

## MINISTERIO DE TURISMO

### I. Metas trazadas y logros obtenidos

Siguiendo con la planificación realizada desde el inicio de esta Administración se continuó con los dos grandes grupos de proyectos a desarrollar. El primer grupo está vinculado directamente a los cinco productos turísticos en que se sustenta la planificación de esta Secretaría de Estado, mientras que el segundo grupo de proyectos está relacionado a objetivos vinculados directa o indirectamente a la actividad turística.

A pesar de la crisis regional, la mayoría de ellos se han cumplido durante el transcurso del año de acuerdo al análisis que se desarrollará a continuación. Cabe destacar que se mantuvo la reducción del gasto de funcionamiento (telefonía básica y móvil, energía eléctrica, combustible, viáticos, locomoción, etc.), iniciada desde el comienzo de esta gestión, lo que significa un acumulado de 25 %.

#### I.1 Proyectos vinculados a productos turísticos

##### Producto Turístico Termal

a. Termas de Daymán

Conforme al convenio firmado con la Intendencia Municipal de Salto, se finalizaron las obras de cerramiento de piscinas en dichas Termas, las mismas fueron inauguradas en noviembre.

##### Producto Turístico Histórico Cultural

a. Calera de las Huérfanas

Una vez realizada la primer etapa de revalorización histórica de este monumento, se elaboró el llamado a licitación para la explotación de la infraestructura turística (parador, servicios higiénicos, cartelería, etc.), el cual será licitado en el presente año.

b. Santa Lucía Romántica

De acuerdo al Plan de Revalorización Turística de la Ciudad de Santa Lucía. El pasado año se concretó el mismo, que consistió en la creación y señalización de un circuito urbano y la recuperación del Jardín Botánico de la Quinta Capurro.

Asimismo, se recuperaron los edificios de la precitada Quinta declarada Monumento Histórico Nacional, albergando servicios de gastronomía, de recreación y de esparcimiento. Se promovió este destino turístico con un folleto que describe los principales atractivos turísticos.

#### Murallas de la Ciudad Vieja

En colaboración con la Dirección Nacional de Minería y Geología, se realizaron los estudios de prospección subterránea a efectos de determinar la existencia de restos de la muralla que rodeaba la Ciudad Vieja de Montevideo. El descubrimiento y la revalorización de dichos restos será uno de los proyectos para este año.

#### Estación de AFE

Aprovechando la infraestructura existente de la estación ferroviaria de la ciudad de San José, se adjudicó, mediante llamado a licitación, las obras de reciclaje de la misma, a fin de reacondicionarla en espacios destinados a la actividad artesanal, cultural y de información turística y para la implementación de talleres y cursos de capacitación.

#### Guía Nacional Histórico Cultural

Cumpliendo con lo establecido en la Ley N° 17631 se convocó a una licitación para la confección de una Guía Turística Nacional Histórica Cultural.

#### Museo de los Naufragios

Repitiendo experiencias exitosas anteriores, el Ministerio de Turismo apoyó, con la confección y colocación de cartelería, la instalación del Museo de los Naufragios en Punta del Este.

### **Producto Turístico Eventos y Convenciones**

#### **a. Peatonal Curuguaty**

Siguiendo con este proyecto iniciado en el año 2001 para la recuperación turística de esta peatonal, se está en condiciones de iniciar los trabajos de los pintores que van a realizar los murales al aire libre.

#### **b. Embajadores de Eventos y Convenciones**

Se realizó en conjunto con AUDOCA (Asociación Uruguaya de Organizadores de Congresos, Ferias y Afines) el proyecto denominado Embajadores de Eventos y Convenciones y se desarrollaron durante todo el año reuniones semanales con las principales Asociaciones de Profesionales, Agrupaciones, Cámaras, etc., y otorgando a sus miembros el kit de presentación de nuestro país como sede de Eventos y Convenciones.

#### **c. Cruceros**

Siguiendo con la política de cruceros iniciada en los últimos años, esta temporada se prevé la llegada de 72 embarcaciones. Considerando la importancia

del número y calidad de los visitantes, se coordinaron todas las acciones de seguridad, facilidades, servicios e información.

## **Producto Sol y Playa**

### **a. Extensión de la actividad hacia el Este**

Se prosiguió con esta política iniciada a principios de esta gestión. Realizado el llamado a expresiones de interés para la construcción y explotación de un hotel cinco estrellas y casino en la zona comprendida entre Punta del Diablo y La Coronilla y habiéndose presentado en el mismo propuestas serias y viables, se procedió al llamado a licitación. Se prevé su apertura para febrero de 2004.

### **b. Plan de Excelencia de Punta del Diablo**

Después de haber concluido la primer etapa del mismo, se prosiguió con las demoliciones de las construcciones de la playa de los pescadores, la relocalización de los pobladores permanentes, la construcción de la segunda etapa de la feria de artesanos y el retiro de las construcciones en la playa del casco norte. Todas estas acciones conforman la segunda etapa del Plan, que ha logrado la revalorización turística de este balneario que se encontraba totalmente deteriorado y degradado. También, se realizó la bituminización de los 5 km. del camino de acceso, diseño y colocación de cartelería en todo el balneario, construcción de tres refugios para guardavidas y el llamado a licitación para el gerenciamiento del Plan de Excelencia de Punta del Diablo.

### **c. Amarras gratis**

En acuerdo con la Dirección Nacional de Hidrografía se volvió a promocionar con gran éxito, amarras gratis en los puertos deportivos en el mes de noviembre, lo que trajo aparejado gran afluencia de turistas argentinos.

### **d. Señalización del Parque Santa Teresa**

Se diseñó y se colocó la señalización y cartelería del Parque Nacional de Santa Teresa.

### **e. Eventos en temporada de verano**

Tal como aconteció la temporada pasada, el Ministerio de Turismo ha concretado la presentación de importantes artistas nacionales para realizar una serie de actuaciones en distintos puntos del país. Entre muchos de ellos se destacan la participación de Jaime Roos y Ruben Rada.

### **f. Casa del Aguila**

Se adquirieron los materiales y se importaron gaviones especiales para la recuperación de la Casa del Aguila en Atlántida. La misma se realizará en el 2004.

### **g. Certificación de playas**

Conjuntamente con la Dirección Nacional de Medio Ambiente se reglamentaron las exigencias para certificar las playas del país, en busca de un mejoramiento en la calidad e infraestructura de las mismas.

**h. Piriápolis**

Conjuntamente con operadores y actores de la ciudad de Piriápolis se elaboró un Plan de Acciones para la Revalorización Turística de dicha ciudad, donde se destacan la señalización de todos los atractivos, recientemente colocada, la creación de seis circuitos turísticos con sus respectivos folletos editados y la pintura de 10.075 m<sup>2</sup> del pavimento de la rambla a fin de renovar dicho balneario.

**La Paloma**

Posteriormente a evaluaciones y talleres realizados con los operadores y actores locales se procedió a la realizar, bajo el sistema de jornales solidarios, una recuperación urbanística del balneario. Se realizaron trabajos de bacheo y ornamentación de las calles y se adquirió 30.000 litros de bitumen para la repavimentación de las mismas.

**Equipamiento para guardavidas**

Debido a la conflictiva situación de los guardavidas, se adquirieron equipos e indumentarias especiales para los guardavidas de Rocha.

**Concesión del Hotel “Las Delicias”**

Se ha realizado el llamado a licitación para otorgar la concesión de la explotación del Hotel Las Delicias de Punta del Este.

**Pabellón de las Rosas**

Conjuntamente con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas y la Intendencia Municipal de Maldonado se está cofinanciando las obras de recuperación del Pabellón de las Rosas (Auditorio de Piriápolis). Las mismas han comenzado el pasado año y se espera su finalización para el mes de marzo.

**Producto Turístico Rural y Ecológico**

**a. Pesca Turística y Deportiva en el Río Negro**

Prosiguiendo con el plan elaborado por esta Secretaría de Estado, se ejecutó el presente proyecto, a fin de explotar turísticamente la pesca en el Río Negro y reconvertir los actuales pescadores en prestadores de la actividad. El mismo se viene desarrollando con buen éxito y ya se han realizado una serie de excursiones. Se prevé la continuación de este plan para el presente año.

Dentro de este Plan se adquirieron dos gomones que serán cedidas a la Prefectura Nacional Naval a efectos de custodiar la zona de Río Negro de pesca depredatoria.

**b. Llamados a expresiones de interés**

Se realizaron una serie de llamados a expresiones de interés para la explotación turística y sustentable de distintos inmuebles del Estado, a efectos de rentabilizar su uso, potenciar y revalorizar diferentes destinos ecoturísticos.

Isla de Flores:

Debido a la presentación de propuestas viables se elaboró el pliego para el llamado a su explotación turística con la construcción de muelle, museos y áreas de esparcimiento y recreación. La apertura está prevista para el presente año.

Islas Collazo:

Se está elaborando un pliego para el llamado a su explotación turística.

Isla del Padre:

También se está elaborando el llamado para la construcción de ecoalbergues y áreas de recreación en la presente isla y su apertura está prevista para este año.

**c. Construcción del Parador en el Salto del Penitente**

Se finalizaron las obras del parador e infraestructura de servicios para la atención al turista en el futuro Parque del Salto del Penitente. El proyecto cuenta con un parador de 70 m<sup>2</sup>, camping agreste, estacionamiento, servicios higiénicos y parquización. A la fecha se le dotó de agua y energía eléctrica.

**d. Plan de Revalorización Turística de Villa Serrana**

Prosiguiendo con el Plan elaborado conjuntamente con la Facultad de Arquitectura, se ha desarrollado un Proyecto de Señalización y Cartelería para la Villa, el cual se ha ejecutado. Asimismo, se ha redactado una normativa de emergencia a efectos de detener el deterioro urbanístico de la villa, el cual se ha presentado ante la Junta Departamental de Lavalleja.

**e. Posicionamiento de nuevos subproductos**

Conjuntamente con la construcción de las plataformas de avistamiento de cetáceos, se ha desarrollado una serie de acciones a efectos de posicionar este nuevo subproducto turístico del Ecoturismo. Se realizaron cursos de observación de aves y ballenas conjuntamente con GUPECA (Grupo Uruguayo Para el Estudio y Conservación de las Aves) y OCC (Organización para la Conservación de Cetáceos) para operadores y público en general. Se diseñaron e imprimieron afiches ilustrativos y educativos de las aves costeras y cetáceos que se colocaron en las plataformas para mayor información de los turistas. Se apoyó fuertemente la realización de la Semana de la Ballena Franca en Punta del Este (del 22 al 29 de setiembre).

Se realizó el llamado a licitación para la construcción de 13 miradores de aves el cual ya se ha adjudicado y en el presente mes comenzará la construcción de los mismos en distintos puntos estratégicos en nueve departamentos del país.

**f. Congreso Nacional de Ecoturismo**

Se realizó el Segundo Congreso Nacional de Ecoturismo del 12 al 14 de abril en el departamento de Colonia con la participación de más de 500 personas. Debido al éxito obtenido y a los compromisos asumidos, este año se realizará una nueva edición en Piriápolis.

### Gruta del Palacio

En convenio con la Intendencia Municipal de Flores se acordó cofinanciar las obras de infraestructura turística en la Gruta dotando a la misma de un espacio de recepción al turista, sitio de interpretación, parador y servicios higiénicos

#### **h.** Ordenamiento de la oferta rural

Conforme al decreto de caracterización de los establecimientos rurales se procedió a la inscripción y caracterización de los mismos.

## **I.2 Proyectos generales vinculados a la actividad turística**

### **Señalización turística**

En convenio con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas y con las Intendencias Municipales y de acuerdo al relevamiento realizado el pasado año en las principales rutas nacionales del país y en los principales puntos de atracción, se colocaron un total de 160 carteles de información turística.

### **Turismo interno**

Se realizaron una serie de acciones a efectos de promover el turismo interno:

#### **a.** Eventos

En el período de abril a setiembre se ha desarrollado en el Shopping de Punta Carretas una serie de exposiciones de distintos productos turísticos. En cada uno de ellos, durante una semana, se mostraron distintas ofertas que los mismos ofrecen durante todo el año.

Se trabajó intensamente con los operadores turísticos para revalorizar el “Destino Uruguay”, buscando sumar a esta política programas de televisión, revistas, encartes en prensa y promociones concretas.

#### **b.** Día Internacional del Turismo

El 27 de setiembre se realizaron charlas alusivas al turismo en más de 2.000 escuelas de todo el país, a fin de concientizar la importancia de este sector en la economía del país.

#### **c.** Feria Nacional de Turismo

Por tercer año consecutivo se llevó a cabo la Feria Nacional de Turismo en las instalaciones de Portones Shopping Center. Cada departamento y diferentes prestadores turísticos pudieron ofrecer y dar a conocer sus productos a distintos operadores y al público en general.

#### **d.** Revista El Escolar

Se diseñaron mapas didácticos para incluir en esta revista que se publica junto al diario El País, los mismos consistieron en mapas rutero, histórico – cultural y ecoturístico.

## **Promoción**

Ante la nueva situación económica y social de la región y especialmente de nuestro principal mercado, se rediseñó la estrategia promocional, dándole importancia a la realización de una campaña de “volver” al destino Uruguay. Asimismo, se le dio un gran impulso al desarrollo del turismo interno, con la creación de paquetes promocionales, programas televisivos, folletería, publicaciones, etc.

A partir de octubre del pasado año, una vez asentado el panorama argentino, se definió una nueva estrategia que pusiera énfasis en la cercanía de nuestros destinos turísticos, la seguridad y la tranquilidad que los mismos ofrecen y el alto grado de competitividad que alcanzaron nuestros precios como resultado de la devaluación.

### **a. Marca Uruguay Natural**

Siguiendo con la política de posicionamiento de la marca país, se ejecutó el plan elaborado a efectos de difundir la misma, tanto a nivel de organismos públicos como empresas privadas. Se llevaron a cabo una serie de convenios a fin de utilizar e identificar al país con “Uruguay Natural”.

Se prosiguió con la dirección de la página web: [www.uruguaynatural.com](http://www.uruguaynatural.com) para mayor facilidad de acceso al usuario, siendo unas de las páginas más visitadas. También se instalaron web cam en distintos puntos del país, pudiendo el usuario observar directamente los distintos destinos turísticos.

Asimismo, se siguió con la colocación de mástiles y banderas en varias rutas turísticas del país con la marca “Uruguay Natural”.

### **b. Ferias en el exterior**

De acuerdo al cronograma de participación en ferias y eventos internacionales, se han participado en aquellos que pudieran deparar resultados positivos desde el punto de vista comercial. Se participó directamente en las siguientes ferias:

Feria Internacional de Turismo – FITUR – Madrid, España (enero 2003)

Bolsa Internacional de Turismo - BIT – Milán, Italia (febrero 2003)

Bolsa Internacional de Turismo – ITB – Berlín, Alemania (marzo 2003)

Feria Internacional – IMEX – Frankfurt, Alemania (abril 2003)

Expointer – Esteio, Brasil (agosto - setiembre 2003)

Asociación Brasileña de Agencias de Viajes – ABAV – Brasilia, Brasil (setiembre 2003)

Port – Fest – Miami, Estados Unidos (setiembre 2003)

Feria Internacional de Turismo – FIT – Buenos Aires, Argentina (octubre 2003)  
JATA – Yokohama, Japón (octubre 2003)  
Festival de Turismo de Gramado – Gramado, Brasil (noviembre 2003)  
World Travel Market – Londres, Inglaterra (noviembre 2003)  
Asociación Chilena de Mayoristas y Representantes de Turismo – ACHMART-  
Santiago de Chile, Chile (noviembre 2003)  
Todo Turismo – Buenos Aires, Argentina (diciembre 2003)

#### Salidas Promocionales

Conjuntamente con operadores privados de todo el país se han realizado una serie eventos promocionales en el exterior, que han sido calificados en forma muy positiva, previendo repetir esta experiencia en el transcurso del año.

Litoral argentino - marzo

Chile - marzo

Sur de Brasil - abril

La Plata – Buenos Aires - mayo

Córdoba – Rosario - mayo

Río Grande del Sur - junio

Argentina - junio

Asunción – Curitiba – San Pablo - julio

Chile - agosto

San Pablo – agosto

#### **d. Publicidad**

Siguiendo con la estrategia trazada, se publicaron en el pasado año más de 250 avisos en distintos medios de comunicación de la región, lo que representa el mayor número de este tipo de publicaciones realizada por esta Secretaría de Estado. También se destacan dentro del rubro publicidad, la realización de:

20 diseños diferentes para la cartelería en vía pública en Uruguay, Argentina, Brasil, Paraguay y Chile.

2 spots para TV y cine para utilizar en Uruguay y Argentina

8 materiales de radio para utilizar en Uruguay y Argentina

15 volantes diferentes

18 afiches diferentes para colocar en los restaurantes Mc Donald's

8 Afiches de productos diferentes incluidos diseños especiales para Ecoturismo (invertebrados y aves)

5 afiches con circuitos turísticos para publicar en le Revista El Escolar

1 suplemento sobre sol y playa publicado en la revista Charona

1 calendario 2004

1 guía de camping

Reimpresión de 15 folletos de diferentes tamaños y algunos en varios idiomas

Diseño de 5 stand para ferias internacionales (Buenos Aires, Brasil, Londres, España y Chile).

diseño de diferentes materiales para la promoción en Punta Carretas (cartelería, 5 diseños diferentes)



**e. Folletería**

En el transcurso del año y en conformidad con la estrategia de promoción, se realizaron 20 folletos nuevos, algunos en varios idiomas (incluidos uno para Japón y uno para Francia) que representan una cifra nunca antes alcanzada. Los mismos están destinados a la promoción del país a través de sus cinco productos turísticos, así como también diversos mapas de rutas, circuitos turísticos, etc. Los mismos fueron realizados en varios idiomas según los requerimientos particulares.

**Alianzas estratégicas**

**Política de Precios**

Se realizaron una serie de alianzas a efectos de llevar a cabo una política de precios de productos y servicios al turista que asegure un valor agregado a nuestra oferta turística.

Se firmaron convenios de mantenimiento de precios y tarifas para toda la temporada estival con operadores turísticos de Piriápolis, Punta del Este y Colonia (Centro de Hoteles y Restaurantes de Piriápolis, Centro de Hoteles y Restaurantes de Punta del Este, la Liga de Fomento y Turismo de Colonia, Cámara Hotelera y Turística de Colonia, Corporación Turística Departamental de Colonia y Cámara Hotelera y Turística de Colonia), comprometiéndolos a los prestadores turísticos a mantener una política adecuada de precios al turista.

**b. Peajes**

Se concretaron junto con los operadores privados una promoción de devolución de peajes para todos los turistas que veranean en nuestro país. También conjuntamente con la Dirección Nacional de Casinos del Estado se reintegra el valor del peaje en fichas para utilizar en sus salas de juego.

Se destacan dentro de esta promoción, Mc Donald's, Supermercados El Dorado, Hipódromo de Maroñas, Parque Anchorena, Parque Santa Teresa, Heladería El Faro, Juegos Electrónicos, etc.

**c. PLUNA – Buquebus**

Con las principales empresas transportistas de turismo receptivo se firmaron convenios de mantenimiento de tarifas por toda la temporada.

**Centros de informes**

Con la política de mejoramiento constante de los Centros de Informes, se reacondicionaron los Centros de Paysandú, Coronilla, y Punta del Este. A su vez, en el marco del convenio firmado con la Intendencia Municipal de Canelones, se adecuaron los Centros de Informes de dicha comuna en Atlántida y Santa Lucía.

## Facilidades al turista

### a. Semáforos

Se adquirió un sistema de aleatorio de señalización (semáforos) a instalarse en el Puerto de Montevideo, a fin de facilitar el ingreso de turistas y realizar las revisiones correspondientes exclusivamente a un porcentaje de los visitantes que ingresan.

### Inmobiliarias en Puerto Madero

En convenio con Los Cipreses S.A. (Buquebus) se instaló en su local de Puerto Madero, Buenos Aires, una oficina atendida por la Asociación de Inmobiliarias de Punta del Este, promoviendo los alquileres en temporada estival. Esta acción ha sido considerada muy ventajosa por las inmobiliarias que ya aseguraron repetir esta experiencia el próximo año.

## Promoción de inversiones

Se promulgó un nuevo decreto de incentivos fiscales efectos de promocionar las inversiones en el sector turístico. El mismo prevé beneficios de IVA, COFIS, impuestos de importación, Impuesto a Renta e Impuesto al Patrimonio, para proyectos a realizarse así como a hoteles ya instalados.

Dentro de los proyectos declarados como promovidos bajo el régimen promocional de inversiones se destacan las inauguraciones de los hoteles Kempinsky en Colonia, Cipriani en Punta del Este, Best Western Carlos Gardel en Tacuarembó y el Parque Acuático del Horacio Quiroga en Salto. Asimismo, se iniciaron las obras del Hotel Sheraton y del Four Season en Colonia.

## II. Personal a marzo y diciembre de 2003

Escalafón	P	Q	A	B	C	D	E	F	TOTAL
Marzo 2003	2	1	27	10	71	36	9	3	<b>159</b>
Diciembre 2003	2	1	28	10	69	35	9	3	<b>157</b>

	Alta Prioridad	Comisiones fuera	Comisiones dentro	Zafrales	Pasantías
Marzo 2003	1	11	22	10	52
Diciembre 2003	1	6	19	6	43

### III. Proyectos de ley y decretos con iniciativa del Ministerio de Turismo

Proy. de ley	Turismo Cinegético
26/003	Ingreso de vehículos automotores de turistas
51/003	Declaración de Interés Turístico a actividades artísticas de Carnaval
175/003	Promoción e incentivos fiscales a inversiones turísticas
185/003	Mod. Dec. 3/997 Reglamenta prestación de Agencias de Viajes
283/003	Admisión temporaria para actividades de cobertura de prensa
311/003	Exoneraciones a equipos y piezas que sustituyen a los ya declarados
390/003	Mod. Dec. 384/94 Garantía de inmobiliarias en Unidades Indexadas
406/003	Certificación de playas "Playa Natural"
424/003	Renovación de garantía de inmobiliarias en fechas que se determinan
Proy. decreto	de Modificación de régimen de viáticos
Proy. decreto	de Mod. Dec. 1/995 permanencia de embarcaciones deportivas
Proy. decreto	de Registro de Guías de Turismo

### IV. Resoluciones dictadas en ejercicio de Atribuciones Delegadas

Nº	FECHA	TEMA
372/03	07/03	Aceptación de renuncia de funcionario
460/03	23/06	Autorización del gasto para alquiler de la nueva sede
655/03	21/08	Declaración de personal excedentario
678/03	29/08	Reiteración del gasto para alquiler de la nueva sede
675/03	29/08	Aceptación de renuncia de funcionario
787/03	07/10	Aceptación de renuncia de funcionario
921/03	11/11	Aceptación de renuncia de funcionario