

MINISTERIO DE TURISMO

I. Objetivos alcanzados

La política turística se dirigió a la aplicación de estrategias basadas en el concepto de desarrollo de "productos", como medio eficaz para transformar la oferta turística de nuestro país.

Esto permitió atacar los dos problemas endémicos que tenía el Turismo en el país: la estacionalidad y la dependencia de un mercado.

Uruguay presentaba en el año 2000 una excesiva dependencia del mercado argentino y también una marcada estacionalidad. El desarrollo de productos y subproductos, permite tener un turismo todo el año y propuestas para clientes de otros mercados. Las primeras acciones se enfocaron a la región, con clarísimos resultados positivos en el mercado chileno. Posteriormente, se focalizaron los esfuerzos en los turistas de extrarregión, sin descuidar los mercados ya captados. Surge así un importante incremento de visitantes norteamericanos, europeos y japoneses. El aumento constante año a año, en el número de cruceros, manifiesta el logro en la captación de nuevos mercados.

El mercado ideal del turismo se divide en cuatro sectores: 1) el de los propios uruguayos; 2) argentinos; 3) brasileños, paraguayos y chilenos y 4) resto del mundo. Se ha logrado establecer las bases para cumplir el objetivo de alcanzar dicho ideal.

Se trabajó en base a dos grandes grupos de proyectos. 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 estaba vinculado a objetivos generales relacionados a la actividad turística.

Los objetivos planteados fueron alcanzados. En especial, la importante promoción que se llevó a cabo en el exterior, fue posible gracias a una constante mejora en la gestión y una reducción sostenida en los gastos de funcionamiento básico (telefonía básica y celular, energía eléctrica, combustible, viáticos, locomoción, prensa, etc.) de esta Secretaría de Estado, que permitió volcar mayores montos a dicha promoción.

A. PROYECTOS VINCULADOS A LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS



a. Obras de cerramiento de la piscina de las Termas de Daymán

En convenio con la Intendencia Municipal de Salto, se construyó el cerramiento superior de piscinas en dichas Termas que cubrieron 551 m² con una estructura de madera laminada y cubierta de policarbonato alveolar. Las mismas constituyeron un importante aporte para fomentar el turismo termal fuera de temporada.



b. Construcción de baños y servicios en las Termas de Almirón

Conjuntamente con la Intendencia Municipal de Paysandú, se construyeron baterías de baños, servicios y vestuarios, resolviendo así una de las carencias más notorias de estas Termas.

c. Instalación de sistema de calentamiento de las aguas de las Termas de Almirón

En acuerdo con la Intendencia Municipal de Paysandú y la Dirección de Proyectos de Desarrollo (DIPRODE), se siguió con la mejora en la infraestructura y prestación de servicios en las Termas del Uruguay y se adquirió e instaló un sistema de recalentamiento del agua termal, ya que su temperatura no aseguraba un bien nivel de confort en los meses del invierno.

d. Proyecto Museo Horacio Quiroga

En convenio entre el Ministerio de Turismo y la Intendencia Municipal de Salto se realizaron obras de mantenimiento y reparación de las construcciones en mal estado de la casa quinta del escritor, a fin de destinar las mismas a la creación de un Museo. La superficie a refaccionar en esta primer etapa es de 364 m2.



a. Calera de las Huérfanas

b. Museo de la Revolución Industrial

a- Se financiaron las obras de reconstrucción tendientes a la recuperación de la Estancia de Belén (Calera de las Huérfanas) tanto en la Capilla como en los hornos. Dichos trabajos aseguran una acabada interpretación de este emblemático monumento.

A su vez, se está llevando a cabo una licitación para la explotación turística de todo el predio, a efectos de dotar al mismo de un mínimo de instalaciones e infraestructura de servicios para lograr un correcto recibimiento al turista.

b- Se realizaron obras de recuperación de este Museo de Fray Bentos, conformando así un importante atractivo de la ciudad.

c. Santa Lucía Romántica



Se elaboró un Plan de Revalorización Turística de la Ciudad de Santa Lucía. La primer etapa consistió en la creación y señalización de un circuito urbano y la recuperación del Jardín Botánico de la Quinta Capurro. Continuando con este plan, se recuperaron los edificios de la precitada Quinta, declarada Monumento Histórico Nacional, que albergan servicios de gastronomía, de recreación y de esparcimiento. Asimismo se reacondicionó totalmente el Centro de Información Turística de la ciudad y se promovió este destino turístico con un folleto describiendo los principales atractivos turísticos.

d. Casa Posta del Chuy



Se concluyeron las obras de refacción de este edificio declarado Monumento Histórico Nacional. Se recuperaron los techos de la vieja posta, se reconvirtió una construcción auxiliar de 200 m² para su utilización como parador o salón multiuso, servicios higiénicos, etc.

Conjuntamente con la Intendencia Municipal de Cerro Largo se está llevando a cabo una licitación pública para la explotación turística de este inmueble a efectos de dotarlo también de infraestructura de

alojamiento para lograr un completo servicio.

e. Museo del Canto Nacional

Se construyó en el Parque Rodó de la ciudad de Treinta y Tres. Este museo que fue inaugurado con motivo de la conmemoración de los 150 años de la creación del departamento.

f. Recreación de hechos históricos



Como una novedosa propuesta se llevaron a cabo una serie de recreaciones históricas con motivo de diferentes conmemoraciones. Entre ellas se destacan la toma a la Fortaleza de Santa Teresa en el departamento de Rocha y la Batalla de Sarandí en el departamento de Florida.

g. Estación de AFE



Se recicló la Estación de Trenes de San José y se realizó el acondicionamiento de su espacio exterior para conformar un parque de uso público. A través de un convenio firmado con la Intendencia Municipal de San José y el Ministerio de Industria, Energía y Minería (DINAPYME), mediante licitación, se realizaron las obras de refacción del edificio y de acondicionamiento lumínico del Parque. El destino de este inmueble será un centro de información al turista y locales para proyectos de desarrollo local.

h. Parque Rosedal de Reyles



Se reacondicionó totalmente este espacio logrando un uso público del parque y rosedal, convirtiéndolo en una cita obligada de cualquier visitante de Durazno. Se complementó este paseo con muestras y ventas de artesanías locales. Estos trabajos se llevaron a cabo mediante un convenio firmado con la Intendencia Municipal de Durazno.

i. 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.

j. Museo del Fútbol



En coordinación con la Asociación Uruguaya de Fútbol se llevaron a cabo las obras de readecuación y refuncionalización del Museo, ubicado en la Tribuna Olímpica del Estadio Centenario, mediante reformas edilicias y armado de su acervo según modernas técnicas museísticas.

Asimismo, se instaló un ascensor en la Torre de los Homenajes conformando en lo alto de la misma uno de los miradores más elevados de la ciudad. También se confeccionaron folletos explicativos y se integró este museo a los circuitos turísticos de la ciudad.

k. Exposición del télometro del Graf Spee



Se exhibió en las puertas de la sede central de este Ministerio el télometro de dicho acorazado que concitó la atención de turistas y del público en general.

La misma tuvo gran repercusión nacional e internacional.

l. La Cumparsita



Se llevó a cabo un proyecto de reivindicación del tango como valor cultural nacional, ejecutando movidas de concienciación sobre la autoría uruguaya de este tango reconocido mundialmente. Estos eventos se realizaron en la sede del Ministerio de Turismo, en la Plaza Gomensoro, en el Hipódromo de Maroñas y en el casco antiguo de Colonia del Sacramento. Todo este proyecto fue acompañado de material gráfico y explicativo como videos, libros y DVD.





a. Peatonal Curuguay

Se recuperaron las fachadas de los inmuebles de dicha peatonal, un atractivo turístico en una zona típica de nuestra capital. Se inauguró el árbol de la memoria con la instalación del primer tambor en homenaje a Marta Gularte, a un mes de su desaparición física. Se firmaron convenios con los vecinos de la peatonal para la pintura de las fachadas, se realizaron trabajos de reparación de albañilería y carpintería.

Se encuentra redactado el Convenio a firmar con JUNAE para los talleres de reconversión laboral.

b. Embajadores de Eventos y Convenciones

Se realizó en conjunto con la Asociación Uruguaya de Organizadores de Congresos, Ferias y Afines (A.U.D.O.C.A.) el proyecto denominado "Embajadores de Eventos y Convenciones". Se desarrollaron reuniones semanales con las principales Asociaciones de Profesionales, Agrupaciones, Cámaras, etc. a efectos de promocionar a Uruguay como sede de importantes congresos y convenciones. Para ello se otorgaron a todos sus miembros un kit de presentación de nuestro país.

c. Cuareim 1080

Se cofinanció la refacción del inmueble sito en Cuareim 1080, a efectos de crear un espacio multifuncional para revalorizar la cultura del barrio tan característico de la ciudad, donde existirá una academia y muestras de dicha cultura.





a. Llamados a expresiones de interés para la construcción de hoteles con casino



Se prosiguió con esta política iniciada a principios de esta gestión de promover la inversión en infraestructura turística. Para ello se publicaron una serie de llamados a expresiones de interés, entre los cuales se destaca el realizado para la construcción y explotación de un hotel cinco estrellas y casino en la zona comprendida entre los balnearios Punta del Diablo y La Esmeralda. En el mismo se presentaron propuestas serias y viables, que permitieron el llamado a licitación. Está en proceso, la concesión de este complejo turístico a un emprendimiento a construirse en el balneario La Esmeralda.

b. Plan de Excelencia de Punta del Diablo



Se ejecutaron las tareas convenidas para mitigar las situaciones adversas en el área. Se retiraron las construcciones, se procedió al llamado a Concurso Licitación para la construcción de la nueva feria de artesanos y los galpones de Pesca.

Después de haber concluida la primera etapa del mismo, se prosiguió con los retiros 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 conformaron la segunda etapa del Plan, que ha logrado la revalorización turística de

este balneario que se encontraba totalmente deteriorado y degradado. Se estima que en total se retiraron aproximadamente entre 60 construcciones en situación irregular, ubicadas en la primera línea de la costa.

También, se realizó la bituminización de los 5 km. del camino de acceso, se diseñó y colocó la cartelería turística en todo el balneario y la construcción de tres refugios para guardavidas.

c. Demolición del Centro del Espectáculo



En lo concerniente al cuidado del medio ambiente, se demolió mediante una implosión, este edificio ubicado en la parada 4 de Playa Mansa de Punta del Este, ya que el mismo estaba agrediendo y deteriorando la playa y, a su vez, presentaba signos de patologías provocadas por la socavación del agua de mar.

d. Llamado a licitación Hotel casino de Rocha

Se realizó el llamado a licitación pública para la construcción y explotación de un hotel de categoría 5 estrellas y casino en el departamento de Rocha entre los balnearios La Esmeralda y La Coronilla. A la fecha se aprobó una propuesta para la concreción de este emprendimiento en La Esmeralda con un proyecto que prevé la construcción de un hotel con 75 (setenta y cinco) habitaciones, bar, restaurante, locales comerciales, sala de convenciones, piscina cerrada y abierta, canchas de tenis, spa con sauna, jacuzzi o hidromasaje y sala de aparatos.

e. Construcción de plataformas de avistaje de cetáceos y aves marinas



Se realizó mediante un Concurso Licitación la construcción de nueve torres para avistaje de ballenas y aves marinas. Las mismas se instalaron en Punta Ballena, Punta del Chileno, Punta Salinas en el departamento de Maldonado y en Costa Azul, Punta del Diablo, Playa del Barco, Playa La Moza, Cerro Verde en Rocha. A su vez, se equiparon con cartelera alusiva y explicativa.

f. Amarras gratis



En acuerdo con la Dirección Nacional de Hidrografía del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, se promocionó con gran éxito, amarras gratis en los puertos deportivos en el mes de noviembre y diciembre, lo que trajo aparejado gran afluencia de turistas argentinos de alto poder adquisitivo.

g. Eventos de temporada



Una de las acciones estivales más destacadas se refiere a la presentación de importantes artistas nacionales que organizó esta Secretaría de Estado. El fin buscado perseguía la realización de eventos para el esparcimiento del turista y la atracción de la zona elegida en distintos puntos del país. En total se organizaron más de 20 espectáculos por temporada, que llegaron a reunir a más de 150.000 espectadores. Participaron los principales músicos nacionales destacándose, entre otros, las actuaciones de Jaime Ros y Ruben Rada.

h. Casa del Águila



Mediante licitación se recuperó totalmente este emblemático edificio que se encontraba en peligro de derrumbe. Se adquirió en el exterior gaviones especiales para detener la socavación que se había producido sobre la playa. Asimismo, se acondicionó lumínicamente la misma y quedó habilitada para su visita, siendo un atractivo obligado en la zona.

i. 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, servicios e infraestructura de las mismas.

j. Pabellón de Las Rosas

Conjuntamente con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas y la Intendencia Municipal de Maldonado se cofinanció las obras de recuperación del Pabellón de las Rosas (Auditorio de Piriápolis). Las mismas consisten en la sustitución total del cerramiento superior, recuperación de la fachada y reparación interna.

k. Recuperación urbanística de La Paloma



Posteriormente a las evaluaciones y los talleres realizados con los operadores y actores locales se procedió a 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.

I. Equipamiento de guardavidas

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

m. Concesión del Hotel Las Delicias

Se realizó un llamado a licitación para la concesión de la explotación del Hotel Las Delicias. Previamente se había realizado un llamado a expresiones de interés que marcaron ciertas pautas para el proceso licitatorio. A la fecha se encuentra en plena etapa de ampliación y remodelación y contará con restaurante, bar de playa, piscina abierta y cerrada, spa con sauna y masajes, etc.

n. Revalorización de Piriápolis

En acuerdo 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, la creación de seis circuitos turísticos con sus respectivos folletos ya editados y la pintura de más de 10.000 m² del pavimento de la rambla a fin de renovar dicho balneario.





a. Pesca en el Hum



Mediante Concurso Licitación Pública a Precio Fijo para la Gestión de Proyecto de pesca turístico-deportiva en el Río Negro, se adjudicaron los trabajos para realizar un proyecto donde el objetivo fundamental consistía en la Puesta en funcionamiento y ejecución de un Plan de Reconversión de la pesca en el Río Negro. Se desarrolló un producto de pesca turística que apuntaba a la reconversión de pescadores artesanales en guías de pesca. Esta importante experiencia de trabajo con la comunidad y de desarrollo local logró el involucramiento y la capacitación

de diez pescadores artesanales (70%) y 3 prestadores de servicios gastronómicos (100%).

Asimismo, se elaboró folletería para promover los atractivos ecoturísticos de la zona (pesca deportiva, observación de aves y reconocimiento de flora autóctona).

Este Plan fue complementado por distintas acciones como la adquisición de dos gomones Zodiac, que se han destinado a las Prefecturas de Villa Soriano y Las Cañas para actividades de servicio al turismo y control de pesca.

También se realizó el trazado de un circuito pedestre recorriendo atractivos ecoturísticos e histórico-culturales de la villa equipándolo de cartelería apropiada. Se colocaron ocho nuevas amarras en el muelle sobre el Río Negro para facilitar la permanencia en la villa de los turistas que acceden embarcados.

b. El Camino del Caballo y la Guitarra



Se realizó el lanzamiento del Circuito Turístico denominado "Camino del Caballo y la Guitarra" que vincula a los departamentos de Lavalleja, Cerro Largo y Treinta y Tres. Para ello se involucraron operadores turísticos que comercializarán dicha ruta. Se confeccionó folletería del mismo.

c. Desarrollo de Turismo de Caza



Se elaboró con la participación del Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca y operadores privados un proyecto de Ley de Aprovechamiento Cinegético de la Fauna Silvestre. Dicho proyecto fue presentado a la Comisión de Turismo de la Cámara de Representantes.

d. Llamados a expresiones de interés

- Isla de Lobos



Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés para la Explotación Turística de la Isla de Lobos, se recibió una propuesta entendiéndose que ameritaba la realización de un Llamado a Licitación. Se desestimó la realización del Llamado a Licitación por no lograrse un consenso con la Comunidad y los Organismos involucrados en referencia al reciclaje de la infraestructura existente para destinarla a Ecoalbergues lo que resultaba imprescindible para la viabilidad del proyecto.

- Isla de Flores

Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés para la Explotación Turística y se recibieron tres propuestas entendiéndose que ameritaba la realización de un Llamado a Licitación.

- Quebrada de los Cuervos



Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés para la Explotación Turística de la Quebrada de los Cuervos (predio de la Intendencia Municipal de Treinta y Tres). Se recibió una propuesta entendiéndose que ameritaba la realización de un Llamado a Licitación.

- Islas Collazo

Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés para la explotación turística de las Islas Collazo, a pesar de haber recibido innumerables intenciones no se recibieron propuestas.

- Isla Libertad

Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés para la explotación turística de la Isla Libertad y no se recibieron manifestaciones de interés.

- Isla del Padre

Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés y se recibió una propuesta entendiéndose que ameritaba la realización de un Llamado a Licitación.

- Parque Franklin D. Roosevelt

Se realizó el Llamado a Expresiones de Interés para la explotación turística de este Parque, pero no se recibieron propuestas viables y serias para la realización de un llamado a licitación.

- Predios aledaños a las Represas de Baygorria y Rincón del Bonete



Realizados los correspondientes llamados no se consideraron que las propuestas recibidas tuvieran la viabilidad suficiente para proseguir con el trámite.

e. Concurso y construcción del Parador del Penitente



Se construyó el parador y obras de infraestructura de servicios para la atención al turista en el futuro Parque del Salto del Penitente. El proyecto cuenta con un parador de 70 m², camping agreste, estacionamiento, servicios higiénicos y parqueización. Se le dotó de agua y energía eléctrica.

Mediante un llamado a concesión se adjudicó la explotación del mismo siendo, en la actualidad, uno de los puntos más visitados del departamento de Llaveja.

f. Ronda de Negocios

Como resultado del Primer Congreso Nacional de Ecoturismo se realizó una Ronda de Negocios donde participaron 76 empresas.

g. Ordenamiento de la oferta rural

Se racionalizó el régimen de aportaciones por leyes sociales para establecimientos de turismo rural (Art. 57 de la Ley 17.555 del 18/9/02).

h. Plan de revalorización de Villa Serrana



Se elaboró un Proyecto de Revalorización de aspectos intrínsecos de la identidad nacional del Proyecto del Arquitecto uruguayo Julio Vilamajó y su atractivo turístico. El Estudio fue realizado en conjunto con técnicos de la Facultad de Arquitectura (Instituto de Historia). Como parte de este proyecto se redactó una Ordenanza de Emergencia que se encuentra a estudio en la Junta Departamental de Lavalleja.

i. Construcción de plataformas de observación de aves



Se realizó un Concurso - Licitación a precio fijo para la construcción de miradores de aves, del mismo resultó la adjudicación para la construcción de 13 plataformas. Estas están ubicadas en el Parque Lecocq (Montevideo), Guazuvirá (Canelones), Balneario Solís (Canelones), Laguna de Rocha, Bosque de Ombúes, Parque Santa Teresa, Bañado de los Indios y Parque San Miguel en Rocha, Garzal "Da Fonseca" (Treinta y Tres), Ismael Cortinas (Flores), Carmelo (Colonia), "Los Naranjos" (Paysandú) y en el Parque

Indígena (Maldonado).

j. Congresos Nacionales de Ecoturismo



En el marco de los festejos del año Internacional del Ecoturismo 2002 se desarrolló el Primer Congreso Nacional de Ecoturismo en La Paloma, Rocha. Dada la importante participación e interés manifestado en esta ocasión, se realizaron el 2º y 3º Congreso Nacional en el año 2003 en Nueva Helvecia, Colonia y 2004 en Piriápolis, Maldonado.

Los tres eventos se desarrollaron en tres jornadas de trabajo con la participación de disertantes expertos nacionales y extranjeros y más de 500 participantes en cada evento.

k. 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.

I. Caracterización de establecimientos rurales.

Se creó y se reglamentó la Prestación de Servicios Turísticos Rurales (Decreto N° 371 del 30/9/02) en las que se realiza una caracterización de la oferta. Se generó un registro en el Ministerio de Turismo y a la fecha se encuentran inscriptos 68 Establecimientos Turísticos Rurales.



m. Avistaje de Ballenas



Se reglamentó la actividad de avistajes de cetáceos embarcados Turísticos (Decreto N° 261 del 10/7/2002 - MGAP, MVOTMA, MDN y MT). Se generó un registro en el Ministerio de Turismo de Prestadores Turísticos Para la Observación de Cetáceos, en el cual se encuentran inscriptas ocho empresas.

B. PROYECTOS GENERALES

1. Señalización turística

Desde el principio de la gestión, se brindó una especial atención a la señalización de atractivos turísticos en nuestras Rutas Nacionales. Es así, que se realizó un relevamiento total de la cartelería faltante y en mal estado y en conjunto con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, se colocaron más de 280 carteles.

Señalización de rutas

Atractivos en rutas nacionales

| ATRACTIVO | UBICACIÓN KM. | ATRACTIVO | UBICACIÓN KM. |
|----------------------------|--------------------|------------------------------------|---------------------------|
| RUTA 1 | | RUTA 5 | |
| BALNEARIO KIYÚ | 62,0 | PASO SEVERINO | 74,0 |
| PUERTO ARAZATÍ | 73,0 | PARQUE ROBAINA | 99,0 |
| BOCA DEL CUFRÉ | 101,0 | CAMPAMENTO EJÉRCITO ARTIGUISTA | |
| CADENA DE PLAYAS | 118,0 | CAMPAMENTO EJÉRCITO DEL LIBERTADOR | |
| PUNTAS DEL ROSARIO | | MOLINO HIDRÁULICO | |
| PARAJE MINUANO | 139,0 | PARQUE DE LA HISPANIDAD | 180,5 |
| CADENA DE BALNEARIOS | 154,0 | ZOOLOGICO | 181,5 |
| EMBARCADERO DE YATES | 166,0 | REPRESA BAYGORRIA | 222,5 |
| RUTA 2 | | REPRESA RINCÓN DEL BONETE | 254,5 |
| MURALES DE ROSARIO | 131,0 | TERMAS DEL ALMIRÓN | 266,5 |
| MONOLITO BATALLA DE RINCÓN | 286,0 | BALNEARIO SAN GREGORIO DE POLANCO | 307,0 |
| LAS CAÑAS | 307,0 | CHORRO DE AGUA FRÍA | 348,0 |
| RUTA 3 | | CERRO BATOVÍ | 368,0 |
| PICADA DE VARELA | 94,0 | MUSEO CARLOS GARDEL | 385,0 |
| GRUPO ESCULTÓRICO | 95,0 | ZOO. MUNICIPAL | 392,0 |
| RESERVA DE FLORA Y FAUNA | 183,0 | REPRESA CUÑAPIRÚ | 428,0 |
| GRUTAS DE PALACIO | 194,0 | CERRO LUNAREJO | 458,0 |
| CASCADA DE RÍO QUEGUAY | 397,0 | CERRO CUÑAPIRÚ | Intersección R. 5 y R. 29 |
| TERMAS GUAVIYÚ | 442,0 | LAGUNA DE LAS LAVANDERAS | Salida Tacuerembó |
| MESETA DE ARTIGAS | 463,0 | RUTA 7 | |
| GRUTA PADRE PÍO | 485 (A 3 Km. ruta) | LA AZÓTEA DE JUAN A. MARTÍNEZ | 382,0 |
| TERMAS DEL DAYMÁN | 486,0 | ESTANCIA DEL CORDOBÉS | 315,0 |
| REPRESA SALTO GRANDE | 500,0 | CUEVA DE LA TIGRA | 366 (Aprox.) |
| PARQUE DEL LAGO | 500,0 | RUTA 8 | |
| TERMAS ARAPEY | 555,0 | PARQUE SALUS | 110,0 |
| RUTA 5 | | FUENTE DEL PUMA | 110,0 |
| MUSEO ARQUEOLÓGICO | 45,0 | CERRO DEL VERDÓN | 114,0 |
| PARQUE GENERAL ARTIGAS | 45,0 | VILLA SERRANA | 123,0 |
| LAGO CANELÓN GRANDE | 53,0 | MINAS DE ORO EN CAMPANERO | 123,5 |
| REPRESA CANELÓN GRANDE | 54,0 | SALTO DE AGUA DEL PENITENTE | 124,0 |
| LAGO CANELÓN CHICO | 65,0 | VILLA SERRANA | 145,0 |

| ATRACTIVO | UBICACIÓN KM. |
|-----------------------------------|---------------------|
| RUTA 8 | |
| LAGUNA DEL CERRÓ | 280,05 |
| CERRÓ AREQUITA | |
| CERRÓ DEL CUERVO | |
| REPRESA DE OSE | |
| RÍO OLIMAR | 283,4 |
| POLA QUEMADA-CEBOLLATÍ(SOBRE R.7) | 285,0 |
| QUEBRADA DE LOS CUERVOS | 304,5 |
| QUEBRADA DE LA TEJA | 307,0 |
| MIRADOR PANORAMICO | 375,0 |
| RUTA 9 | |
| MUSEO DEL SIGLO XX | 123,0 |
| FARO JOSÉ IGNACIO | 161,0 |
| LAGUNA GARZÓN | 179,0 |
| LA ISLA DE LOS CEIBOS | 231,0 |
| BALSA CRUCE LAGUNA GARZÓN | 187,0 |
| BOSQUE DE OMBÚES | 249,0 |
| MUSEO DEL INDIÓ | 257,0 |
| LOS CORRALES DE PALMA | 41 (De Castillos) |
| PARQUE SANTA TERESA | 302,0 |
| FORTALEZA SANTA TERESA | 305,0 |
| PÓTRERILLO DE SANTA TERESA | 305,0 |
| RUTA 10 | |
| PARQUE MANCERO | Ciudad |
| CLUB HÍPICO | Ciudad P. del Este |
| RUTA 11 | |
| PARROQUIA DEL CRISTÓ OBRERO | 161 (de R. 1) |
| PARQUE DE SANTA LUCÍA | 60,0 |
| AZÓTEA SANTIAGO RODRÍGUEZ | 65 (acceso a R. 45) |
| MONUMENTO BATALLA DE CAGANCHA | 71,0 |
| RUTA 12 | |
| MINA DE VALENCIA | 350,5 |
| RUTA 14 | |
| COMPLEJO TURÍSTICO PALMAR | 59,0 |
| CERRÓ NAVARRO | 80,0 |
| GRUTAS DEL PALACIO | 234,0 |
| GRUTAS DE LA VIRGEN DE LUJÁN | 235,0 |
| RUTA 17 | |
| LA CHARQUEADA | 54,0 |
| MONTE GALERÍA RIBEREÑO | 15 km Charqueada |

| ATRACTIVO | UBICACIÓN KM. |
|--|------------------------|
| RUTA 19 | |
| FUERTE DE SAN MIGUEL | 8,5 |
| MUSEO DEL UNIFORME | 8,5 |
| SALTO DE AGUA – CERRÓ CHATÓ | Intersección R. 7 y 19 |
| RUTA 23 | |
| SIERRA DE MAHOMA | 126,0 |
| RUTA 24 | |
| NUEVO BERLÍN – PLAYA SAUZAL | 20,5 |
| SAN JAVIER - PUERTO VIEJO | 65,0 |
| RUINAS SALADERO BOPICUÁ | 16 Km. de F. Bentos |
| RUTA 25 | |
| MUSEO DEL CAMPO | 2,0 |
| RUTA 26 | |
| POSTA DEL CHUY Y PUENTE DEL CHUY | 12 Km. de Melo |
| PUENTE INTERNACIONAL MAUÁ | Río Branco |
| RUTA 29 | |
| REPRESA CUÑAPIRÚ | 10,0 |
| RUINAS ESTANCIA STA. ERNESTINA | 14,0 |
| CERRÓ CUÑAPIRÚ | Intersección R. 5 y 29 |
| RUTA 30 | |
| ZONA CERRÓS | 233,0 |
| BAJADA DE PENA | 233,5 / 235 |
| BATALLA DEL CATALÁN | 56 Km. Artigas |
| VESTIGIOS DEL HOMBRE CATALINENSE | 50 Km. Artigas |
| ZONA DEL PINTADO | |
| ESTANCIA BALTASAR BRUM | |
| OBELISCO DE GRANITO ITACUMBÚ | Intersección Ruta 3 |
| RUTA 37 | |
| CASCADA | 1,0 |
| CASTILLO PIRIA | 4,5 |
| RESERVORIO DE FAUNA | 6,0 |
| ZOOLOGICO | 6,0 |
| RUTA 43 | |
| SAN GREGORIO | 58,0 |
| RUTA 46 | |
| PLANTA POTABILIZADORA AGUAS CORRIENTES | 59,5 |
| RUTA 47 | |
| PARADOR TAJES | 53,0 |
| RUTA 55 | |
| COMPLEJO TURÍSTICO PALMAR | 16,0 |

| ATRACTIVO | UBICACIÓN KM. |
|-------------------------------|---------------------------|
| RUTA 60 | |
| CANTERA DEL REY | 28,0 |
| CERRO ARTIGAS | Ciudad |
| VERTIENTE DEL ÁGUILA | 32,0 |
| ESTANCIA PEÑA BLANCA | 43,0 |
| SIERRA DE LAS ÁNIMAS | Intersección R. 60 y R. 9 |
| RUTA 64 | |
| GRUTA DE LOURDES | 49,0 |
| RUTA 90 | |
| TERMAS DE ALMIRÓN | 84,0 |
| RUTA 108 | |
| CANTERAS | |
| LOS HORNOS MÁS GRANDES | |
| BARRIGA NEGRA – POLANCO | |
| RUTA EX 3 | |
| GRUTAS DEL PALACIO | |
| RUTA INTERBALNEARIA | |
| AERÓPUERTO DE CARRASCO | 18,0 |
| AUTÓDROMO VÍCTOR BÓRRATFABINI | 33,0 |
| CASA DEL ÁGUILA | 44,5 |
| PÓZOS AZULES (Nota 3) | 86,0 |
| SIERRA DE LAS ÁNIMAS | Intesección R. 9 y R. 1B |
| CERRO PAN DE AZÚCAR | Intersección R. 9 y R. 37 |
| AERÓPUERTO | 113,0 |
| ARBÖRETTUM LUSSICH (Nota 4) | |
| SIERRA DE LA BALLENA | |
| MUSEO TALLER CASA PUEBLO | |
| GRUTAS DE LA BALLENA | |

Total de carteles 140 x 2 = 280 carteles

Asimismo, se colocaron carteles por zonas, en lo que se llamó el Proyecto de Señalización por Zonas:

- Bella Unión
- Puente Represa Salto Grande
- Puente Paysandú – Colón (Puente Internacional General Artigas):
- Puente Fray Bentos – Puerto Unzué (Puente Libertador General San Martín):
- Colonia
- Chuy
- Río Branco
- Aceguá
- Rivera Livramento

Merece destacarse los proyectos de señalización en importantes puntos turísticos del país, los mismos incluyen cartelera con información turística, de calles, de ubicación, de atractivos, etc. Entre estos caben señalar:

- a. Parque Santa Teresa
- b. Parque Anchorena
- c. Villa Serrana
- d. Piriápolis

2. Pasos de Fronteras

Se trabajó junto con los Ministerios de Relaciones Exteriores e Interior en la facilitación de los trámites migratorios. Se firmaron convenios con la República Argentina para facilitar el ingreso de los turistas de dicho país.



3. Mejoramiento en las terminales de pasajeros

Junto con la Administración Nacional de Puertos se trabajó en una isla de servicios en el puerto de Montevideo, la que fue inaugurada previo a la temporada de cruceros.

4. Trámites de embarcaciones deportivas

Se firmó un convenio con la Armada Nacional para la facilitación de los trámites de las embarcaciones deportivas que ingresan al Uruguay. Se realizó y se puso en funcionamiento un portal para reservas on – line y el Ministerio de Turismo adquirió el software y hardware correspondientes para la instrumentación de la misma, el que fue entregado a la Armada.

5. Actividades vinculadas al Aeropuerto Internacional de Carrasco

Se mejoró la atención del turista en la terminal aérea, procediendo a reubicar las máquinas de control de Rayos X y colaborando en la prohibición del ingreso de maleteros al interior de la sala de arribos del Aeropuerto.

6. Promoción del país

a. Marca País

Se trabajó en la creación de la marca “Uruguay Natural”, su logotipo y un plan de aplicación. A dichos efectos se realizó un relevamiento de opiniones entre más de 150 formadores de opinión. Creada dicha marca, se realizó un plan de ejecución que consistió en tratar de posicionar y 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 cambió la dirección de la página web a www.uruguaynatural.com para mayor facilidad de acceso. Asimismo, se colocaron mástiles y banderas en varias rutas turísticas del país, se lanzaron sellos con la marca, etc.



b. Ferias en el exterior

Durante todo el período se mantuvo la política de participar en aquellas ferias y eventos en el exterior que puedan deparar resultados positivos desde el punto de vista comercial.

AÑO 2000

En este primer año se realizó una gira promocional por el litoral argentino, y se participó de ferias internacionales ya establecidas en el calendario año a año, con la salvedad de ITB.

El Ministerio de Turismo y la Cámara Uruguaya de Turismo, en un primer acercamiento de trabajo en conjunto, firmaron convenios para participar en las siguientes ferias: ABAV, FIT, GRAMADO, WORLD TRAVEL MARKET.

- **WORLD TRAVEL MARKET**

Lugar: Londres, Reino Unido.

Fecha: Noviembre

Duración: 4 días

Participantes: 10

Total de expositores: 5.200.

Visitantes Profesionales: 25.000.

Participan: 180 países.

- **FIT - Feria Internacional de Turismo**

Lugar: Buenos Aires, Argentina

Fecha: Octubre

Duración: 4 días

Participantes: 46

Visitantes: 946 Agentes de Viajes y Operadores Turísticos

- **FITUR – Feria Internacional de Turismo de Madrid.**

Lugar : Madrid, España.

Fecha : Enero

Duración: 4 días

Total de expositores: 11.000

Visitantes profesionales: 97.570

Participan: 170 países

AÑO 2001

En este año, se trabajó en forma más intensa y en una estrecha colaboración y participación entre el Ministerio de Turismo y la Cámara Uruguaya de Turismo. Se implementaron reuniones semanales abiertas a toda la actividad turística, donde se resolvió un calendario de salidas promocionales, organizándolo entre todos, teniendo en cuenta las diversas opiniones e intereses.

En este año se comienza a trabajar con el concepto de URUGUAY PAIS NATURAL y se institucionalizan los stands en cada feria que se participa, a los efectos de lograr una presencia definida del país en todas las ferias, asociándolo con los colores azul, amarillo y blanco.

En este nuevo año, se cobró la participación de cada privado en toda salida, en el entendido que el pago debería ser equivalente, en el monto total, a la mitad del presupuesto que cada salida promocional requiriese; siendo responsabilidad del Ministerio de Turismo la mitad restante.

Esta nueva política de trabajo fue positivamente aceptada tanto por el sector privado, como por las diferentes Intendencias que participaban, ya que todos se vieron directamente involucrados en la toma de decisiones y en las responsabilidades consiguientes, lo que trajo aparejado un consenso a nivel nacional y una conciencia de país para el trabajo en conjunto y la promoción en el exterior.

A partir de este año se decidió participar en una de las principales ferias turísticas a nivel mundial, como lo es la ITB Berlín y también en ACHMART buscando captar el mercado chileno.

- **WORLD TRAVEL MARKET**

Lugar: Londres, Reino Unido.

Fecha: Noviembre

Duración: 4 días

Participantes: 10

Total de expositores: 5.200 (promedio anual).

Visitantes Profesionales: 25.000 (promedio anual).

Participan: 180 países.

- **FIT - Feria Internacional de Turismo**

Lugar: Buenos Aires, Argentina

Fecha: Octubre

Duración: 4 días

Participantes: 32

Visitantes: 459 Agentes de Viajes
y Operadores Turísticos

- **ITB Berlín – Internationale Tourismus Börse.**

Lugar: Berlín, Alemania.

Fecha : Marzo

Duración : 5 días

Participantes: 4

Total de expositores: 13.000 (promedio anual).

Visitantes Profesionales: 70.000 (promedio anual).

Participan: 190 países

- FITUR – Feria Internacional de Turismo de Madrid.

Lugar : Madrid, España.

Fecha : Enero

Duración: 4 días

Participantes: 4

Total de expositores: 11.000 (promedio anual)

Visitantes profesionales: 97.570 (promedio anual)

Participan: 170 países

- ACHMART

Lugar: Santiago de Chile

Fecha: Noviembre

Duración: 2 días

Participantes: 10

Visitantes: 336 Agentes de viajes

y operadores turísticos

AÑO 2002

Ante la profunda crisis que se vivió en la región, el sector turístico se vio notablemente afectado, dado que el principal mercado emisor para nuestro país, Argentina, se sumió en una crisis total. Igualmente se cumplió con el calendario establecido de ferias

- WORLD TRAVEL MARKET

Lugar: Londres, Reino Unido.

Fecha: Noviembre

Duración: 4 días

Participantes: 10

Total de expositores: 5.200

Visitantes Profesionales: 25.000

Participan: 180 países.



- FIT - Feria Internacional de Turismo

Lugar: Buenos Aires, Argentina

Fecha: Octubre

Duración: 4 días

Participantes: 49

Visitantes: 635 Agentes de Viajes

y Operadores Turísticos



- ITB Berlín – Internationale Tourismus Börse.

Lugar: Berlín, Alemania.

Fecha : Marzo

Duración : 5 días

Participantes: 4

Total de expositores: 13.000

Visitantes Profesionales: 70.000

Participan: 190 países

- FITUR – Feria Internacional de Turismo de Madrid.

Lugar : Madrid, España.

Fecha : Enero

Duración: 4 días

Participantes: 4

Total de expositores: 11.000 (promedio anual)

Visitantes profesionales: 97.570 (promedio anual)

Participan: 170 países

- ACHMART

Lugar: Santiago de Chile

Fecha: Noviembre

Duración: 2 días

Participantes: 10

Visitantes: 339 Agentes de viajes
y operadores turísticos

AÑO 2003

Nuevamente el Ministerio de Turismo y la Cámara Uruguaya de Turismo trabajan en conjunto en el calendario de ferias internacionales. Este año se decide la participación a la Feria de Lima, Perú.

Se integra un nuevo concepto a las presentaciones, en donde se busca la contratación de empresas de convocatoria en cada lugar a visitar.



- WORLD TRAVEL MARKET

Lugar: Londres, Reino Unido.

Fecha: Noviembre

Duración: 4 días

Participantes: 10

Total de expositores: 5.200

Visitantes Profesionales: 25.000

Participan: 180 países.

- FIT - Feria Internacional de Turismo

Lugar: Buenos Aires, Argentina

Fecha: Octubre

Duración: 4 días

Participantes: 19

Visitantes: 937 Agentes de Viajes
y Operadores Turísticos

- ITB Berlín – Internationale Tourismus Börse.

Lugar: Berlín, Alemania.

Fecha : Marzo

Duración : 5 días

Participantes: 4

Total de expositores: 13.000

Visitantes Profesionales: 70.000

Participan: 190 países

- FITUR – Feria Internacional de Turismo de Madrid.

Lugar : Madrid, España.

Fecha : Enero

Duración: 4 días

Participantes: 4

Total de expositores: 11.000 (promedio anual)

Visitantes profesionales: 97.570 (promedio anual)

Participan: 170 países

- SUDAMÉRICA PARA SUDAMERICANOS

Lugar: Lima, Perú

Fecha: agosto

Duración: 2 días

Participantes: 7

Visitantes: 382 Agentes de viajes
y operadores turísticos

- ACHMART

Lugar: Santiago de Chile

Fecha: Noviembre

Duración: 2 días

Participantes: 12

Visitantes: 204 Agentes de viajes
y operadores turísticos

AÑO 2004

Este año marcó un gran destaque de las diferentes zonas de Uruguay en una promoción profesional e independiente al Ministerio de Turismo, pero siempre en conjunto y coordinación.

Prueba de ello son los 660 mts² con los que Uruguay contaba en la FIT, donde Intendencias como Canelones, Colonia, Maldonado, Montevideo y Salto, muchas de ellas por primera vez, tenían stands independientes al del Ministerio de Turismo. Las empresas Barceló Hotels & Resorts, UAIR, Pluna, Conrad, y Buquebús, también se juntaron a esa gran zona de Uruguay, lo que hizo marcar una distinguida presencia en el principal mercado emisor de nuestros visitantes.

Por primera vez se asistió institucionalmente a promocionar Uruguay Natural al mercado mexicano, participando de la segunda edición de la EMT, con importantes resultados.

- WORLD TRAVEL MARKET



Lugar: Londres, Reino Unido.
Fecha: Noviembre
Duración: 4 días
Participantes: 10
Total de expositores: 5.200
Visitantes Profesionales: 25.000
Participan: 180 países.

- FIT - Feria Internacional de Turismo



Lugar: Buenos Aires, Argentina
Fecha: Noviembre
Duración: 3 días
Participantes: 37
Visitantes: 937 Agentes de Viajes
y Operadores Turísticos

- ITB Berlín – Internationale Tourismus Börse.



Lugar: Berlín, Alemania.
 Fecha : Marzo
 Duración : 5 días
 Participantes: 4
 Total de expositores: 13.000
 Visitantes Profesionales: 70.000
 Participan: 190 países

- FITUR – Feria Internacional de Turismo de Madrid.



Lugar : Madrid, España.
 Fecha : Enero
 Duración: 4 días
 Participantes: 4
 Total de expositores: 11.000 (promedio anual)
 Visitantes profesionales: 97.570 (promedio anual)
 Participan: 170 países

- EMT

Lugar: México
 Fecha: agosto
 Duración: 3 días
 Participantes: 11
 Visitantes: 94 Agentes de viajes
 y operadores turísticos

- ABAV

Lugar: Río de Janeiro, Brasil
 Fecha: octubre
 Duración: 3 días
 Participantes: 15
 Visitantes: 258 Agentes de viajes
 y operadores turísticos

- ACHMART

Lugar: Santiago de Chile
 Fecha: Noviembre
 Duración: 2 días
 Participantes: 16
 Visitantes: 184 Agentes de viajes

y operadores turísticos

c. Salidas promocionales y Work Shops

AÑO 2000

El Ministerio de Turismo y la Cámara Uruguaya de Turismo realizaron conjuntamente una gira, participando en los work shops ACAV (Asociación Cordobesa de Agencias de Viajes y ASEAVYT (Asociación Santa Fe y Entrerriana de Agencias y Viajes y Turismo). La delegación estaba formada por 19 operadores turísticos.

En cada ciudad se organizaron rondas de negocios y almuerzos de trabajo, así como promociones directas al público en los centros comerciales de las ciudades de Córdoba y Rosario.

AÑO 2001

Se trabaja en forma más intensa con la Cámara Uruguaya de Turismo y se comienza a trabajar con el nuevo concepto de URUGUAY PAÍS NATURAL y se institucionalizan los stands en cada feria que se participa, a los efectos de lograr una presencia definida del país en todas las ferias y eventos, asociándolo con los colores azul, amarillo y blanco.

| |
|---|
| SANTIAGO DE CHILE: 14 DE MAYO |
| Participantes: 53 Sede: Hotel Radisson Santiago de Chile Asistentes: 84 personas del ambiente turístico de Santiago de Chile, a lo que se suma los miembros de la prensa y de asociaciones vinculadas al turismo. |
| ABIH (GRAMADO): FERIA Y CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN BRASILEÑA DE LA INDUSTRIA HOTELERA. 16 AL 19 DE MAYO. |
| La organización otorgó sin cargo alguno a la Cámara Uruguaya de Turismo un stand para la difusión de Uruguay. A tales efectos el Ministerio de Turismo apoyó este evento otorgando material para la difusión, así como para la decoración del stand de referencia. Participantes: 3 asociaciones |
| ASUNCION. 1º DE AGOSTO |
| Participantes: 23 Sede: Hotel Exelsior, Asunción Asistentes: 86 personas pertenecientes al medio turístico guaraní, así como medios de prensa varios y autoridades turísticas locales. |

| |
|--|
| PORTO ALEGRE: 21 DE AGOSTO |
| Participantes: 35 Sede: Hotel Plaza San Rafael Asistentes: 167 personas del ambiente turístico de Porto Alegre y medios de prensa. |
| SAN PABLO: 23 DE AGOSTO |
| Participantes: 35 Sede: Círculo Italiano Asistentes: 254 personas del ambiente turístico de San Pablo. |

AÑO 2002

En este año, se cumplió con el calendario establecido de ferias y solamente se realizaron dos viajes promocionales, al litoral argentino junto con Buenos Aires y a Asunción, con el fin de marcar presencia.

También en este año, se volvió a aplicar en todas las salidas promocionales la MARCA PAÍS, con la leyenda incorporada de URUGUAY NATURAL.

| | |
|---|---|
| SANTA FE – ROSARIO – BUENOS AIRES: 2 AL 4 DE JULIO. | |
| Participantes: 13 Sede: Hotel Castellar, Santa Fe Visitantes: 24 visitantes del ámbito turístico y de prensa en general. | |
| Participantes: 13 Sede: Hotel Presidente, Rosario Visitantes: 46 visitantes del ámbito turístico y de prensa en general. Se hicieron visitas a medios de prensa donde se dieron varias entrevistas. | |
| Participantes: 13 Sede: Embajada del Uruguay Visitantes: 40 visitantes del ámbito turístico y de prensa en general. | |
| | ASUNCIÓN: 31 DE OCTUBRE |
| | Participantes: 13 Sede: Hotel Excelsior, Asunción Asistentes: 78 personas pertenecientes al gremio privado de turismo guaraní, varios representantes de prensa, así como representantes del gobierno. |

AÑO 2003

Considerando la crisis regional vivida se reorganizó un calendario de salidas promocionales, con el fin marcar presencia en los mercados que Uruguay necesita para volver a tener los índices de visitantes registrados en años anteriores.

Así, nuevamente el Ministerio de Turismo y la Cámara Uruguaya de Turismo trabajan en conjunto en dicho calendario y en las salidas pautadas. Se integra un nuevo concepto a las presentaciones, que son el hecho de contratación de empresas de convocatoria en cada lugar a visitar, y el brindar seminarios del destino Uruguay Natural en cada una de las presentaciones.

| | |
|---|--|
| RÍO DE JANEIRO – SAN PABLO – CURITIBA: 28, 29 Y 31 DE JULIO | |
| Empresas Participantes: 17 Sede: Copacabana Othon Palace Hotel, Río de Janeiro Visitantes: 74 personas vinculadas al turismo. | |
| Sede: Hilton Hotel, San Pablo Visitantes: 79 personas vinculadas al turismo | |
| Sede: Hotel Crayón, Curitiba Visitantes: 82 personas vinculadas al turismo | |
| SANTIAGO DE CHILE – 12 DE AGOSTO Se organiza en común acuerdo con la Empresa Lan Chile | |
| Empresas Participantes: 14 Sede: Hotel Radisson Santiago Visitantes: 57 visitantes vinculados al turismo | |
| | LIMA: 14 DE AGOSTO |
| | Empresas Participantes: 7 Sede: Sol de Oro Apart Hotel, Lima Visitantes: 25 |
| | PARANÁ: 11 DE SETIEMBRE |
| | Empresas Participantes: 12 Sede: Hotel Mayorazo Visitantes: 10 empresas |
| | SANTA FE: 11 DE SETIEMBRE |
| | Empresas Participantes: 12 Sede: Hotel Castellar Visitantes: 24 personas agentes de viajes, operadores y medios prensa |

| |
|--|
| ROSARIO: 12, 13 Y 14 DE SETIEMBRE |
| Empresas Participantes: 12 Sede: Hotel Riviera / Shopping del Siglo, Peatonal Visitantes: 58 personas agentes de viajes / operadores, 70 personas de medios de prensa. |
| RÍO GRANDE: 23 DE SETIEMBRE |
| Empresas Participantes: 13 Sede: Hotel Villa Moura Visitantes: 7 empresas |
| PORTO ALEGRE: 24 DE SETIEMBRE |
| Empresas Participantes: 18 Sede: Hotel Plaza San Rafael Visitantes: 84 empresas visitantes |
| PELOTAS: 25 DE SETIEMBRE |
| Empresas Participantes: 7 Visitantes: 8 empresas visitantes |
| CÓRDOBA: 29 DE OCTUBRE |
| Empresas Participantes: 27 Sede: Córdoba Plaza Hotel Visitantes: 46 agentes de viajes y operadores. |

AÑO 2004

| |
|--|
| PORTO ALEGRE: 17 DE MARZO |
| EMPRESAS PARTICIPANTES: 10 Sede: Hotel Plaza San Rafael Visitantes: 102 personas vinculadas a la industria turística. |
| ROSARIO: 23 DE MARZO |
| Empresas Participantes: 14 Sede: Hotel Riviera Visitantes: 81 personas de turismo y 30 personas de prensa. |
| SANTA FE: 24 DE MARZO |
| Empresas Participantes: 14 Sede: Hotel Castelar Visitantes: 14 personas de turismo y 10 personas de prensa. |
| CÓRDOBA: 25 DE MARZO |
| Empresas Participantes: 14 Sede: Córdoba Plaza Hotel Visitantes: 31 personas de turismo |
| SAN PABLO: 04 DE MAYO |
| Empresas Participantes: 14 Sede: Hotel Intercontinental Visitantes: 101 personas de turismo |
| RÍO DE JANEIRO: 06 DE MAYO |
| Empresas Participantes: 12 Sede: Espacio Firjan Visitantes: 83 personas de turismo. |

| |
|--|
| BUENOS AIRES: 08 DE JUNIO |
| Empresas Participantes: 16 Sede: Hotel Claridge Visitantes: 113 personas de turismo y 15 personas de prensa. |
| CURITIBA: 15 DE JUNIO |
| Empresas Participantes: 13 Sede: Hotel Rayón Visitantes: 45 personas de turismo |
| BLUMENAU: 16 DE JUNIO |
| Empresas Participantes: 11 Sede: Plaza Blumenau Visitantes: 21 personas de turismo |
| FLORIANÓPOLIS: 16 DE JUNIO |
| Empresas Participantes: 10 SEDE: Hotel Porto da Ilha Empresas Participantes: 10 Visitantes: 42 personas de turismo. |
| PÓRTO ALEGRE: 17 DE JUNIO |
| Empresas Participantes: 21 Sede: Hotel Plaza San Rafael Visitantes: 180 personas de turismo, 260 personas en general. |
| SANTIAGO DE CHILE: 03 DE AGOSTO |
| Empresas Participantes: 20 Sede: Radisson Santiago Visitantes: 94 personas vinculadas al turismo. |
| BUENOS AIRES: 08 DE SETIEMBRE |
| Empresas Participantes: 22 Sede: Hotel Claridge Visitantes: 103 personas de turismo y 24 personas de prensa |
| ASUNCIÓN: 13 DE OCTUBRE |
| Empresas Participantes: 10 Sede: Hotel Excelsior Visitantes: 135 personas entre turismo y prensa |

e. Fam Tours y Presstrips

| | |
|---|---|
| AÑO 2000 | Abril |
| Enero | Presstrip al periodista Británico – Sr. Sam Hutt del diario "The Guardian" de Londres. Recorrido: Montevideo, Punta del Este y Rocha. |
| Tour para Grupo de Técnicos de Ericsson (Suecia). Recorrido: circuito este. | Famtour de Estados Unidos de American Airlines, para dueños y directores de Agencias de Viajes de distintos Estados. Recorrido: Montevideo, Punta del Este. |
| Febrero | Mayo |
| Visita de Técnicos de Turismo Rural (Holanda). Recorrido: Estancias Turísticas y Punta del Este. | Famtour de Estados Unidos y Canadá para directores y representantes de Agencias de Viajes de diferentes Estados. Recorrido: Montevideo, Punta del Este. |
| II Festival de Cine del Mercosur- P. del Este. | Presstrip para Canal 3 T.V. Francesa para el Programa de Turismo "Un Livre, Un Jour". |
| Tour para Policía Técnica – Punta del Este. | |
| Marzo | |
| Tour con integrantes del Seminario de Impositiva. Recorrido: City Tour de Montevideo y circuito del Este. | |

| | |
|---|--|
| | Noviembre |
| Setiembre | Presstrip de Chile del Diario "El Mercurio". |
| Famtour de Estados Unidos de American Airlines para representantes de Agencias de Viajes de distintos Estados. Recorrido: Montevideo, Punta del Este, Colonia y Estancia "San Pedro de Timote". | Famtour de Chile para doce Agentes de Viajes. Recorrido: Punta del Este y Montevideo. |
| Presstrip para la Televisión de Brasil, Canal RBS de Brasil, Programa "Patrolando O Conesul". Recorrido: Punta del Este y Rocha. | Presstrip para el Touring Club de Milano. Recorrido: Piriápolis, Punta del Este, Rocha, Colonia y Montevideo. |
| Octubre | Presstrip para la TV Rede Bandeirantes de Brasil, Programa "Olho da Pesca". Recorrido: Canelones, Maldonado, Colonia y Montevideo. |
| Presstrip para el "Buenos Aires Herald". Recorrido: Montevideo, Piriápolis, Punta del Este, Colonia y Estancia San Pedro de Timote. | Presstrip para la Revista "Geo" de España. Recorrido: Tour de Ecoturismo por el departamento de Rocha. |
| Famtour de Estados Unidos de American Airlines para Agencias de Viajes de distintos Estados. Recorrido: Montevideo, Punta del Este, Colonia y Estancia San Pedro de Timote. | Diciembre |
| | Presstrip para el Semanario de Turismo del Diario "La Nación" de Argentina. Recorrido: Reportaje a Punta del Este. |

| |
|---|
| AÑO 2001 |
| Enero |
| Coordinación, apoyo y atención a la prensa para la Fiesta de la Revista "Gente" en Punta del Este. |
| Presstrip y producción para Italia de las siguientes revistas: "Il Mio Castello", "Cavallo Magazine", "Class e Case & Country". Visitando Montevideo, Piriápolis, Punta del Este, Rocha, Florida, Mercedes. |
| Coordinación y apoyo para la Producción Chilena de "Paula Producciones". La misma se desarrolló en Punta del Este para la realización del video de la Compañía Aérea Lan Chile. |
| Febrero |
| Coordinación y apoyo para la visita del Sr. Alcalde del Condado de Miami. |
| Coordinación y apoyo para la Producción estadounidense de "E Entertainment" para el programa televisivo "Wild On", visitando Punta del Este y Rocha. |
| Marzo |
| Presstrip, coordinación y apoyo para la visita de la periodista Sra. Betina Oliveira, para la realización de la guía "O Viajante", visitando Punta del Este, Montevideo y Colonia. |
| Presstrip, coordinación y apoyo para la visita del periodista inglés Sr. Alan Bestic del periódico "Daily Telegraph", visitando las estancias: "La Sirena" en Mercedes, "La Pulpería" en San Gregorio del Polanco, Piriápolis y Punta del Este. |
| Presstrip, coordinación y apoyo para la producción de TV "Red Do Globo Nacional de Brasil", visitando Rocha, Punta del Este, Piriápolis, Montevideo y Colonia. |

| |
|---|
| Abril |
| Famtour, coordinación y apoyo para la visita de operadores de la Royal Hansa y periodistas de Holanda. Recorrido: Paysandú, Florida, Colonia, Carmelo, Punta del Este, Piriápolis y Montevideo. |
| Mayo |
| Tour para la delegación de la Fuerza Aérea Extranjera. Visitando Colonia y Punta Del Este. |
| Presstrip, coordinación y apoyo para la visita de la periodista de Estados Unidos Sra. Connie Mc Cabe, recorriendo Montevideo, Colonia, Punta del Este. |
| Junio |
| Tour realizado para las Fuerzas Aéreas Españolas, recorriendo Montevideo, Colonia y Punta Del Este. |
| Julio |
| Coordinación y apoyo para productores ingleses del "First Conferences". |
| Octubre |
| Presstrip, coordinación y apoyo a periodistas del periódico argentino "Clarín". |
| Noviembre |
| Presstrip, coordinación y apoyo a periodistas del periódico argentino "La Nación". |
| Presstrip, coordinación y apoyo a la producción televisiva R & G "Video E Turismo". |
| Presstrip para el canal francés y su programa "Voyage" de Pierre Velet. |

| |
|---|
| AÑO 2002 |
| Febrero |
| Presstrip para el Canal 13 de Buenos Aires para el programa "En El Camino". Filmación en Montevideo sobre "Las Llamadas". |
| Presstrip para el Canal 11 de la red Chilevisión. Recorrido: Montevideo, Costa de Oro, Piriápolis y Punta del Este. |
| Tour a Punta del Este para técnicos europeos. |
| Marzo |
| Presstrip para el canal inglés London News Network para el programa "Style World". Recorrido: Montevideo y Punta del Este. |
| Presstrip, coordinación y apoyo permanente (duración un mes) con periodistas de "National Geographic". Recorrido: Maldonado, Rocha, Colonia, Florida y Estancia San Pedro de Timote y Montevideo. |

| |
|--|
| Abril |
| Presstrip coordinación y apoyo para el equipo de filmación de Miami, para el programa "Destination X". Recorrido: Maldonado, Rocha, Colonia, estancia turística de Florida y Montevideo. |
| Mayo |
| Presstrip para la televisión coreana Kbs. Recorrido: Colonia, Lavalleja, Montevideo, y Estancia Turística en Florida. |
| Junio |
| Presstrip para el diario "El Cronista Comercial" de Buenos Aires. Recorrido: Termas Arapey y Daymán en Salto, estancia turística "San Pedro de Timote". |
| Presstrip, coordinación y apoyo para la Revista "Gente" de Argentina. Recorrido: Colonia, Florida, Maldonado, Rocha, Flores Tacuarembó. |
| Presstrip para la televisión canadiense "CTV Travel Channel". Recorrido: Montevideo, Maldonado, Colonia y estancias turísticas. |
| Julio |
| Presstrip para el periódico "Clarín" de Buenos Aires. Recorrido: Colonia, Estancia Turística "La Sirena" de Soriano, Río Negro, Estancia Turística "La Paz" y termas de Paysandú, termas de Salto, Tacuarembó y Colonia. |
| Famtour para prestadores turísticos de Estados Unidos y Canadá con representantes de Agencias de Viajes de diferentes Estados. Recorrido: Colonia, Estancia Turística en Florida, Maldonado y Montevideo. |
| Diciembre |
| Presstrip para la televisión boliviana "Red Unitel". Recorrido: Colonia, Montevideo y Maldonado. |

| AÑO 2003 | |
|------------------|--|
| Marzo | |
| | Presstrip para la televisión francesa TF1 para el Programa "Sagas". Recorrido: Montevideo, Punta del Este, Colonia y la Estancia Presidencial Anchoarena. |
| Abril | |
| | Presstrip para periodistas españoles e ingleses de las Revistas HOLA y Tatler. Recorrido: Punta del Este y Montevideo. |
| Junio | |
| | Presstrip para periodistas de la Revista "Gente" de Argentina. Recorrido: Colonia, Carmelo, Fray Bentos, Mercedes, Estancia "La Sirena", Paysandú, Termas de Paysandú y Salto y Parques Acuáticos. |
| | Presstrip para periodistas de la Revista "Gente" de Argentina. Recorrido: Minas, Maldonado y Montevideo. |
| | Presstrip para la televisión rusa "Media Tourism". Recorrido: Maldonado, Colonia, Fray Bentos, Estancia Turística "La Paz" de Paysandú y Montevideo. |
| Julio | |
| | Presstrip conjuntamente con Lan Chile para operadores turísticos de Chile. Recorrido: Costa de Oro, Punta del Este y Montevideo. |
| Octubre | |
| | Presstrip para el canal mexicano Televisa. Recorrido: Montevideo, Florida, Punta del Este. |
| | Presstrip para la Revista brasilera "Turismo Gaúcho". Recorrido: Montevideo, Lavalleja, Punta del Este y Colonia. |
| | Presstrip para el canal argentino "El Gourmet". Recorrido: Colonia, Montevideo y especialmente las Bodegas Carrau. |
| Noviembre | |
| | Presstrip para la Revista argentina "Gente". Recorrido: Canelones, Maldonado, Rocha y Montevideo. |
| | Presstrip para la televisión rusa para el programa: "In Search OfAdventures". Recorrido: Montevideo, Maldonado, Bodegas Carrau de Rivera, Artigas, Salto, Fray Bentos y Montevideo. También se visitó Bodegas Juanicó y Bodegas Toscanini. |
| | Presstrip para el periódico "Clarín" de Argentina. Recorrido: Canelones, Maldonado, Rocha y Montevideo. |
| | Presstrip para el periódico "La Nación" de Argentina. Recorrido: Canelones, Maldonado, Rocha. |
| Diciembre | |
| | Presstrip para el canal Plus Satelital para el programa de "El Portal". Recorrido: Montevideo, Maldonado y Rocha. |
| | Presstrip para el periódico estadounidense "Star Tribune" de Minneápolis. Recorrido: Rocha y Montevideo con actividades de turismo ecuestre, cabalgatas y ecoturismo. |
| | Tour con médicos y técnicos participantes de la Asamblea Anual de la Confederación Latinoamericana y del Caribe. |

| | |
|---|---|
| | Coordinación y apoyo para la Fiesta Nacional del Pejerrey. |
| | Setiembre |
| | Presstrip para MTV de Brasil para el Programa "Mochilão". Recorrido: Rocha, Maldonado, Colonia y Montevideo. |
| | Presstrip conjuntamente con Uair para Brasil y Argentina. Recorrido: Costa de Oro, Rocha, Maldonado y Montevideo. |
| AÑO 2004 | Octubre |
| Enero | Scouting Trip para productoras de cine de Los Angeles, Estados Unidos. Recorrido: Montevideo, Colonia, Fray Bentos, Durazno, Tacuarembó, Florida, Minas, Punta del Este y Piriápolis. |
| Presstrip para la televisión francesa para el programa "Thalassa". Recorrido: Maldonado, Lavalleja, Rocha y Montevideo. | Presstrip para estadounidenses de American. Recorrido: Punta del Este, Rocha y Montevideo, visitando la Bodega Juanicó. |
| Febrero | Presstrip para periodistas españoles de las Revistas "Geo" y "Viajeros". Recorrido: Montevideo, Maldonado y Rocha. |
| Tour para la delegación del Ayuntamiento de San Roque y de Marbella, España. Recorrido: Punta del Este y Montevideo. | Noviembre |
| Presstrip para el canal mexicano Televisa para el programa "Ritmoson Latino". Recorrido: Rocha, Maldonado y Montevideo. | Apoyo y coordinación a la producción del Semanario "Búsqueda". Recorrido: Flores y Colonia. |
| Marzo | Presstrip para la Revista argentina "Gente". Recorrido: Costa de Oro, Maldonado, Rocha y Montevideo. |
| Presstrip para distintos medios brasileros. Entre otros "Jornal de Brasil", "Gazeta Mercantil" de Río de Janeiro, Magazine "Prazeres da Mesa". Recorrido: Colonia, Bodegas Irurtia de Carmelo, Punta del Este y Montevideo. | Famtour para operadores de Polonia. Recorrido: Colonia y Montevideo. |
| Tour con asistentes al Congreso de la Cruz Roja. | Famtour para operadores de Rusia. Recorrido: Montevideo, Punta del Este y Florida. |
| Junio | Famtour para operadores de Italia. Recorrido: Colonia y Montevideo. |
| Presstrip para periodistas españoles del medio "Centro Moda On Line". Recorrido: Montevideo, Colonia y Punta del Este. | Presstrip para el periódico mexicano "Reforma". Recorrido: Montevideo, Colonia, Maldonado y Estancia Turística Guardia del Monte en Rocha. |
| Julio | Presstrip, apoyo y coordinación para periodistas franceses del programa "Thalassa". Localizaciones: Punta del Este, Montevideo. |
| Presstrip para Rede O Globo de Brasil, Revista de Turismo "Boa Viagem". Recorrido: Estancia Turística San Pedro de Timote, Rocha, Maldonado, visitando las Bodegas Pisano. | Diciembre |
| | Presstrip para periodistas estadounidenses del "Miami Herald" y del "Interval Intl". Recorrido: Punta del Este y Montevideo. |

f. Publicidad local y en el exterior

Se realizaron piezas promocionales, informativas y publicitarias específicas para cada mercado durante los 5 años.

Se abarcaron los diferentes soportes posibles (materiales impresos, folletería, mapas, materiales audiovisuales, etc.).

Cada medio y soporte publicitario fue seleccionado con criterios técnicos de eficiencia y eficacia.

Los mensajes comunicados se adaptaron a cada mercado y fueron sustentados con diferentes fuentes de información e investigaciones realizadas especialmente para conocer las características y necesidades de los públicos de cada mercado.

A continuación se presenta un resumen de los principales materiales de promoción y publicidad realizados en el año 2004:

| TIPO MATERIAL | DE | REFERENCIA | MATERIAL | PRODUCTO |
|----------------------|-----------|-----------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | Ojalá 2 |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | El 97% de los Turistas... - Pelotazo |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | El 97% de los Turistas... - Lili |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | El 97% de los Turistas... - Pescador |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | El 97% de los Turistas... - Maní |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | Extranjeros Original 83 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Argentina | Extranjeros Red 1 60 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Uruguay | Extranjeros Red 2 45 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Uruguay | Extranjeros Red 3 44 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Uruguay | Extranjeros - Red Brasileños 20 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Uruguay | Extranjeros - Red Inglesa 20 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Uruguay | Extranjeros - Red EE.UU. 20 seg. |
| Audiovisual | | Comercial de TV | Comercial de TV para Uruguay | Extranjeros - Red Frances 20 seg. |
| Audiovisual | | Material de difusión en DVD | Material de difusión en DVD | Ecoturismo (4 idiomas) |
| Audiovisual | | Material de difusión en DVD | Material de difusión en DVD | Sol & Playa (4 idiomas) |
| Audiovisual | | Material de difusión en DVD | Material de difusión en DVD | Termas (4 idiomas) |

| Audiovisual | Material de difusión en DVD | Material de difusión en DVD | Histórico Cultural (4 idiomas) |
|-------------|-----------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Esponja 27 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Microondas 28 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Croche 36 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Punta del Este 36 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Atlantida 39 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Cabo Polonio 32 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina La Paloma 43 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Montevideo 39 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina La Pedrera 35 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Piriápolis 40 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Argentina | Argentina Punta del Diablo 45 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Chile | Solo Chile Termas 22 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Chile | Solo Chile Colonia 25 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Chile | Solo Chile Punta 24 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Chile | Inglesa 31 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Chile | EE.UU. 31 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Chile | Francés 28 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Uruguay Contractura 34 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Uruguay Estudios 37 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Escopeta 24 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Día de la Madre 42 seg. |

| | | | |
|-------------|--------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Celular Uruguay 1 45 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Celular Uruguay 2 45 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Niño Dijimon 23 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Niña juegos 28 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Niña Mambrú 24 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Padre Corbata 43 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Traductor Inglés Bichos 59 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Traductor Inglés Picada 43 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Traductor Italiano Carini 59 seg. |
| Audiovisual | Material de radio | Material de Radio para Uruguay | Traductor Francés Sorteo 55 seg. |
| Prensa | Avisos de Prensa | Avisos de Prensa | 260 avisos de prensa |
| VP | Cartelería | Carteles | Carteles Bienvenido |
| VP | Cartelería | Carteles | Cartel de Aves |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Argentina | 10 diseños diferentes |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Brasil | 10 diseños diferentes |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Chile | 10 diseños diferentes |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Paraguay | 8 diseños diferentes |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Uruguay | Traseros COPSA y COT |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Uruguay | Parabrisas COPSA y COT |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Uruguay | Mamparas COPSA y COT |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Uruguay | Traseros COT |
| VP | Materiales para VP | Carteles para VP en Uruguay | 15 diseños diferentes |



¿Cuántos días de Uruguay te tomás este año?

Lugares increíbles, buenos precios, tranquilidad. En Uruguay sabemos la que querés para tus vacaciones. Y lo mejor: ¡no te cobramos por el clima. Vení a disfrutar Uruguay!

Vacaciones en Uruguay ¡elige la independencia!



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com



Qué feo cuando te quedás en la ruta.

Qué lindo cuando alguien viene, te soluciona el problema y no te cobra nada.

ALQUILO MELANEO Y EMERGENCIA MÉDICA GRATUITA EN LAS PRINCIPALES RUTAS.

Vacaciones en Uruguay ¡elige la independencia!



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com



FOTOGRAFÍA SIN RETOQUE DE COMPUTADORA

Uruguay es así.

Un país tranquilo, con cientos de kilómetros de playas de arenas blancas y elevación protegida. En pocas palabras, la mejor opción para estas vacaciones.



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com



FOTOGRAFÍA SIN RETOQUE DE COMPUTADORA

Uruguay es así.

Un país tranquilo, con cientos de kilómetros de playas de arenas blancas y elevación protegida. En pocas palabras, la mejor opción para estas vacaciones.



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com



Nunca estando tan cerca te sentiste tan lejos de todo.

Pensamos de todo el mundo elegir Uruguay para sus vacaciones. Por su tranquilidad, sus buenos precios y la amabilidad de su gente. O sea, lo mismo que vos disfrutás cada verano. Bueno, vos además tenés una ventaja: lo tenés acá mismo.

Gente de todo el mundo elige Uruguay. ¿Y vos?



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com



Gente de todo el mundo elige Uruguay para sus vacaciones. ¿No vas a estar para recibirlos?

Pensamos de todo el mundo elegir Uruguay para sus vacaciones. Por su tranquilidad, sus buenos precios y la amabilidad de su gente. O sea, lo mismo que vos disfrutás cada verano. Bueno, vos además tenés una ventaja: lo tenés acá mismo.

Gente de todo el mundo elige Uruguay. ¿Y vos?



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com

Os Preços
Uma das Estrelas do Uruguai



Catalina del Sacramento

Uruguay tiene todo para ofrecerle para que sus días sean increíbles: paisajes increíbles, buenas playas, hoteles de nivel internacional, clima perfecto, servicios a medida según sus necesidades. **Por mejores informaciones, accedá: www.uruguaynatural.com**



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com

A Segurança
Uma das Estrelas do Uruguai



Porta del Este - Ita - Capital Turística de Montevideo

Uruguay tiene todo para ofrecerle para que sus días sean increíbles: paisajes increíbles, buenas playas, hoteles de nivel internacional, clima perfecto, servicios a medida según sus necesidades. **Por mejores informaciones, accedá: www.uruguaynatural.com**



UruguayNatural
www.uruguaynatural.com



g. Folletería

La folletería cumplió un rol fundamental como fuente de información a los turistas.

La misma se realizó en diferentes idiomas según cada caso y con distribución en Uruguay, en diferentes puntos claves de contacto con los turistas y en el exterior en ferias e instituciones nacionales.

A continuación se presenta un resumen de los principales materiales de folletería realizados en el año 2004:

| TIPO MATERIAL | DE | REFERENCIA | MATERIAL | PRODUCTO |
|---------------|----|---------------------|-------------------|----------------------------|
| Impresos | | Afiche | Afiche | Juego para Rutas |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Ecoturismo |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Sol & Playa |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Termas |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Histórico Cultural |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Eventos y Convenciones |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Graf Spee |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Aves Marinas y Costeras |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Ballenas |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Museo del Fútbol |
| Impresos | | Afiche | Afiche | Invertebrados |
| Impresos | | Folleto | Dossier de Prensa | Español |
| Impresos | | Folleto | Dossier de Prensa | Inglés |
| Impresos | | Folleto | Dossier de Prensa | Portugués |
| Impresos | | Folleto | Dossier de Prensa | Español |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Santa Teresa |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Aves en español |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Quinta Capurro |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Santa Lucía Romántica |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Atlántida |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Aves en español |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Pesca del Hum |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Rutas Seguras |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Flores |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Carlos Reyles |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Catedral Metropolitana |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Folleto Aves español |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Folleto Aves inglés |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Montevideo |
| Impresos | | Folleto | Folleto | Juego en Rutas |
| Impresos | | Foll. Mapa Despleg. | Folleto | Rutero Desplegable español |
| Impresos | | Foll. Mapa Rutero | Folleto | Mapa Block |
| Impresos | | Folleto Producto | Folleto | Termas inglés |

| | | | |
|----------|------------------|---------|--|
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Histórico Cultural inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Ecoturismo |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Uruguay Natural alemán |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Termas en portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Histórico en portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Eventos en portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Retorno Turistas (Col.Mdeo.Term) |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Eventos Convenciones en inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Ecoturismo inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Alemán |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Ecoturismo inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Sol y Playa inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Termas inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Histórico Cultural inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Eventos y Convenciones inglés |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Ecoturismo portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Termas portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Histórico Cultural portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Eventos y Convenciones portugués |
| Impresos | Folleto Producto | Folleto | Sol y Playa portugués |
| Impresos | Folleto | Folleto | Folleto Ruta Segura |
| Impresos | Folleto | Folleto | San Carlos |
| Impresos | Folleto | Folleto | Punta del Este |
| Impresos | Folleto | Folleto | La Paloma |
| Impresos | Folleto | Folleto | Florida |
| Impresos | Folleto | Folleto | Montevideo |
| Impresos | Folleto | Folleto | Arequita |
| Impresos | Folleto | Folleto | Piriápolis |
| Impresos | Folleto | Folleto | Artigas, Rivera y Tacuarembó |
| Impresos | Folleto | Folleto | Colonia del Sacramento |
| Impresos | Folleto | Folleto | Santa Teresa |
| Impresos | Folleto | Folleto | Promociones Punta del Este y Piriápolis |
| Impresos | Folleto | Folleto | Punta del Este |
| Impresos | Folleto | Folleto | Policía Turística de Maldonado |
| Impresos | Folleto | Folleto | Villa La Paz |
| Impresos | Folleto | Folleto | Carnes y Vinos Portugués |
| Impresos | Folleto | Folleto | Turismo Rural |
| Impresos | Folleto | Folleto | Corredor del Norte |
| Impresos | Folleto | Folleto | Piriápolis |
| Impresos | Folleto | Folleto | Montevideo |
| Impresos | Folleto | Folleto | Punta del Este |

| | | | |
|----------|------------------|--------------------|----------------------------|
| | | | (desplegable español) |
| Impresos | Folleto | Folleto | Graf Spee |
| Impresos | Folleto | Folleto | Museo del Fútbol |
| Impresos | Guía | Guía | Guía de Camping |
| Impresos | Invitación | Invitación | Lanzamiento Temporada |
| Impresos | Sticker | Sticker | Sticker Bienvenido |
| Impresos | Sticker | Sticker | Sticker para Taxis |
| Impresos | Volante | Volante | Volante Carta Ministro |
| Impresos | Volante | Volante | Volante Peajes con Cupones |
| Impresos | Volante | Volante | Volante Peajes |
| Impresos | Volante | Volante | Dossier de Prensa |
| Impresos | Volante | Volante | Miradores de Aves |
| Impresos | Volante | Volante | Rocha S.O.S. |
| Impresos | Volante | Volante | 200 años Catedral |
| Impresos | Volante | Volante | Promoción Estancias Peaje |
| Prensa | Avisos de Prensa | Avisos de Prensa | 260 avisos de prensa |
| Varios | Varios | Chaleco | Chaleco Bienvenido |
| Varios | Varios | Marcador de Libros | Museo del Fútbol |
| Varios | Varios | Medalla | Día del Turismo |
| Varios | Varios | Tapas para cd. | Tapas para CD y DVD |

7. Centros de Información Turística

Desde el inicio de la gestión se llevaron a cabo una serie de obras que comprendían una modernización de los Centros de Información Turística mediante el acondicionamiento edilicio y reubicación de los mismos, ya sean del Ministerio o gestionados por privados como el caso de Fray Bentos. Se buscó posicionar la marca y lograr un correcto funcionamiento y aprovechamiento de la folletería institucional, según los conceptos modernos de atención personalizada.

Se reubicaron los Centros de Paysandú, Salto, Chuy y Atlántida y se ampliaron los de Buenos Aires, Colonia y Punta del Este. A su vez, se instalaron mediante convenio con la Intendencia Municipal de Canelones, en Atlántida, Santa Lucía y Aeropuerto Internacional de Carrasco.

8. Promociones de inversiones

Se promulgaron nuevos decretos de incentivos fiscales a 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 construcciones e inauguraciones de los hoteles Barceló y Kempinsky en Colonia, Mantra 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 en Colonia y la ampliación del Four Seasons en Colonia.

En estos últimos cinco años, bajo este sistema, se han amparado 55 proyectos, lo que representa inversiones por U\$S 152.840.418.

9. Turismo Interno

Objetivos particulares y claros se han planteado para fomentar el Turismo Interno que se podrían resumir de la siguiente manera:

- Revalorizar al Uruguay como destino turístico.
- Que los uruguayos descubran nuevos atractivos turísticos de nuestro país.
- Imponer la opción de turismo interno frente a otras opciones del exterior.

Muchas de las acciones descritas en otros puntos, contribuyen y favorecen el cumplimiento de estas metas.

a. Eventos

Punta Carretas y las 19 intendencias

En el período de abril a setiembre de 2003 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.

Destino Uruguay: televisión, encartes, revistas, etc.

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. Convenios

BPS – INJU

Se continuó con la ejecución de los convenios realizados en años anteriores con BPS, Caja de Profesionales e INJU a efectos de promocionar distintos destinos del país favoreciendo a sus afiliados.

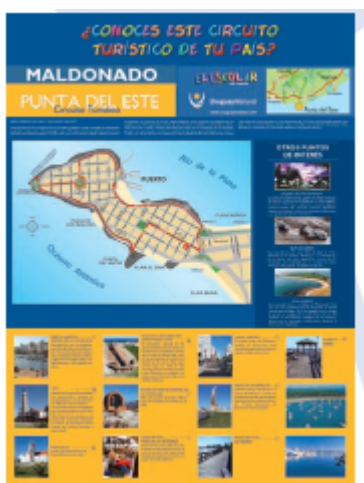
ANEP – Correos

En acuerdo con la Dirección Nacional de Correos y ANEP se lanzó un sello conmemorativo del Año Internacional del Ecoturismo. El diseño fue el resultado de un concurso en el cual intervinieron todas las escuelas públicas del país. Asimismo, se lanzó también un sello con el logo “Uruguay Natural”. Ambos sellos con valor de porte internacional, es decir que salieron al mundo. Se encuentra en proceso de emisión una hojita conmemorativa de “Punta del Este, Capital Turística del Mercosur”.

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.

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.

10. Exoneración de IVA

A efectos de aliviar la presión fiscal al sector y lograr una baja en las tarifas hoteleras, se incluye en el concepto de exportación de servicios para el Impuesto al Valor Agregado a los servicios prestados por hoteles relacionados con el hospedaje a no residentes, tanto en alta como en baja temporada. Asimismo, se exoneró de este impuesto al servicio de alojamiento que brindan los operadores turísticos en baja temporada, como un incentivo más para favorecer la desestacionalización.

También se exoneraron del impuesto al Valor Agregado los servicios destinados a la organización de eventos y convenciones a efectos de dinamizar y promover este producto turístico.

11. Alianzas estratégicas

a. Precios

A efectos de llevar a cabo una política de precios, se firmaron con los operadores privados, varios compromisos de mantenimiento de precios previos a las temporadas, a fin de crear una conciencia sobre el tema y crear pautas claras frente al turista. Entre los operadores se encuentran hoteles y restaurantes de Punta del Este, Piriápolis y Colonia. Estos compromisos de mantenimiento de precios también incluyeron tarifas de empresas transportistas de turistas receptivos como PLUNA y Buquebus.

Se creó especialmente un sitio en la página web de esta Secretaría de Estado que incluía listados de precios de los principales supermercados y restaurantes del Este, a efectos de informar mejor al turista.

b. Peajes

Para minimizar el impacto del costo del peaje se realizaron distintas promociones consistentes en la devolución del importe del peajes y vales de combustible para todos los turistas que visitaran nuestro país. Esta promoción alcanzó a distintas empresas y comercios tales como Mc Donald's, Supermecados El Dorado, Hipódromo de Maroñas, Parque Anchorena, Parque Santa Teresa, Heladería El Faro, Juegos Electrónicos. También en acuerdo con la Dirección Nacional de Casinos del Estado se devolvía el valor del peaje en fichas para utilizar en sus salas de juego.

c. PLUNA - LAN Chile

En forma conjunta y con ambas compañías aéreas se promocionó nuestra oferta turística en las principales publicaciones chilenas. Asimismo, se logró una sustancial rebaja en las tarifas aéreas desde Santiago de Chile a Montevideo.

d. Intendencias Municipales

Se han realizado una serie de alianzas estratégicas con los departamentos de Colonia, Flores, Florida, Maldonado y Rocha con el fin de favorecer aquellos buenos pagadores con rebajas en la Contribución Inmobiliaria.

e. Victoria Ortiz

Con la diseñadora de modas Victoria Ortiz se acordó que las prendas que dicha empresa venda en el exterior sean acompañadas con folletos promocionales del país.

f. DHL

Se realizó un convenio con la firma DHL de transporte internacional para que incluya en toda la correspondencia que sale al exterior folletería promocional del país.

g. FEMI – SUAT

Dichos servicios de emergencia brindaron asistencia gratuita en rutas nacionales, a turistas extranjeros y uruguayos en caso de accidente.

12. Sede Central

Se reacondicionó el denominado “Depósito Santos” en el Puerto de Montevideo para la sede central de esta Secretaría de Estado. Con su estratégica ubicación se mejoró sustancialmente la atención al público y el funcionamiento interno. Lográndose además, una reducción en el gasto de arrendamiento.

13. Página web



Se rediseñó totalmente la página web de esta Secretaría de Estado, siendo en la actualidad la página oficial más visitada, con un importante número de consultas llegadas desde el exterior.

14. Día Mundial del Turismo

Como parte de un plan de concientización de la importancia del Turismo, se realizaron una serie de acciones y actividades destinadas al público en general y a los niños en edad escolar.

Estas acciones comprendieron espectáculos en plazas públicas, actividades conjuntas con las intendencias municipales, etc. Asimismo se organizaron paseos didácticos para 1.200 niños y 90 adultos.

Es de destacar la visita a 2.138 escuelas el día 27 de setiembre, por parte de autoridades, funcionarios y operadores privados como parte de la toma de conciencia de los escolares de los quintos y sextos años.

15. Capacitación

Como parte de la política de Capacitación externa que llevó a cabo este Ministerio, se han dictado variados cursos que abarcaron un gran espectro de participantes con relación directa e indirecta con el turista.

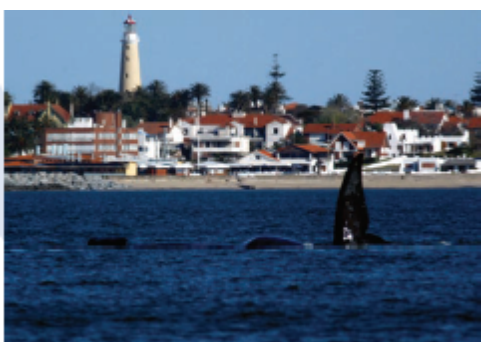
Estos cursos abordaron la temática turística con enfoques particulares según el segmento de público participante. Se detallan a continuación algunos de los cursos dados:

- Cursos diversos con AHRU:
640 participantes
- Computación con Grupo Eidos:
386 participantes
Word: 117 participantes
Excel: 118 participantes
Introducción a Internet: 38 participantes
Power point: 113 participantes

- Cursos Atención al Público e informante Turístico: 1.595 participantes
- Curso Turismo Rural con Israel:
70 participantes
- Curso para Taxistas: 980 participantes
- Cursos para Policía Turística:
165 participantes

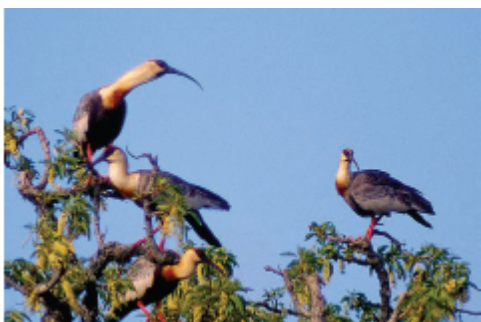
También se ofrecieron cursos cuya temática se refiere a algunos de los subproductos turísticos trabajados por esta Secretaría de Estado.

a. Cetáceos:



En convenio con la ONG OCC se dictaron cinco cursillos en tres localidades de Montevideo, Maldonado y Rocha con 200 participantes. Conjuntamente con el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca se dictaron cursos para avistamiento de cetáceos embarcado, dirigido a patrones y armadores de tráfico de pasajeros y oficiales de prefecturas.

b. Aves



En Convenio con la ONG Aves Uruguay y la Corporación Nacional para el Desarrollo se dictaron dieciséis cursillos en quince localidades de Rocha, Montevideo, Maldonado, Soriano, Colonia, Paysandú, Canelones, Tacuarembó, Cerro Largo, Florida y Río Negro, con la participación de 534 integrantes. Se repitió la exitosa experiencia en los departamentos de Durazno, Artigas, Rivera, Salto, y Treinta y Tres, donde participaron 260 personas. Totalizan aproximadamente 800 participantes.

c. Invertebrados

En Convenio con la Corporación Nacional para el Desarrollo se dictaron tres cursillos en Maldonado con 120 participantes.

16. Estudios de mercado

A través de la firma Bianco & Ordóñez, se estudió el comportamiento del consumidor argentino tras la crisis económica y política de su país. La misma fue un gran aporte a efectos de determinar la nueva estrategia de promoción en nuestro principal mercado turístico. Esta práctica se prosiguió a lo largo de los años para planificar todas las altas temporadas.

También se hicieron estudios sobre la satisfacción de los turistas que visitaron nuestro país, demostrando un alto nivel en la misma, destacándose que el 97% de los turistas argentinos opinaron que sus vacaciones resultaron buenas o muy buenas.

17. Facilidades al turista

a. 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 concretaron importantes arrendamientos antes de la temporada.

b. 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 sólo a un porcentaje de los visitantes que ingresan a nuestro país.

18. Cruceros

Considerando la importancia en el número y calidad de los visitantes de cruceros, esta administración realizó intensos esfuerzos para coordinar la llegada de estas embarcaciones conjuntamente con todos los organismos involucrados.

Como resultado de las exitosas gestiones se muestran los siguientes cuadros correspondientes a los puertos de Montevideo y Punta del Este:

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Enero – diciembre 1999 | 43 buques |
| Enero – diciembre 2000 | 56 buques |
| Enero – diciembre 2001 | 59 buques |
| Noviembre 2002 – marzo 2003 | 47 buques |
| Noviembre 2003 – marzo 2004 | 66 buques |

Para la temporada noviembre 2004 – marzo 2005, se prevé:

| | |
|-----------------------|------------------|
| Montevideo | 57 buques |
| Punta del Este | 15 buques |
| Total | 72 buques |

En cuanto a la cantidad y nacionalidad de los visitantes, las podemos clasificar de la siguiente manera:

| | | |
|-------------------|--------------------|------------------|
| 2002- 2003 | 2003 – 2004 | VARIACION |
| 28.708 | 40.856 | 42.32 % |

| | |
|---------------------|-------------------------|
| NACIONALIDAD | N° DE VISITANTES |
| INGLESES | 4.323 |
| ESTADOUNIDENSES | 19.449 |
| ALEMANES | 2.676 |

| | |
|-----------------|--------|
| RESTO DE EUROPA | 4.462 |
| ASIÁTICOS | 415 |
| OTROS | 9.531 |
| TOTAL | 40.856 |



II. Lineamientos Generales de las acciones en curso

Se pretende concretar importantes obras en busca de una mejora continua en la infraestructura turística del país, sobresaliendo algunas acciones a tomar en el Producto Turístico Histórico – Cultural.

1. Llamados a licitaciones

a. Concesión de la explotación turística de la Estancia y Capilla de Juan Narbona.



b. Concesión de la explotación turística del predio de la Estancia de Belén (Calera de las Huérfanas).

c. Concesión de la explotación de un proyecto turístico en la Isla de Flores.

d. Presentación de propuestas, recuperación y concesión de la explotación del Ventorrillo de la Buena Vista.

e. Recuperación de la Plaza de Toros del Real de San Carlos.



III. Número de funcionarios existentes en marzo de 2001 y octubre de 2004.

Se ha procurado desarrollar una política de recursos humanos que redunde en una mayor eficiencia de los mismos.

De esta manera se disminuyó notoriamente los funcionarios que se hallaban en comisión en el Ministerio y se regularizó totalmente la situación contractual de los pasantes, rescindiéndose aquellos contratos que estaban fuera de plazo o que no cumplían con los requisitos establecidos en los convenios celebrados con las respectivas Instituciones de Enseñanza.

| | Funcionarios (*) | Comisiones dentro | Zafrales | Pasantías | Total |
|---------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------|------------------|--------------|
| Marzo 2000 | 171 | 45 | 11 | 69 | 296 |
| Diciembre 2004 | 155 | 15 | 7 | 25 | 202 |

(*) Incluyen Funcionarios del escalafón P, Q, A a F y Alta Prioridad

IV. Proyectos de ley y decretos con iniciativa del Ministerio de Turismo.

a. Decretos

- Decreto 15/004

La presentación de solicitudes para la obtención de beneficios previstos en la Ley N° 16.906, se deberá realizar en la Oficina de Atención al Inversor.

- Decreto 97/004

Se incluye en el art. 23 del Decreto N° 385/94 a la ciudad de Paysandú, en lo referente a Empresas de Servicios Turísticos Inmobiliarios.

- Decreto 155/004

Se transfiere la administración al Ministerio de Turismo de Capilla Juan de Narbona, Ventorrillo de la Buena Vista y Calera de las Huérfanas.

- Decreto 350/004

Se prorroga el plazo previsto en el art. 18 del Decreto 175/003, para la presentación de Proyectos de Inversión.

- Decreto 387/004

Se faculta al Ministerio de Transporte y Obras Públicas a exonerar el pago de las amarras en los puertos deportivos, en la medida que el Ministerio de Turismo efectivice un programa turístico asociado a los mismos.

- Decreto 392/004

Se suspende desde el 1 de octubre de 2004 hasta el 30 de abril de 2005 la vigencia de los artículos 5 y 9 del Decreto 180/02 (Empresas de Arrendamiento de Automóviles sin chofer).

- Decreto 415/004

Se declara Patrimonio Cultural Intangible de la República Oriental del Uruguay al "Caballo Criollo".

- Decreto 26/003

Reglamentación especial para el ingreso de vehículos automotores de turistas.

- Decreto 51/003

Declaración de Interés Turístico a actividades artísticas de Carnaval.

- Decreto 175/003

Promoción e incentivos fiscales a las inversiones turísticas.

- Decreto 185/003

Reglamentación en la prestación de Agencias de Viajes.

- Decreto 283/003

Admisión temporaria para actividades de cobertura de prensa.

- Decreto 311/003

Exoneraciones a equipos y piezas que sustituyen a los ya declarados.

- Decreto 390/003

Garantía de inmobiliarias en Unidades Indexadas.

- Decreto 406/003

Certificación de playas "Playa Natural".

- Decreto 424/003

Renovación de garantía de inmobiliarias en fechas que se determinan.

- Decreto 58/002

Exhibición de precios de Prestadores de Servicios Turísticos.

- Decreto 73/002

Facúltase a la Dirección Nacional de Aduanas a autorizar la introducción al país bajo el régimen de admisión temporaria por 90 días.

- Decreto 180/002

Empresas de Arrendamiento de Automóviles sin Chofer.

- Decreto 371/002

Prestadores de Servicios Turísticos Rurales.

- Decreto 372/002

Se dispone que las empresas turísticas deberán exhibir sus tarifas a la vista del público.

- Decreto 410/002

Se dispone que en la publicidad de Paquetes Turísticos se deberá informar el precio total.

- Decreto 448/002

Se sustituyen los topes para inversiones de reequipamiento de hoteles de Unidades Reajustables a Unidades Indexadas.

- Decreto 78/001

Se modifica el artículo 6° del Decreto N° 42/999. Se exceptúa de la limitación temporal en el plazo de arrendamiento a automóviles de lujo, tipo limosina.

- Decreto 103/001

Se sustituye los incisos segundo y tercero del artículo 4° del Decreto N° 588/975, de 24 de julio de 1975. Se adecua los requisitos de concesión de casinos, estableciendo que los hoteles deberán tener como mínimo las categorías de cuatro y cinco estrellas.

- Decreto 124/001

Se reglamenta la Ley N° 16.906, facilitando inversiones en el sector Turismo. Se establecen varios beneficios fiscales a efectos de incentivar la construcción y reequipamiento de Proyectos Turísticos

- Decreto 210/001

Se establecen nuevos requisitos de inscripción para hoteles, hosterías, etc., facilitando la misma por medio de una declaración jurada.

- Decreto 267/001

Se determina la temporada alta y baja y se establece la exoneración del Impuesto al Valor Agregado para ésta.

- Decreto 336/001

Se sustituye el artículo 2° del Decreto 267/001. Se excluye de la exoneración del Impuesto al Valor Agregado a los servicios prestados a contribuyentes de IVA.

- Decreto 436/001

Se sustituye el inciso 2° del Decreto 267/001. Se incluye en las exoneraciones del Decreto 336/001 a las Agencias de Viajes inscriptas en el Ministerio de Turismo.

- Decreto 106/000

Se exonera el pago de IVA a los servicios prestados en las salas de convenciones de hoteles.

- Decreto 198/000

Modificación en la antigüedad de la flota de vehículos de las empresas de arrendamiento sin chofer.

- Decreto 241/000

Decreto de desregularización que abarcó medidas a todos los prestadores de servicios turísticos. También se cometió al Ministerio de Turismo la coordinación de los servicios que prestan los organismos públicos y privados en el Aeropuerto Internacional de Carrasco.

- Decreto 252/000

Se modifica la fecha de renovación de garantías para las Agencias de Viaje.

- Decreto 269/000

Se modifica la regulación de la actividad de caza.

- Decreto 272/000

Se admite la asociación entre Agencias de Viajes para compartir garantías siempre que cumplan determinados requisitos.

- Decreto 289/000

Derogación de decreto que limitaba el horario de apertura y cierre de locales nocturnos, boites, discotecas, etc.

b. Proyectos de ley

- Reglamentación del Turismo Cinegético
- Regulación de la actividad de Tiempo Compartido

c. Leyes

- Presupuesto

- Declaración de Interés Turístico de la Isla de Flores
- Exoneración de deudas por multas a hoteles
- Autorización a enajenar bienes fiscales administrados por el Ministerio de Turismo
- Modificación de la tasa de IVA de los paquetes turísticos de la tasa básica a la mínima
- Exoneración de IVA a hoteles en baja temporada
- Modificación en el régimen de IMESI para vehículos de arrendadoras de autos

- Urgencia

- Urbanizaciones de Propiedad Horizontal

- Ley N° 17.825 DE 10/9/004

Se denomina la noche del 24 de agosto de cada año como la "Noche de la Nostalgia". El Ministerio de Turismo la incluirá en los eventos de carácter turístico y la promocionará en el exterior.