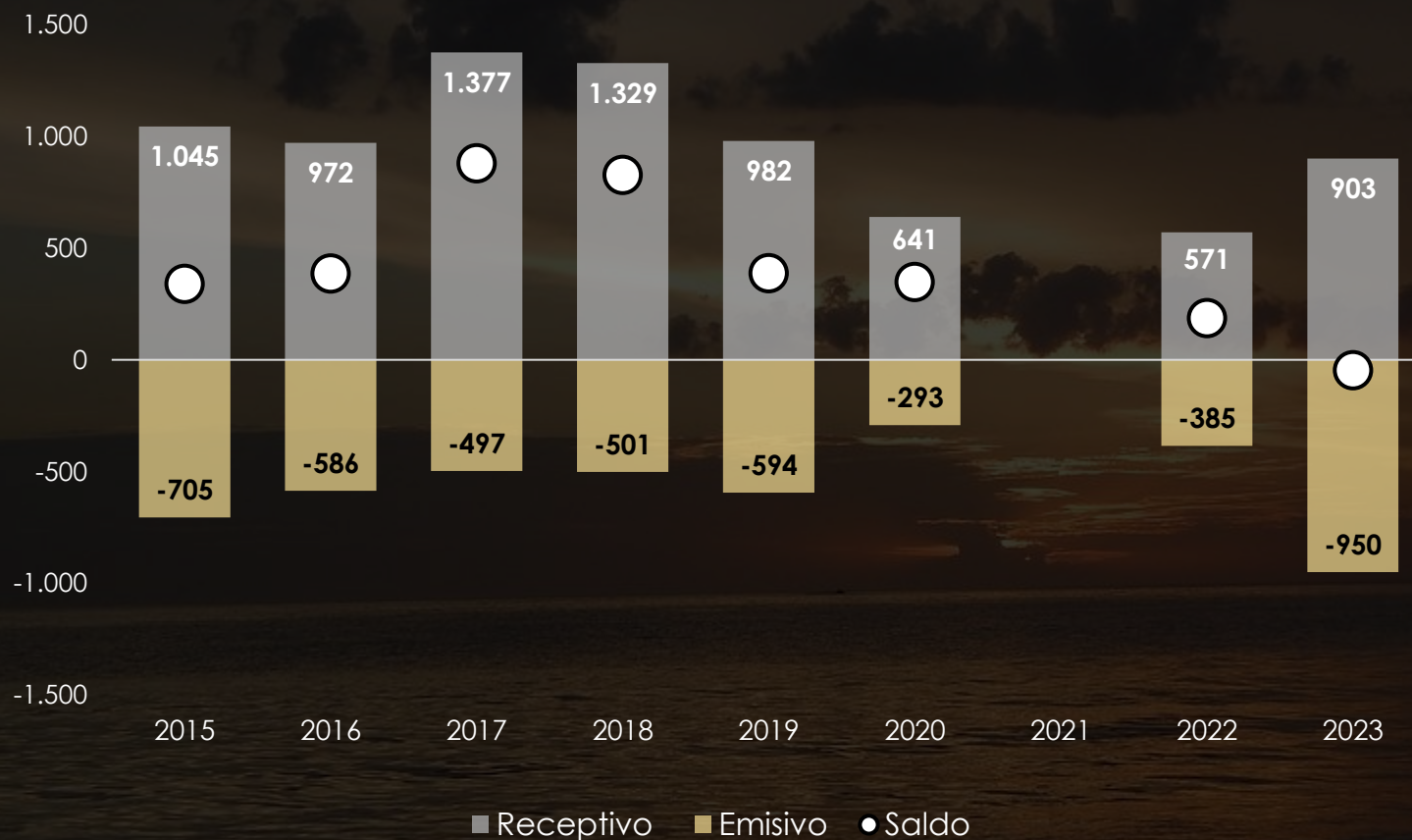
Esto toma más relevancia ya que cada peso que se paga por salarios en **los sectores que integran**

el turismo tiene un **multiplicador en la economía más alto que el resto de los sectores** (actividades agropecuarias, construcción, entre otros)

TURISMO RECEPTIVO Y EMISIVO



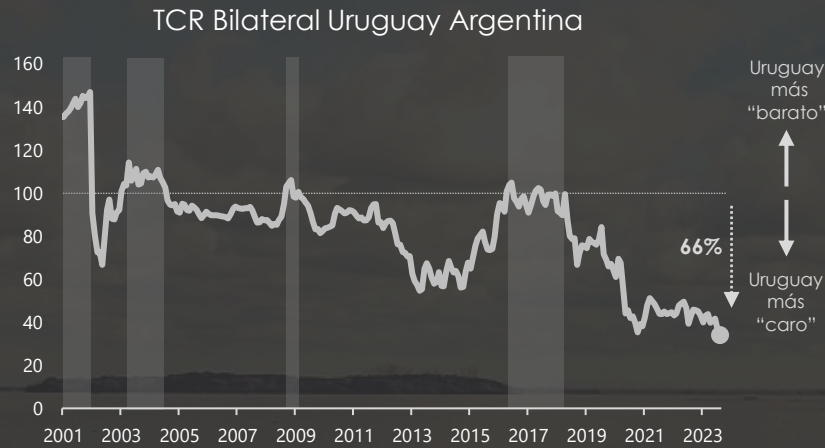
Gastos en el primer semestre
(USD millones)



Gastos de uruguayos
en el exterior
**en niveles
máximos**

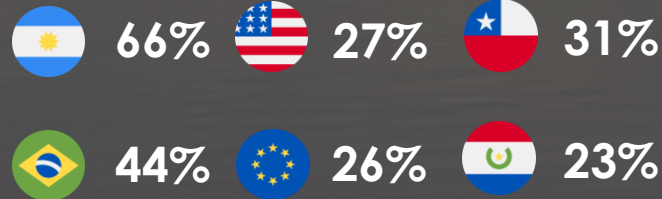
**Primer año con
saldo neto
turístico negativo
de los últimos años**

Brecha de precios entre Uruguay y Argentina fue en julio 126%,¹ difícil de cambiar en el mediano plazo



Y es **difícil atraer turistas** con el **nivel actual de encarecimiento**

Los valores representan **cuánto más caro está Uruguay** con respecto a la relación promedio histórica con ese país o región



Propuestas CAMTUR para mitigar impacto

- 1 IVA tasa 0 a no residentes en servicios turísticos** (*única industria exportadora que paga IVA*)
- 2 Extender IVA tasa 0 a residentes en hoteles para incentivar turismo interno**
- 3 Seguro de paro parcial**
Se otorgó hasta nov-23 para hoteles
- 4 Medidas especiales para el litoral termal**
Exoneración de aportes patronales, entre otras
- 5 Ley de Vivienda Turística Vacacional**
En trámite parlamentario hace meses

CONCLUSIONES



Los **visitantes** ya **superan niveles prepandemia** pero el **gasto sigue por debajo**, y más si se mide en pesos constantes, lo que **afecta la rentabilidad**.



Uruguay es **reconocido destino sostenible**, pero tiene espacio para mejorar. Hoy se tiene **poca inversión sostenible y bajo nivel de créditos**. Hay una oportunidad en impulsar **Turismo MICE**, con creación de nuevo Centro de Convenciones.



Como Uruguay es caro hay que buscar hacerlo competitivo. Se debe seguir buscando **mejorar conectividad regional y abaratar vuelos para diversificar la demanda, y equiparar tratamiento impositivo como actividad exportadora**.

Es inteligente impulsar el turismo, generador de empleo de calidad y con alto impacto a nivel de actividad

Es clave profundizar plataforma que centralice datos, dependiente de organismos públicos, para una mejor toma de decisiones

