

El turismo como motor de desarrollo económico y social del Uruguay

El Turismo es una actividad relevante para el desempeño de la economía, abarca un abanico de rubros de generación de empleos de calidad y tiene un impacto mayor al promedio de los restantes sectores de la economía. Dada su importancia, en el presente estudio se analizan los principales determinantes del desempeño del turismo y se cuantifica su impacto en la economía. A su vez, se examina la evolución y el estado de situación del mercado laboral de un sector que emplea a más de 100 mil personas. Del estudio surge que hay oportunidades para atraer más visitantes, tanto de países vecinos como extrarregionales. Los atractivos naturales del país y la estabilidad económica y política son un diferencial que debe ser acompañado de una mayor disponibilidad de datos y un monitoreo constante. Esto, junto con una mayor promoción turística, podrían contribuir a mejorar su desempeño actual, muy por debajo con relación a años atrás, pero de gran resiliencia al haber podido conservar la mayor parte del empleo generado, pese a las circunstancias negativas.

Introducción

El objetivo del presente Informe Especial es aportar una visión completa del estado de situación del Turismo en el país. Para ello, se presentan indicadores novedosos en cuanto al gasto realizado por visitantes extranjeros, y con base en esto se analizan sus determinantes y las proyecciones para años siguientes. Se brinda, además, una estimación actualizada del impacto del sector en la economía en base a datos más recientes que permiten una medición más adecuada a la actualidad.

El turismo comprende a una enorme diversidad de rubros como transporte, restaurantes, alojamientos, supermercados y comercios minoristas, entretenimiento y hasta servicios públicos. Por lo tanto, se trata de una actividad compleja de medir, pero que genera una riqueza comparable al conjunto de las principales materias primas de exportación del país.

Según estimaciones propias, el sector tuvo una participación del 8,4% del PBI en 2017, y empleó a cerca de 120 mil personas. A partir del año 2018, tuvo una tendencia a la baja —impulsada principalmente por las diferencias cambiarías con Argentina y su situación económica— desplomándose con la llegada de la pandemia.

Aunque se proyectan mejores expectativas para el cierre de 2022 y 2023, así como para años venideros, las cifras positivas se ubicarán lejos de la performance de 2017 cuando el ingreso de turistas llegó casi a 3,8 millones, lo que redundó en un aumento del consumo y mayores ingresos de divisas.

Un dato relevante que surge del análisis es el descalce entre actividad y empleo: mientras que la participación en el PBI



cayó desde 6,4% en 2019 a 1% en 2021, el empleo tuvo una disminución de menos del 20%. Como creador de más de 100 mil puestos de trabajo, el turismo mostró una particular resiliencia que lo fortalece para afrontar una recuperación que aún es parcial.

El estudio incluye una revisión bibliográfica sobre las investigaciones económicas disponibles sobre el turismo en Uruguay y aporta un conjunto de indicadores novedosos y actualizados, de alta relevancia para el análisis y la toma de decisiones relativas al sector. También presenta la evolución de los visitantes extranjeros, así como del gasto y sus aspectos determinantes y una proyección de cada uno de estos indicadores. Además, se detiene en las características del turismo interno, el impacto de todo

el sector en el conjunto de la economía y su papel en la creación de empleo.

Por último, con base en el análisis y a entrevistas con actores referentes del sector, se realiza una serie de recomendaciones para impulsar un sector generador de empleos de calidad que empuja al desarrollo económico y social del país.

Investigaciones previas sobre turismo en Uruguay

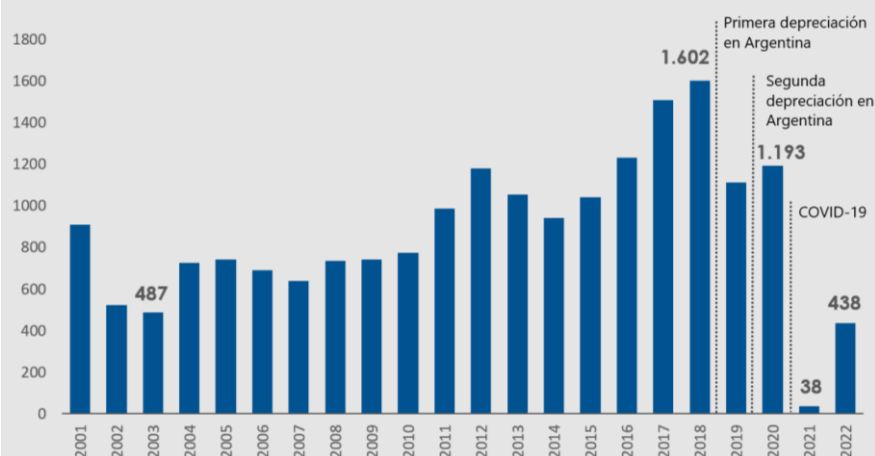
En este apartado se realiza un relevamiento completo de todas las investigaciones económicas sobre el Turismo en Uruguay. A continuación, se presenta un resumen de los resultados recabados, agrupados en diferentes categorías: turismo receptivo; turismo interno; arribo de cruceros e impacto económico del

Tabla 1. Nacionalidad de visitantes ingresados

	Argentina	Brasil	USA	Chile	Paraguay	Otros
2017	73%	13%	2%	2%	1%	9%
2018	70%	14%	2%	2%	1%	11%
2019	64%	17%	2%	2%	2%	13%
2020	69%	15%	2%	2%	2%	10%
2021	53%	27%	2%	1%	5%	12%
2022*	60%	19%	3%	2%	2%	14%
2000-2022	67%	15%	2%	2%	2%	12%

Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Ministerio del Interior, Dirección Nacional de Migración.
*Hasta octubre.

Figura 2. Extranjeros que ingresaron a Uruguay en Temporada diciembre-febrero (en miles)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Ministerio del Interior, Dirección Nacional de Migración.

turismo. Con mayor detalle, en el Recuadro 1 se brinda un análisis exhaustivo de cada investigación que aborda al sector.

En lo que refiere al turismo receptivo —aquel realizado por no residentes— numerosos estudios se detienen en indagar diferentes características de la demanda, proveniente principalmente de Argentina y Brasil.

Del análisis realizado se desprende que, a mayor ingreso y mayor actividad en el país de origen, aumenta tanto el flujo de visitantes como el gasto en el que incurren en su estadía en Uruguay. Además, cuando Uruguay se encarece con respecto a un país, es esperable una caída en los visitantes que desde allí provienen. De igual manera, si Uruguay se abarata con respecto a Brasil (destino alternativo para argentinos), impacta positivamente en la cantidad de visitantes arribados a Uruguay (Manteiro, et al., 2004).

A su vez, dentro de Argentina, da cuenta de la importante dimensión de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires como origen de los visitantes (Serviansky, 2011), en línea con la importancia del impacto negativo que tienen mayores costos de transporte (Roda, et al., 2020).

En cuanto al arribo de cruceros, se encuentra que los cruceristas que llegan a Punta del Este son más propensos a contratar servicios turísticos que visi-

tantes que arriban a este destino por otros medios. Sin embargo, en comparación al turista tradicional, los cruceristas tienden a gastar menos en alimentos y bebidas, pues el servicio del crucero ya lo incluye (Brida, et al., 2012).

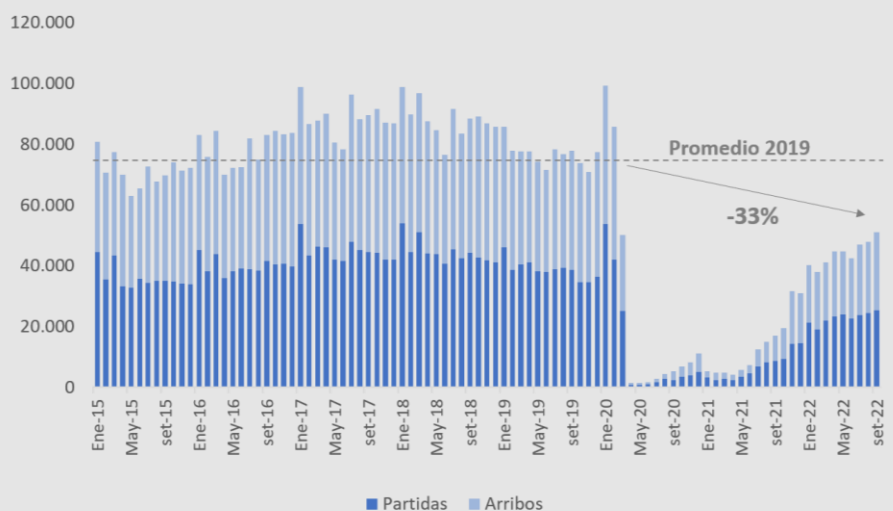
Por otra parte, surgen conclusiones relevantes sobre oferta y demanda en turismo interno —aquel realizado por residentes— de características diferentes al turismo receptivo. Se encuentra que la distancia entre el lugar de origen del visitante y el departamento de acogida está inversamente relacionado al flujo de visitantes: a menor distancia, más turistas desde dicho origen. Por otro lado, se advierten desafíos empresariales en desarrollar más el turismo en zonas por fuera de la franja oceánica, y se destaca la relevancia de la infraestructura tanto en destinos masivos como poco usuales, para lograr una mayor atracción de turistas. (Brida, et al., 2016)

Por último, da constancia de la importante influencia del sector en el desempeño de la economía, dada su repercusión en inversiones que, a su vez, retroalimentan el nivel de actividad y la creación de puestos de trabajo. Específicamente, se encontró que el turismo receptivo dinamiza en mayor proporción a aquellos sectores que agregan más valor que el promedio de la economía. (Brida, et al., 2008)

Turismo receptivo

La cantidad de personas ingresadas al país fueron más que el triple desde el final de la crisis bancaria y financiera del 2002 hasta el año 2017 (Figura 1). Pero luego, con el primer aumento fuerte del tipo de cambio en Argentina (depreciación de su moneda con respecto al dólar) en agosto 2018, la cantidad de personas que llegaron al país comenzó a disminuir. En agosto de 2019 ocurrió la segunda depreciación, con lo cual la temporada de verano volvió a ser menor que en años anteriores. Ya castigada por esta situación, en niveles 25% inferiores a 2017, la llegada del COVID-19 golpeó más a la actividad turística. En 2020 hubo un ingreso de extranjeros equivalente al 27% de lo registrado en 2017, y en 2021 al equivalente del 11% del flujo de 4 años atrás. En el acumu-

Figura 3. Pasajeros extranjeros por Aeropuerto Internacional de Carrasco



Fuente: Elaboración propia en base a datos brindados por Aeropuertos Uruguay.

Recuadro 1. Investigaciones previas

El turismo receptivo

Altmark et al. (2012) obtuvieron que, para el caso de Argentina, un incremento de 1% en el ingreso monetario, produce un alza de casi 2% en la cantidad de personas arribadas al país. En tanto, para Brasil, un aumento en el ingreso de igual proporción deriva en un aumento de casi 3%. Mordecki (2014) analiza la relación entre el número de turistas argentinos que ingresan a Uruguay, el gasto real, el PBI del país y el TCR bilateral (indicador de que tan caro es un país con respecto al otro) entre Argentina y Uruguay. Se concluye que un aumento de 1% en el TCR implica un ajuste al alza del gasto de casi 3%, al tiempo que una suba de 1% del PBI argentino significa un incremento de algo más de 3% en el gasto de los turistas. Por su parte, en Domínguez et al. (2014) se concluye que la demanda de turistas argentinos depende positivamente del nivel de actividad y de los precios en dólares del país vecino, y negativamente del nivel de precios relativos en Uruguay. Para turistas brasileños, se vio que responden positivamente a aumentos en el nivel de actividad tanto brasilera como uruguaya. Robano (2000) encuentra una relación de largo plazo entre la llegada de turistas argentinos, el consumo privado en Argentina e indicadores de precios relativos para el período 1987-2000. Manteiro y Sueiro (2004), por su parte, demostraron que un abaratamiento de 1% en los precios relativos de Uruguay frente a los de Argentina, tiene un impacto positivo en la demanda de servicios turísticos en Uruguay de 1,4%. Se considera a Brasil como un destino alternativo consolidado, dado que una mejora de 1% en los precios relativos de Uruguay frente a Brasil genera un incremento de 0,3% en los turistas argentinos ingresados a Uruguay. Para Chile, el nivel de actividad influye positivamente en la decisión de viajar a Uruguay, y para el resto de los países, el encarecimiento relativo con el país es la variable más determinante. La evolución del ingreso monetario no es significativa para elegir a Uruguay como destino. Por otro lado, en Mordecki, Leiva y Desplas (2016) se analiza la demanda turística de México y Uruguay, y se encontró que la elasticidad-ingreso (qué porcentaje aumenta el flujo de visitantes cuando el ingreso aumenta 1%) de los turistas argentinos para Uruguay es cercano a 3 y, con respecto al TCR bilateral fue 2,7.

Serviansky (2011) analiza la elasticidad del número de turistas argentinos respecto al costo de transporte. Se encontró que estos afectan el flujo de turistas cautivos (aquellos con casa propia o alojamiento resuelto), pero no son significativos en el largo plazo para los turistas argentinos no cautivos. Considerando ambos grupos, un crecimiento del 1% en el valor del combustible genera una caída en el número de visitantes en 0,5%. Roda y Sossano (2020) indagan el comportamiento de turistas argentinos en 2018. Según el estudio, casi el 40% residían en Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. Más del 50% lo hizo por motivos de ocio y una cuarta parte por el encuentro con familiares o amigos. El 5% contaba con bienes raíces en Uruguay. A su vez, la mayoría de los argentinos se hospedó en casa de familiares o amigos u hoteles tres estrellas, lo que refleja un turista de clase socioeconómica media, que llegó en magnitudes históricas en 2018.

Arribo de cruceros

En Brida y Seijas (2012) se identifican tres determinantes para el arribo de cruceristas: puertos de escala y visitantes repetidores (2008 y 2009), perfil del turista (2008) y grado de satisfacción con el viaje (2009). Se encuentra tres tipos de visitantes: jubilados, profesionales y visitantes repetidos, que se mantienen aproximadamente iguales de una temporada a otra. Para potenciar esta modalidad turística, los autores proponen diseñar estrategias de marketing que promuevan a Uruguay como un lugar de escala. Por otro lado, en Brida, Bukstein y Tealde (2012) se indaga el gasto de los pasajeros que desembarcan en los puertos de Montevideo y Punta del Este. En comparación al turista tradicional, tienden a gastar menos en el rubo de alimentos y bebidas, pues el servicio del crucero ya lo incluye. Se encontró que las personas que viajan en grupos numerosos suelen realizar más gastos que quienes viajan solo o en pareja, y que el nivel de los precios es un freno para el consumo de los turistas en el sitio de destino. Por otra parte, los cruceristas que llegan a Punta del Este o Maldonado son más propensos a contratar servicios turísticos que turistas que arriban por otros medios.

Turismo interno

Brida, González y Lanzilotta (2016) estudiaron los determinantes de los flujos de turismo interno para el período 2010-2012 y encontraron que dependen positivamente de la densidad de población del departamento. Además, se encontró que la distancia entre el lugar de origen del visitante y el departamento de acogida depende negativamente de los flujos. Desde la perspectiva de la demanda turística, el estudio confirma que el ingreso monetario es un factor determinante, con lo cual es fácil concluir que se trata de una actividad que podría calificarse como un “bien de lujo”. También arroja luz desde el punto de vista de la oferta, algo que puede contribuir a planear mejor las propuestas empresariales fuera de la zona de influencia oceánica que es donde estaría el mayor desafío. En esta línea, destaca la importancia de la infraestructura en alojamiento en la selección del destino turístico, en particular, la presencia de hoteles calificados entre 3 a 5 estrellas. Por otro lado, Perera, Sprechamnn y Bourel (2020) se detienen en las características de los viajeros de Montevideo al departamento de Rocha. Con base en una encuesta online a 290 turistas provenientes del área metropolitana de Montevideo, se arriba a la conclusión de que es posible segmentar a los visitantes capitalinos en cuatro grupos, de acuerdo con los servicios que requieren durante la estadía en la costa rochense: entertainment seekers; Rocha followers; relax and activities seekers; y activite tourists. La investigación provee una valiosa metodología de segmentación que, a nivel nacional, podría ser útil para diseñar un plan de marketing ajustada a los diferentes perfiles de turistas arribados.

Efectos económicos del turismo

Alonsopérez y Risso (2014) estiman el PBI departamental por actividades de turismo para el año 2010. Según arroja el estudio, el PBI turístico tuvo una participación del 4,6% en el total de la economía. Dentro de esto, se concluye que la evolución de la actividad en Restaurantes y Hoteles mostraría mejor la tendencia del conjunto del turismo, y podría ser una mejor medida a la hora de estudiar la distribución de la producción turística en Uruguay. El turismo como actividad influye sobre el desempeño del PBI y puede estar expuesto a las fluctuaciones de la economía. Brida, Lanzilotta y Risso (2008) muestran que un incremento del 100% en el gasto real por turismo, produciría un aumento del PBI real per cápita de 42% en el largo plazo. A su vez, se encuentra que las divisas que aporta el turismo se canalizan hacia la importación de bienes de capital que se utilizan para producir bienes y servicios que repercuten en un aumento del nivel de actividad del país. Armellini e Isabella (2003) estiman la contribución del turismo receptivo a la actividad económica entre 1996 y 2002, y concluyen que el turismo receptivo dinamiza sectores con una capacidad de generación de valor agregado bruto por encima del promedio de la economía, generando también más empleo por unidad de demanda que el promedio. Atmark y Larriina (2011), en esta línea, dan cuenta que, entre 2001 y 2009, la Participación del Empleo Turístico en Uruguay (PETU) para esos años representó el 8%.

En Brida et al. (2012). se muestra que existe una relación bidireccional entre la evolución del PBI per cápita y el gasto turístico para Uruguay, Brasil y Argentina. Concretamente sobre Uruguay, un aumento de 10% del turismo incide en un incremento del PBI de entre 4% y 5% en el largo plazo. Con una perspectiva regional, EugenioMartín, Morales y Scarpa (2004) dividen los países de América Latina en tres grupos, según el PBI per cápita, y se descubre que el crecimiento del turismo se puede asociar al crecimiento económico en los casos de las naciones de ingresos medios o bajos, un indicativo de que el desarrollo turístico podría contribuir al crecimiento económico siempre que el país esté por debajo del umbral del PBI per cápita óptimo. Por otro lado, para el conjunto de países, la llegada de turistas se relaciona positivamente con el PBI per cápita, el comercio internacional y la esperanza de vida al nacer. Un último hallazgo es que variables como el PBI per cápita, la infraestructura, el nivel de educación y la esperanza de vida del país anfitrión son más relevantes para la elección de los destinos de los turistas que el precio relativo de los bienes y servicios.

Tabla 2. Nacionalidad de visitantes ingresados en temporada de verano

	Argentina	Brasil	USA	Chile	Paraguay	Otros
2017	77%	11%	1%	2%	1%	8%
2018	78%	11%	1%	2%	1%	7%
2019	69%	14%	2%	2%	2%	11%
2020	69%	15%	2%	2%	2%	10%
2021	47%	25%	2%	2%	9%	15%
2022	66%	14%	3%	2%	3%	12%
2000-2022	72%	12%	2%	2%	2%	10%

Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Ministerio del Interior, Dirección Nacional de Migración.

Tabla 3. Vías de acceso de visitantes ingresados (en miles de personas)

	Puentes internacionales del litoral	Colonia	Aeropuerto Int. de Carrasco	Frontera terrestre con Brasil	Otros	Total
2017	1.701 45%	855 23%	506 14%	340 9%	356 9%	3.758
2018	1.493 44%	717 21%	491 15%	326 10%	337 10%	3.364
2019	1.145 40%	613 22%	420 15%	332 12%	320 11%	2.830
2020	438 43%	194 19%	111 11%	168 17%	107 10%	1.018
2021	122 30%	58 14%	83 20%	77 19%	67 17%	407
2022*	487 35%	401 28%	202 14%	138 10%	185 13%	1.413
2017-2022	42%	22%	15%	11%	10%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos brindados por Ministerio del Interior, Dirección Nacional de Migración.

*Hasta octubre.

lado del 2022 hasta octubre se visualiza una recuperación, pero los visitantes ingresados fueron el 63% que en igual período de 2019, y el 47% en comparación a 2017.

La evolución de los flujos se ve altamente justificada por el movimiento de turistas argentinos, como se aprecia en Tabla 1. Si se computa a todos los extranjeros que ingresaron al país desde el 2000, el 67% fueron de nacionalidad argentina. Por otro lado, 15% fueron brasileños, mientras que de los Estados Unidos provino el 2%, e igual porcentaje correspondió a turistas chilenos y paraguayos. El 12% restante procedieron de otros países. A su vez, refleja cómo, a partir de la primera depreciación de la moneda argentina y consiguiente caída de la actividad, el porcentaje que representa el país vecino comienza a caer, y visitantes brasileños, paraguayos y de otras nacionalidades toman mayor protagonismo. Esta tendencia se acentúa con la llegada de la pandemia.

Una vez levantada las restricciones, el acumulado de 2022 hasta octubre muestra una vuelta paulatina hacia proporciones similares a la que existía en la pre-pandemia.

En cuanto a la entrada de extranjeros durante la temporada de verano (diciembre-febrero), la evolución fue similar a la que se da en el global del año (Figura 2). En particular, la mejor temporada de verano se dio en 2018, previo a la primera depreciación en Argentina. Luego, la entrada de visitantes comenzó a caer, y se derrumbó con la pandemia. La

temporada 2021 tuvo un ingreso de extranjeros casi nulo, de una magnitud del 2,4% de tres años atrás. Con la apertura de fronteras y cierta normalidad a nivel sanitario, en la temporada 2022 se dio una recuperación parcial: entre diciembre 2021 y febrero 2022, ingresó al país el 37% de las personas extranjeras que entraron entre diciembre 2019 y febrero 2020.

Al igual que en el total del año, se aprecian tendencias similares cuando se analizan los ingresos en temporada de

verano, por nacionalidad. Si bien en la temporada 2021/22 las proporciones fueron similares a las dos temporadas previas al arribo del COVID-19, difieren con respecto a las temporadas 2016/17 y 2017/18. La situación económica y cambiaría más desfavorable en Argentina introdujo cambios en este sentido, con mayor proporción en el total de turistas de Brasil, Paraguay y otros países (ver Tabla 2).

Las vías de entrada son múltiples y también experimentaron cambios en los últimos años. Como muestra la Tabla 3, la caída en los ingresos en los años previos a 2020 fueron justificadas, en su mayoría, por un descenso de los ingresos por las vías comunes de ingreso de argentinos. Luego, una vez superadas las restricciones por el COVID-19, en el acumulado del 2022 hasta octubre, las proporciones vuelven con lentitud a las previas a la pandemia, pero con mayor participación relativa de entradas por Colonia y otros accesos, en detrimento de un menor flujo relativo por los puentes internacionales del litoral del país.

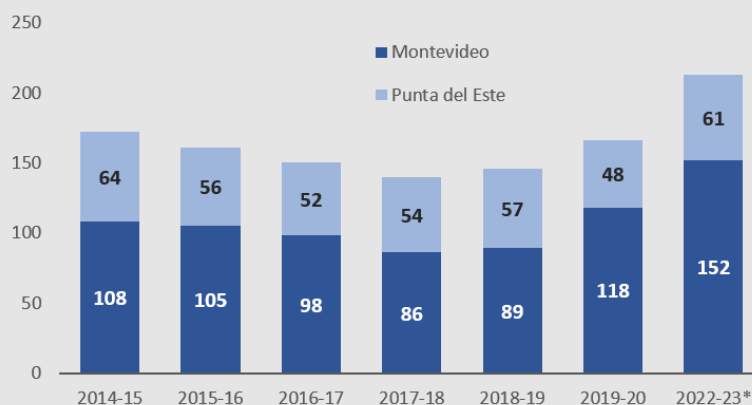
Desde 2017 hasta octubre 2022, 42% de los visitantes extranjeros ingresaron al país a través de dichos puentes, 22% por Colonia, 15% por el Aeropuerto de Carrasco, 11% por la frontera terrestre con Brasil y 10% por otras vías de entrada.

Tanto la nacionalidad como los días promedio de estadía y el gasto diario cambian en función de esto. Según datos abiertos del Ministerio de Turismo, los visitantes que arribaron al país en 2019 por vía aérea fueron los de mayor cantidad de días de estadía y mayor gasto *per cápita*, tanto en el total del viaje como por día, seguido por turistas ingresados por vía marítima. Por lo tanto, parece pertinente hacer foco en las vías de entrada que atraen a los turistas que, en promedio, gastan más en su estadía en Uruguay.

Aeropuertos

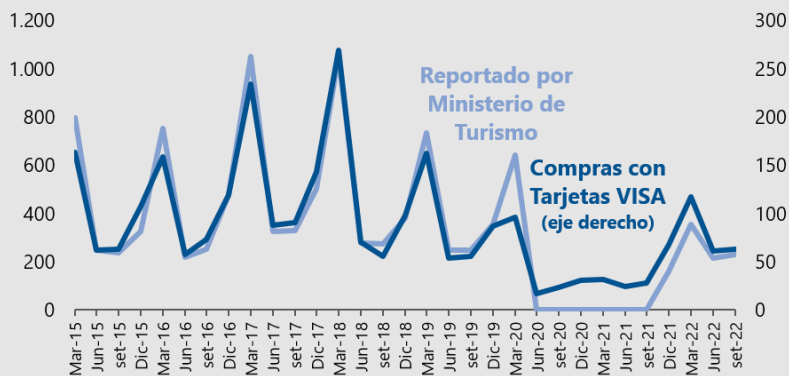
Si se toman los pasajeros totales que transitaban por el Aeropuerto Internacional de Carrasco desde 2015 hasta la ac-

Figura 4. Arribo de cruceros en temporada



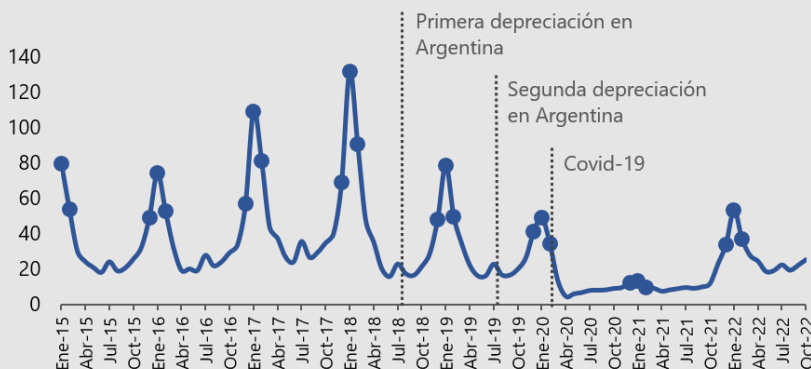
Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por MINTUR. *Arribos esperados.

Figura 5. Gasto trimestral de extranjeros en Uruguay
(en millones de USD)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por MINTUR y TotalNet. Las encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo se discontinuaron desde marzo-20 hasta noviembre-21.

Figura 6. Gasto mensual de extranjeros en Uruguay, por tarjetas VISA, en millones de USD
(en puntos los meses de diciembre, enero y febrero)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

tualidad; 51% fue de nacionalidad uruguaya; 15% brasileños; 9% argentinos; 5% chilenos; 3% estadounidenses; 3% españoles y 14% de otros países. Para analizar el flujo de turismo receptivo, es pertinente centrarse en los pasajeros de nacionalidad extranjera.

Como muestra la Figura 3, la evolución de los pasajeros extranjeros que transitaban por el Aeropuerto de Carrasco no obedece exactamente a lo que muestran la Figura 1 y 2. Dado que únicamente el 19% de los pasajeros foráneos del último quinquenio fueron argentinos, tanto la caída de la actividad argentina como el encarecimiento relativo de Uruguay con el país vecino desde el 2018 se vieron reflejados en menor magnitud en el tránsito de pasajeros por vía aérea.

De todas maneras, al igual que en la entrada total, el año de mayor cantidad de pasajeros fue 2017; y desde allí fue cayendo año a año, pero con descensos de menor tasa. En 2018 fue 0,2% y en 2019 cayó 13%, ambos con respecto al año anterior.

Sin embargo, la caída por el COVID-19 se aprecia con claridad. El cierre de

fronteras afectó totalmente la actividad aérea, y cayó a valores casi nulos. Si bien, luego de la paulatina apertura de fronteras a mediados de 2021, se

comenzó a recuperar la actividad, aún está lejos de los valores prepandemia. El flujo en setiembre se ubicó 34% por debajo del mismo mes del 2019 y fue 33% inferior al promedio de este año. A su vez, en el acumulado del 2022, a pesar de ser más de 5 veces mayor a enero-setiembre del 2021, la cantidad de pasajeros que circularon por el Aeropuerto de mayor flujo del país fue 43% inferior al acumulado de 2019.

En el promedio de América Latina, la recuperación fue mayor y los pasajeros fueron en setiembre cerca de 10% menores al promedio de 2019. El desempeño fue apoyado en buena parte por México que nunca cerró las fronteras. Argentina y Brasil tuvieron un desempeño similar a Uruguay, y Chile tiene una recuperación aún más lenta.¹ A escala global, según un reporte de Corporación América, el tráfico aéreo estuvo 15% por debajo de 2019.

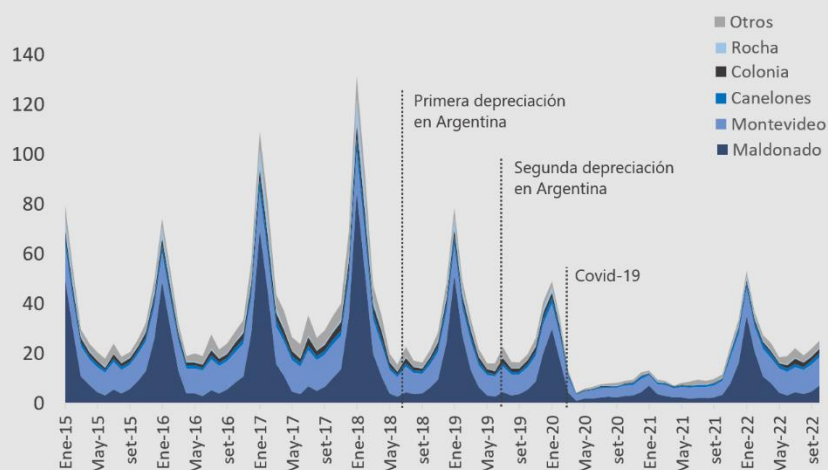
Según un índice de competitividad elaborado por la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo y Amadeus (firma de reserva de boletos), Uruguay se ubicó décimo sobre veintidós países en el ranking regional. La categoría donde obtuvo la peor evaluación fue en tamaño de mercado, mientras que se destacó en servicio de sobrevuelo. En la dimensión de combustible, Uruguay se ubicó con un precio de combustible aéreo por encima al del promedio de la región.²

Cruceros

La industria de cruceros a nivel global ha tenido un desarrollo extraordinario durante más de dos décadas, una tendencia que fue interrumpida por la pandemia del COVID-19, como ocurrió en el conjunto del sector de turismo. Uruguay no fue la excepción y, en ese sentido, a nivel oficial se prevé un fuerte repunte de cara a la temporada de verano como consecuencia de una pandemia en retirada o, por lo menos, sin medidas sanitarias restrictivas (ver Figura 4).

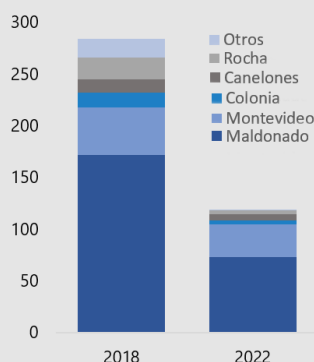
La temporada de cruceros en el país, según el Ministerio de Turismo, se extiende desde octubre hasta abril, con lo

Figura 7. Gasto por departamento
(en millones de USD)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

Figura 8. Gasto por departamento, en temporada de verano
(en millones de USD)



Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

cual trasciende la temporada alta de diciembre-febrero. Las últimas estadísticas difundidas llegan hasta el período 2019-2020 cuando los cruceros arribados al puerto de Montevideo o al de Punta del Este sumaron 166, una cifra superior a las cuatro temporadas anteriores, aunque menor a la de 2014-2015. El Ministerio de Turismo reportó que entre la terminal marítima de Montevideo y la de Punta del Este arribarán en los próximos meses un total de 213 cruceros: 152 en Montevideo y 61 en Punta del Este, un número revelador del despegue de esta modalidad de turismo receptivo.

Gasto de extranjeros

La evolución del gasto realizado por extranjeros en Uruguay es muy similar a la de la cantidad de personas ingresadas al país. El Ministerio de Turismo, a través de encuestas en diferentes puntos de frontera, reporta esta información con periodicidad trimestral. Debido a las medidas restrictivas por el COVID-19, el sondeo se discontinuó en el segundo trimestre de 2020, y volvió a realizarse en el último trimestre de 2021. Por esta razón, y para poder mostrar la evolución mensual, se buscó una variable que ilustre el comportamiento del gasto de manera más detallada. Para ello se accedió a datos provenientes de TotalNet (ex VisaNet), que abarca una proporción significativa de las compras totales.³

A continuación, se presentan los valores reportados por el Ministerio de Turismo y el gasto realizado mediante tarjetas de crédito emitidas en el exterior (eje secundario) en el acumulado trimestral (ver Figura 5).

Como se aprecia, el desempeño de ambas variables es prácticamente el mismo, con una correlación de 0,954.⁴ Por lo tanto, se considera al gasto en Uruguay por tarjetas emitidas en el exterior como una aproximación precisa sobre el gasto de los turistas.

Enero es siempre el mes de mayor gasto, generalmente seguido por febrero (ver Figura 6). La temporada de

Figura 9. Gasto por rubro
(en millones de USD)



Fuente: Elaboración propia en base a datos brindados por TotalNet.

verano 2020-2021 fue la de menor gasto reportada en el período, como es de esperarse, dado el flujo de extranjeros. En la temporada siguiente, el consumo fue similar al de la temporada 2019-2020, pese a que las personas que ingresaron fueron menos de la mitad. Esto puede explicarse en parte por la llegada de visitantes de mayor poder adquisitivo luego de la pandemia, así como por un cambio en el comportamiento de los turistas, con un mayor uso de tarjetas como medio de pago.

Por fuera de la temporada de verano, se aprecia una caída sostenida desde enero hasta junio, y en julio se registra un pequeño aumento debido al período de vacaciones de mitad de año. Luego, a partir de agosto, comienza a incrementarse hasta enero. En cuanto al acumulado del año 2022 (enero-octubre), casi que triplica los realizados en igual período que en 2021, pero es 8,2% menor a enero-octubre 2019.

¿Dónde gastan?

En lo que respecta a dónde se efectuaron los gastos, la Figura 7 muestra su evolución, medido en dólares corrientes, indicándose los primeros cinco departamentos. En la suma del total del gasto desde 2015, Maldonado lidera con el 42,6%, seguido por Montevideo (32,1%); Colonia (5,6%); Canelones (5,4%); y Rocha (4%). El 10,4% restante agrupa a un conjunto de otros departamentos.

Los patrones varían según la región. En Canelones, Maldonado y Rocha, se observa una evolución similar, con picos de gasto en temporadas de verano. A su vez, se aprecian caídas consistentes desde la temporada 2018, gastos casi nulos en 2021 y recuperación en 2022.

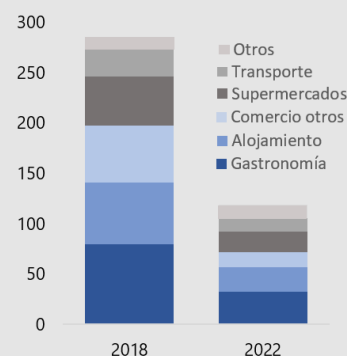
Por otro lado, el gasto en Montevideo tiene menor estacionalidad, dado que presenta un atractivo más diverso, más allá del "sol y playa". Colonia, en tanto, por la misma razón muestra mayores gastos relativos fuera de la temporada de verano que los departamentos de la costa este, pero, de todas maneras, tiene erogaciones mayores durante los meses de verano. Por último, siguen departamentos fronterizos, como Rivera, Cerro Largo, Salto y

Paysandú, que fueron los que más sufrieron las depreciaciones de los países vecinos desde mediados de 2018.

En ese sentido, los departamentos fronterizos con Argentina fueron los que experimentaron una mayor caída: el gasto de extranjeros en Paysandú y Salto fue, entre enero y octubre de 2022, el 16% y 22%, respectivamente, de lo que se dio en igual período de 2017. En temporada alta en períodos diferentes a zonas costeras (Semana de Turismo y vacaciones de julio), los destinos termales recibieron gastos de extranjeros en julio 2022 —mes del año donde se da el mayor gasto por extranjeros— de una magnitud del 18% y 32% de lo que fue en julio 2017. Otros departamentos sede de turismo rural, de temporada alta entre abril y mayo, también se encuentran lejos del gasto de años atrás.

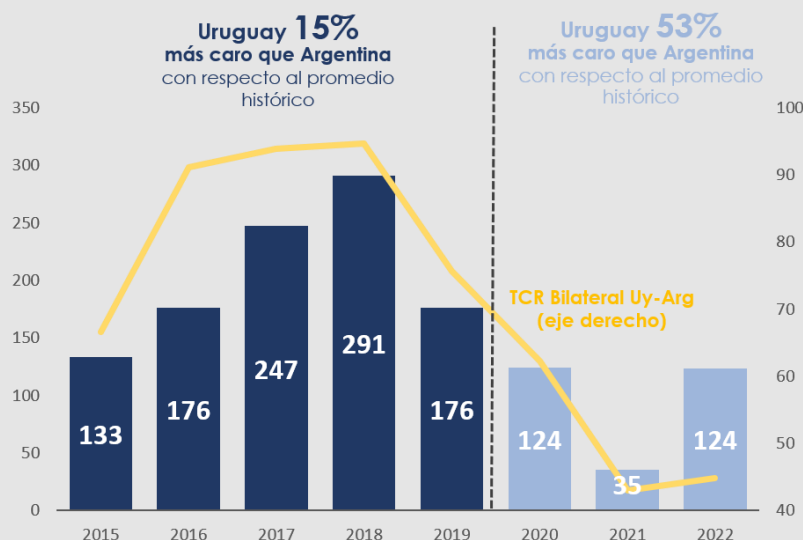
En vistas de una nueva temporada de verano, se busca dimensionar la situación actual comparando los gastos de la mejor temporada de verano (diciembre/17-febrero/18) desde que se tiene registros, y la última (diciembre/21-febrero/22). Según los pagos efectuados

Figura 10. Gasto por sector, en temporada de verano
(en millones de USD)



Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

Figura 11. Gasto en temporada de verano (en USD millones) y Tipo de Cambio Real bilateral Uruguay-Argentina (promedio 1972-2022=100, eje derecho)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

en Uruguay, a través de una porción considerable de las tarjetas emitidas en el exterior, los gastos tuvieron una caída del 58% entre la temporada 2018 y la temporada 2022, en dólares corrientes (ver Figura 8).

En cuanto a la composición sobre el total, Maldonado lideró por amplio margen con el 60% en 2018 y 61% en 2022. Le siguió Montevideo, que representó el 16% en 2018 y el 27% cuatro años después. Rocha representó el 7% en 2018, pero cayó a 3% en 2022. Canelones computó por valores cercanos al 5% en cada temporada, mientras que Colonia cayó del 5 al 3%. El resto de los departamentos cayó en términos relativos, del 6 al 1%.

En dólares, las erogaciones declinaron en todos los departamentos, pero en diferentes magnitudes. Rocha registró la mayor caída (83%), seguido de Colonia (78%), Maldonado (58%), Canelones (50%) y Montevideo (30%). En el conjunto de otros departamentos, los gastos fueron 94% inferiores en 2022 que en 2018. En pesos uruguayos (en términos reales) todas las variaciones fueron de una magnitud similar.

¿En qué gastan?

En cuanto al rubro del gasto, se detalla a continuación su evolución, clasificado por grandes grupos. Como se aprecia en la Figura 9, si se considera el total del gasto desde 2015, las cuatro categorías principales son alojamiento (27%), gastronomía⁵ (23%), comercio otros⁶ (20%) y supermercados (13%).⁷

El comportamiento del gasto no presenta grandes variaciones al comparar los cuatro rubros con mayores erogaciones. Tanto en gastronomía, comercio, alojamiento y supermercados, se aprecian en el año 2017 los valores más elevados y, desde entonces, comienzan a

caer. Luego de la primera depreciación argentina a mediados de 2018, alojamiento y comercio son los rubros de mayor caída en ese año. En tanto, ya con la segunda depreciación, en 2019 se acentúan las caídas en todas las categorías.

Con la declaración de la "emergencia sanitaria" por la pandemia de COVID-19, el sector de supermercados fue el que registró la menor caída en el año y medio de fronteras cerradas. Se intuye que este gasto, de pequeña magnitud, fue empujado por los extranjeros residentes. Hacia el último trimestre de 2021 se

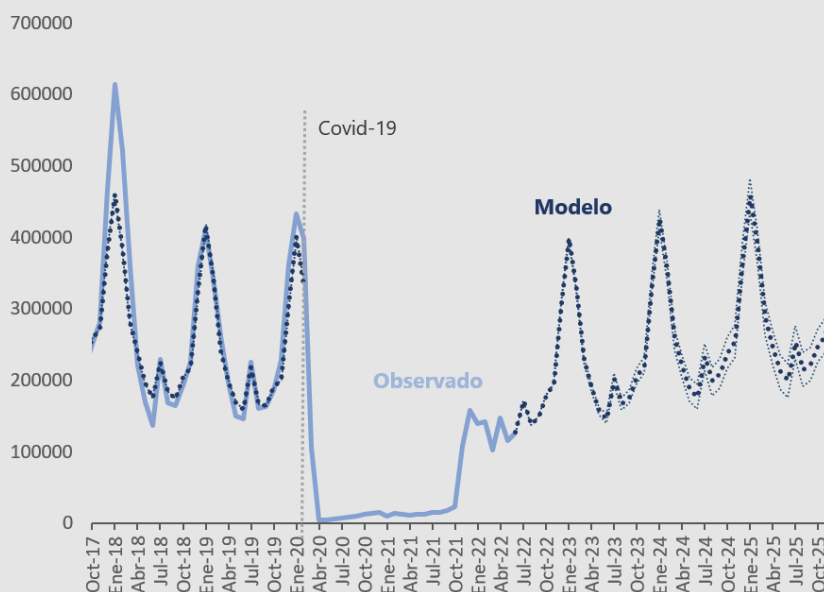
empieza a apreciar una recuperación parcial, con una temporada de verano que únicamente logró sobrepasar los gastos de 2020 en el rubro mencionado. En tanto, en gastronomía fueron 16% menores y 9% en alojamiento, mientras que en comercio se registraron guarismos similares.

De acuerdo con la Figura 10, el rubro en el que más se gasta en la temporada de verano es el gastronómico (28% en 2018 y 27% en 2022). Luego le siguen alojamiento (22%), comercio (20%) y supermercados (17%) para 2018, mientras que en la última temporada de verano representaron el 20%, 13% y 17%, respectivamente. A no ser comercio, con una caída del 73% entre ambos períodos, las restantes categorías sufrieron un descenso en el entorno del 60%. El resto de los gastos se dan en rubros relacionados al transporte, que cayeron 52%, y en otros sectores relacionados en buena parte al entretenimiento, los únicos que tuvieron un crecimiento entre 2018 y 2022 (+24%).

Determinantes del turismo receptivo

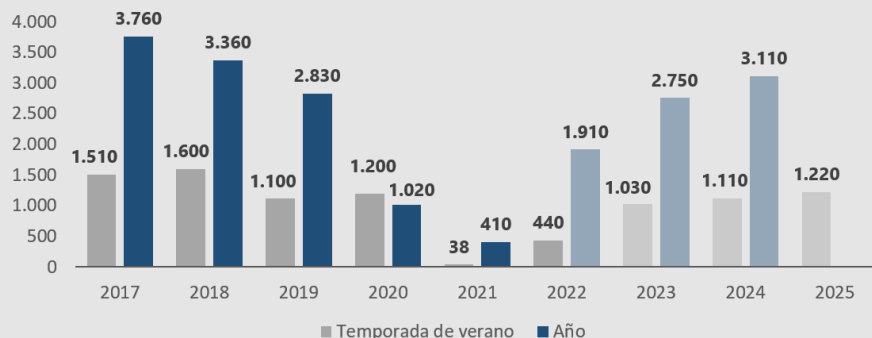
La evolución del gasto se explica por diferentes factores que afectan tanto la llegada de turistas como el gasto en su estadía. Como se mostró con anterioridad, 67% de los turistas extranjeros que llegaron en temporada de verano a Uruguay en las últimas dos décadas provinieron de Argentina. Por ende, los cambios en los flujos de personas provenientes desde este país explicaron en buena parte los niveles totales de personas ingresadas, como se aprecia en la Figura 1. Por lo tanto, resulta imperioso analizar en mayor profundidad los factores más relevantes que determinan los niveles de llegada de turistas desde el país vecino.

Figura 12. Proyecciones de ingreso de extranjeros (en punteado las proyecciones más y menos optimistas)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Proyecciones de ingreso de extranjeros
(en miles de personas)



Fuente: Elaboración propia.

Como surge del estudio, las depreciaciones en Argentina repercuten de manera directa en la temporada turística uruguaya. Con la constante pérdida de valor de la moneda local, Uruguay se encarece cada vez más para los argentinos. Esto se ilustra a través del TCR bilateral entre Uruguay y Argentina.⁸ El TCR se compone por la evolución de ambas monedas en comparación al dólar, y la evolución de la inflación en cada país. Si el tipo de cambio de Argentina (con respecto al dólar) sube, el TCR cae, por lo que Uruguay se encarece con respecto a Argentina. En la Figura 11 se muestra la evolución del TCR bilateral Uruguay-Argentina (promedio en temporada) y el gasto acumulado en cada temporada.

A partir de la primera depreciación a mediados de 2018, con el consiguiente encarecimiento relativo de Uruguay, el gasto acompaña la tendencia. Con la normalización de las restricciones por la pandemia, el gasto tuvo una recuperación parcial a pesar de haberse mantenido los valores de TCR. Esto parece indicar que no es únicamente la paridad cambiaria lo que determina el flujo de visitantes.

En parte a raíz de la depreciación de su moneda, la población del vecino país ha visto en promedio caer sus ingresos monetarios de manera sostenida desde 2018. El salario real fue a fines de 2022 20% menor que a fines de 2017. En el mismo sentido, la actividad económica se encontró a mediados de 2022 en niveles similares a los de 2011, lo que no colabora hacia un mayor flujo de argentinos al Uruguay.

Para poder dimensionar cuánto afecta cada uno de estos factores, se lleva a cabo un análisis de regresión.⁹ Para evitar las disrupciones generadas por la pandemia, se utilizan datos hasta 2019.

Los resultados arrojan que la variable más relevante para determinar el arribo de visitantes a Uruguay es el salario real. Ante un aumento de 1% del salario real argentino, la cantidad de personas arribadas a Uruguay crece 0,73%. En tanto, un abaratamiento de 1% en los precios relativos de Uruguay frente a los de Argentina, genera un aumento en las personas ingresadas de un 0,30%. Ambas variables son estadísticamente significativas.

A través de la descomposición de la varianza es posible determinar el porcentaje de la evolución de la cantidad de extranjeros arribados explicado por cada variable incluida en el modelo. En línea con el resultado anterior, los cambios en los salarios argentinos son los que tienen mayor incidencia en la evolución de las personas extranjeras que llegan a Uruguay, responsable del 23% de sus variaciones. Por otra parte, el 7% de las variaciones en los flujos de arribo son explicados por los cambios en el encarecimiento relativo entre ambos países. Por lo tanto, en caso de que ocurra un abaratamiento relativo de Uruguay con Argentina en los próximos años, deberá ser acompañado con una recuperación del poder de compra de los argentinos para poder lograr una recuperación sólida de los flujos de turistas ingresados.

Con base en los coeficientes obtenidos, se proyecta la evolución de pasajeros para los años siguientes. Para ello se

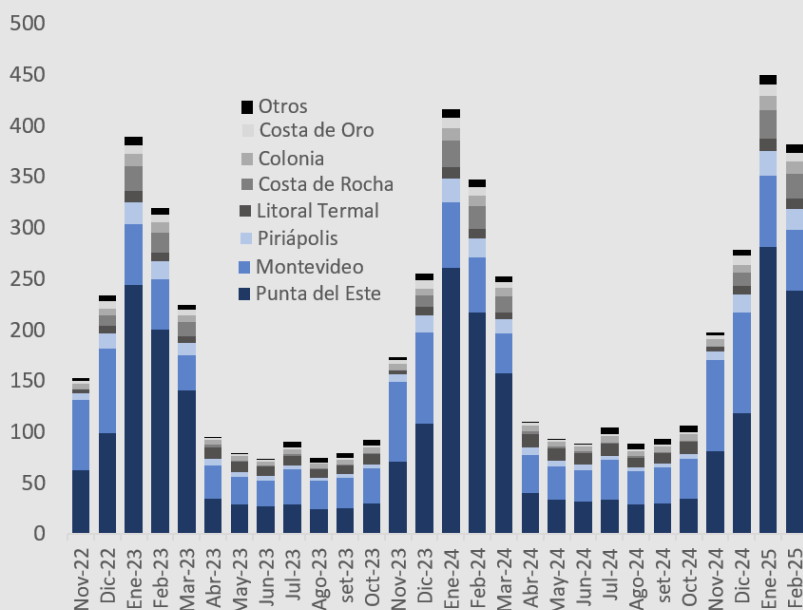
toman las proyecciones de crecimiento de la actividad, inflación y tipo de cambio del Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Central de la República Argentina (BCRA) para el vecino país. Además, se consideran las proyecciones de tipo de cambio e inflación para Uruguay para proyectar la paridad cambiaria entre ambos países. Con los valores proyectados por ambas fuentes para Argentina, se estiman diversos escenarios con diferentes valores esperados de tipo de cambio paralelo de Argentina. En línea fina punteada se ilustran las proyecciones más y menos optimistas.¹⁰ En línea punteada azul, se proyecta el promedio de los escenarios proyectados, y se muestra el desempeño del modelo en los años previos a la pandemia (ver Figura 12).

Como se aprecia en las Figuras 12 y 13, para el promedio de las proyecciones, recién en el año 2024 los extranjeros ingresados volverían a superar los guarismos de 2019. A su vez, apenas en la temporada de verano de 2025 se tendría un ingreso de personas mayor a la temporada 2020. En el total del año, en 2024 se volvería a superar la marca de más de 3 millones de extranjeros ingresados al país, valores que se lograron alcanzar por primera vez en 2016.

En base a las proyecciones de personas ingresadas, se hace una estimación del gasto por región para los próximos dos años, en dólares corrientes (ver Figura 14).¹¹

Se estima que, para diciembre/22-febrero/23, las erogaciones provenientes de extranjeros rondarán los 950 millones de dólares. A su vez, para el año 2023 estarían en el entorno de los 1.950 millones. Para la siguiente temporada de verano, en línea con lo proyectado,

Figura 14. Proyecciones de gasto de extranjeros
(en USD)



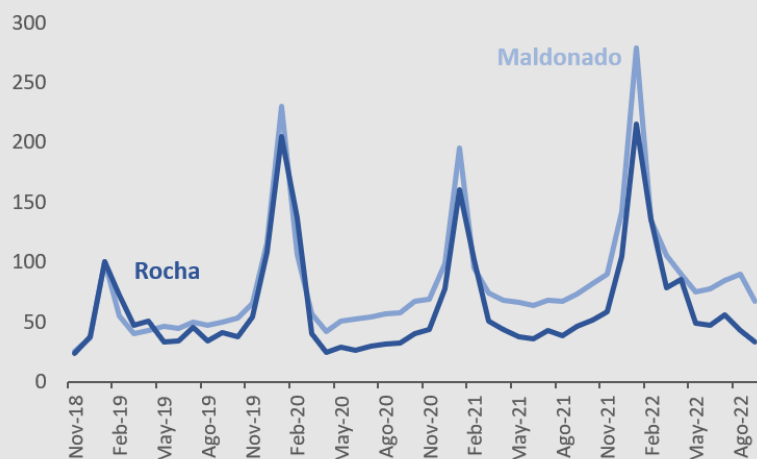
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Gasto en temporada de verano

	Extranjeros	Turismo interno Maldonado	Turismo interno Rocha
Gastronomía	26%	15%	21%
Alojamiento	23%	7%	9%
Comercio otros	18%	17%	18%
Supermercados	16%	22%	25%
Transporte	10%	10%	26%
Otros	7%	28%	2%

Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

Figura 15. Gasto por uruguayos, por tarjetas VISA
(ene-2019=100)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por TotalNet.

las erogaciones apenas superarían los 1.000 millones de dólares, y los 2.150 millones para el total del año 2024. Para la temporada de verano 2025, se alcanzarían los 1.100 millones de dólares en consumo realizado por extranjeros en Uruguay.

En cuanto a la ciudad en la que se realizaría, en promedio para los más de dos años proyectados, Punta del Este sería sede de casi 51% del gasto, 26,1% se daría en Montevideo, 5,5% en Piriápolis, 4,8% en el Litoral Termal, 4,3% en la costa de Rocha, 3,6% en Colonia y 2,4% en Costa de Oro. En tanto, para los meses de temporada de verano, los porcentajes se elevan en ciertos destinos: 57,6% se darían en Punta del Este, 5,8% en Piriápolis, igual porcentaje en la costa de Rocha y 2,6% en Costa de Oro. Por fuera de temporada, las regiones que tienen mejor desempeño que en el total del año son Montevideo, que computa por casi el 34% para marzo-noviembre, el Litoral Termal 7,5% y Colonia 4,5%.

Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (RIET 2008, párr. 2.39). Por lo tanto, para el caso uruguayo, se trata de actividades consideradas

turísticas, realizadas en el país en un departamento diferente al lugar de residencia. Para dimensionar su evolución, se accedieron a diferentes fuentes de datos.

Gasto en destinos turísticos por tarjetas VISA

Como primera aproximación para estimar el gasto relativo al turismo interno,

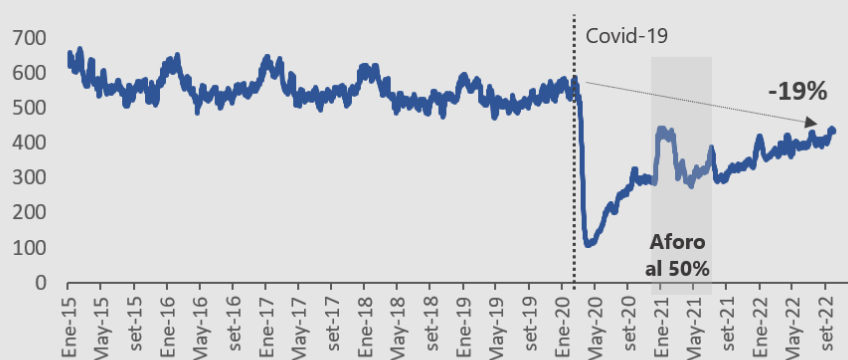
se tomaron las erogaciones hechas en Uruguay, por tarjetas emitidas en el país. En la región este, en particular Maldonado y Rocha, se encontraron patrones significativos de consumo estacionales, justificados por el turismo.¹² Este indicador, a pesar de mostrar con claridad la realidad de ciertos departamentos, no permite apreciar la situación en otros destinos con temporada alta en diferentes periodos, a veces difuso en meses. Para estos casos, no se visualiza una estacionalidad notoria en el consumo que pueda ser explicada por el turismo.

Dado que se trata de una proporción del gasto total, y que una parte de las erogaciones no corresponden a turismo interno, se presenta la evolución del consumo en ambos departamentos con base en enero 2019=100 (ver Figura 15). A su vez, y por esta razón, solo se consideran los meses de verano para el análisis.

Como se aprecia en las figuras, en ambos departamentos se da un mayor gasto en los meses de verano, con un pico en el mes de enero. Los rubros en los que se realizan el gasto tienen cierta diferencia con respecto a las erogaciones realizadas por extranjeros; considerando únicamente diciembre-febrero, en las últimas cuatro temporadas de verano, supermercados y minimercados aparecen como el receptor de una proporción significativamente mayor: 22% en Maldonado y 25% en Rocha. Por otro lado, gastronomía y alojamiento reciben menos gasto, en proporción del total, que los visitantes. Para Maldonado y Rocha, gastronomía representó el 15% y 21% del gasto, respectivamente, mientras que fue el 7% y 9% para alojamiento. El comercio en otros rubros, más allá de la gastronomía y compras de supermercados, tuvo proporciones similares, siendo destino del 17% y 18% del gasto total. En transporte se ve una diferencia grande para Rocha, donde fue responsable del 26% del total, mientras que en Maldonado correspondió al 10%, similar al comportamiento de extranjeros (ver Tabla 4).

Por otro lado, en ambos departamentos se registró un aumento significativo en

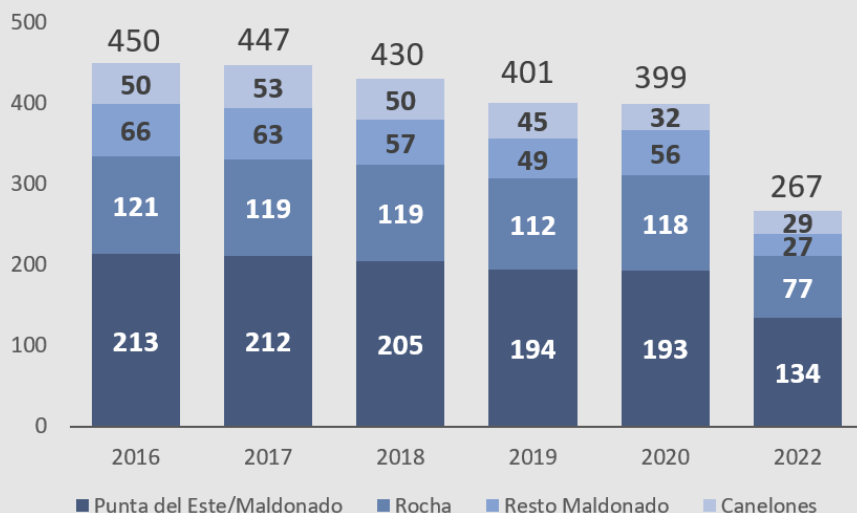
Figura 16. Partidas diarias de ómnibus desde Tres Cruces hacia todo el país
(promedio últimos 15 días)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Tres Cruces.

Figura 17. Pasajeros en ómnibus con origen Tres Cruces hacia costa atlántica

(en miles, en temporada de verano)



Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Tres Cruces.

la temporada 2020, con respecto al año anterior. Con la irrupción del COVID-19, la temporada siguiente —únicamente impulsada por turismo interno— tuvo menores gastos que la anterior. Una vez superadas las restricciones sanitarias, en diciembre/febrero 2022 se dio una recaudación 43% y 34% mayor, en dólares, a la temporada anterior, y 23% y 1% superior a la temporada prepandemia, para Maldonado y Rocha respectivamente.

Pasajeros por transporte interdepartamental

Por otro lado, es posible llegar a una segunda aproximación al dimensionar el flujo de ómnibus interdepartamentales, con origen en la terminal de Tres Cruces. Si bien engloba a una proporción del movimiento total, y buena parte no corresponde a turismo, arroja una idea de la evolución de un medio de uso masivo para el turismo interno. Al igual que en el análisis anterior, se detecta un fuerte comportamiento estacional, con mayor flujo en los meses de verano. A su vez, el hecho de contar únicamente con la cantidad de unidades que partieron y arribaron a Tres Cruces y no con el número de pasajeros, no permite apreciar aumentos significativos en períodos correspondientes a temporada alta para otros destinos, como ser el termal.

La recuperación no es completa con respecto a niveles de prepandemia, y en octubre de 2022 se ubicó 19% por debajo de igual mes de 2019. Cabe destacar que, entre diciembre de 2020 y julio 2021, rigió una medida de 50% de aforo debido a razones sanitarias, por lo que elevó la cantidad de unidades de transporte en este período (ver Figura 16).

Dado que el mayor flujo se explica en buena parte por el aumento del tráfico de ómnibus con destino la costa atlántica, se analiza en particular las partidas hacia esa dirección. En la figura 17 se consideran todos los ómnibus con dicho destino y que tuvieron como origen la terminal Tres Cruces, desde la

segunda quincena de diciembre hasta finales de febrero.¹³

Desde la temporada 2015/16, el número de pasajeros ha disminuido año a año. Una vez llegado el COVID-19, las medidas de aforo generaron que los datos en ese período (temporada 2020/21) no sean comparables con otras temporadas, por lo que no se incluye en el análisis. Luego de superada las medidas de aforo, la temporada 2021/22 registró un flujo de pasajeros 22% menor a la temporada 2019/20, y 41% inferior a seis años atrás.

En promedio, en las últimas temporadas, el 48% de los pasajeros viajaron con destino Punta del Este/Maldonado, mientras que 27% fue hacia localidades del departamento de Rocha. En tanto, 14% viajó con destino final otras localidades de Maldonado y el 11% restante lo hizo hacia balnearios de Canelones.

Impacto económico

Para poder analizar el impacto del turismo en la actividad económica del

país, se estimó su participación en el Producto Bruto Interno (PBI).

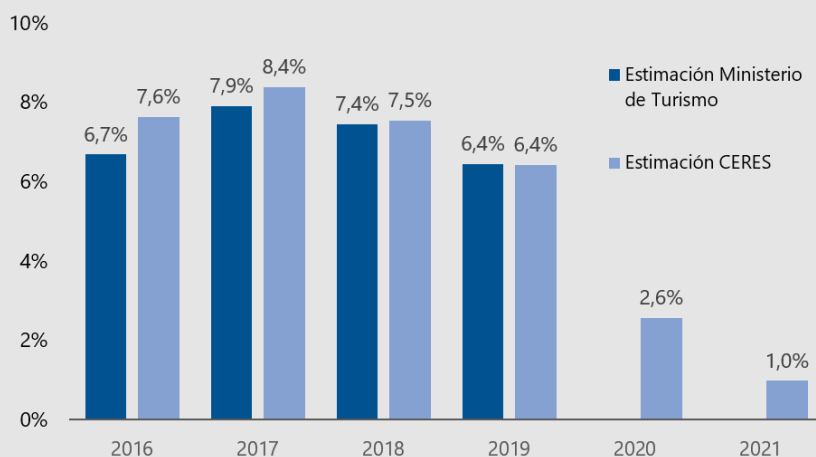
Para ello, se procedió a descomponer el valor bruto de producción —que representa el total de producción vinculado a un sector de la economía— en consumo intermedio y valor agregado. La idea detrás de esto es que el PBI puede ser entendido como la suma del valor agregado de la producción total del país, por lo que la suma del valor agregado de los sectores vinculados al turismo representaría el PBI turístico.

El valor agregado representa lo que se suma de valor en cada etapa de la producción o el valor de todos los bienes finales de la economía. Por ejemplo, si alguien compra lana por \$100 y vende un sweater a \$150, el valor agregado sería de \$150. El valor bruto de producción, en cambio, sería de \$250, \$100 de la lana y \$150 del sweater: en este caso se está contando el valor de los insumos dentro del valor bruto de producción, a diferencia del caso del valor agregado.

El turismo es un sector especialmente complejo para realizar una estimación de impacto, ya que se comporta como una especie de "sector compuesto". La actividad turística sucede a lo largo de múltiples industrias y la única manera de diferenciarla de la actividad normal es entender el motivo por el cual se realiza o el contexto. Una persona podría realizar la compra en un supermercado y no se consideraría parte de la actividad turística, pero la misma conducta en un contexto en el cual la persona está fuera de su hogar para vacacionar representa una actividad turística. Este criterio hace de la medición de indicadores vinculados al turismo un ejercicio de alta complejidad y sujeto a problemas de subestimación o sobreestimación.

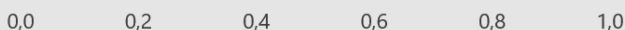
La metodología empleada se basó en la utilizada en la elaboración de la *Cuenta Satélite de Turismo*, llevada a cabo por el Ministerio de Turismo.¹⁴ A diferencia de la última estimación realizada por el Ministerio, la cual se basó en los Cuadros de Oferta y Utilización (COU) de 2005, la estimación de CERES contó con los COU de 2016. Para realizar la estimación

Figura 18. Participación del Turismo en el PBI



Fuente: Elaboración propia

(en base a Cuadro de Oferta y Utilización 2016)



Fuente: Elaboración propia

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

La estimación propia refleja una participación algo superior al diagnóstico del Ministerio para 2016-2018 (ver Figura 18). Para 2019, la participación del sector en el PBI se estima en 6,4%, en ambas estimaciones. Dado que, a partir de 2020, el Ministerio de Turismo no hizo más el ejercicio, la estimación para 2020 y 2021 resulta novedosa.

Desde el año 2017, la participación del sector tiene una tendencia a la baja, en línea con los datos analizados antes. El año 2020, si bien tuvo sus dos primeros meses con relativa normalidad, la participación se desplomó con la llegada de la pandemia. En 2021, con fronteras cerradas en gran parte del año, la caída se consolidó en buena parte por el hecho de que la temporada de verano fue impulsada únicamente por el turismo interno, así como la Semana de Turismo y vacaciones de julio.

Derrame en la economía

Para estimar el impacto del sector en la economía, se analiza el multiplicador de valor agregado. El multiplicador de valor agregado surge de la matriz insumo producto (MIP) elaborada por CERES en base al COU de 2016. La MIP registra los destinos de la producción de todos los sectores de la economía y los insumos que utiliza cada uno. La construcción de la MIP se realizó basada en las metodologías presentadas en Eurostat (2008) y Cepal (2017).¹⁵ El análisis a través de la MIP es considerado valioso para evaluar los impactos macroeconómicos de un sector.¹⁶

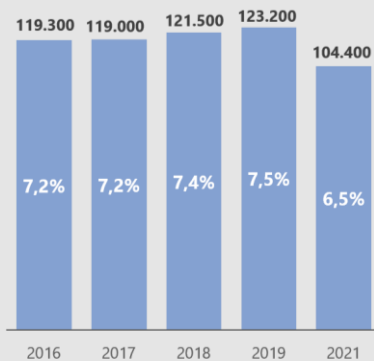
La Figura 19 muestra el impacto directo más indirecto en el PBI al agregar un peso adicional en el sector, desa-

gregado por sectores relevantes para la economía uruguaya. Con base en este análisis, se muestra que, por cada peso gastado por un turista, el impacto en el PBI casi se duplica. Se trata de uno de los sectores con mayor multiplicador de valor agregado, superado únicamente por la cría de ganado y los frigoríficos. A su vez, es superior al promedio de los sectores de la economía, con un multiplicador de 0,79.

Empleo

El efecto sobre el empleo de cada industria es esencial a la hora de evaluar su impacto. Para ello, se utilizaron los

Figura 20. Empleo turístico

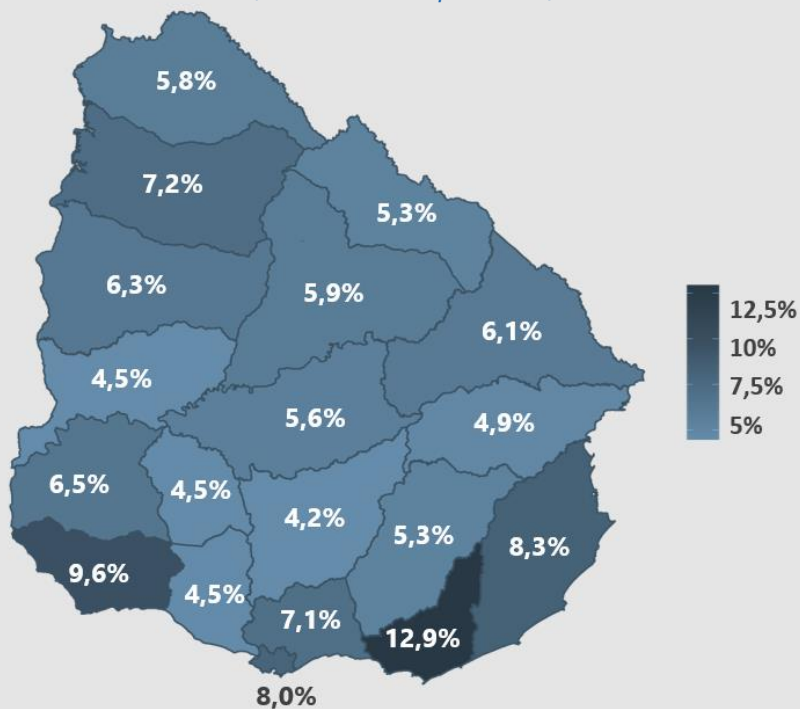


Fuente: Elaboración propia con base en INE.

datos provenientes de la Encuesta Continua de Hogares (ECH), tomando todos los empleos vinculados a las industrias turísticas. Para mantener coherencia con las estimaciones previas, se utilizaron los códigos del Clasificador Internacional Industrial Uniforme revisión 4 (CIIU rev.4) que corresponden a las industrias utilizadas en la estimación del peso del turismo en el PBI uruguayo. Finalmente, se utilizaron personas empleadas y no puestos de trabajo para realizar esta medición, de manera tal que no se cuentan múltiples veces las personas que tienen varios empleos vinculados al turismo.

La razón de utilizar empleos vinculados al turismo es que es el estándar internacional, consistente con los criterios de la Organización Mundial de Turismo (OMT), plasmado en el documento "Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008". Estimar el empleo turístico

Figura 21. Distribución geográfica del empleo
(como % del empleo total)



Fuente: Elaboración propia con base en INE.

presenta dificultades similares a las de la estimación de la participación del turismo en el PBI, dado que el turismo es una industria compuesta de otras industrias, y el empleo que corresponde al turismo es aquel vinculado a la actividad turística, no es posible hacer una medición directa de cuántos empleos se generan por el turismo. Por ejemplo, con las compras, un trabajador de un supermercado que atiende personas que no son turistas, no representa un empleo turístico, pero si atiende a por lo menos un turista ya se podría tratar de un empleo turístico. Esto dificulta la medición, y por ello se toma como referencia el empleo en las industrias vinculadas al turismo.

Desde el año 2016 hasta previo a la pandemia, el empleo turístico ha mantenido cierta estabilidad, en el entorno de las 120 mil personas ocupadas (Figura 20). Una vez arribada la pandemia, con la actividad turística resentida, las personas empleadas cayeron menos que la actividad, y se registraron en 2021 cerca de 105 mil ocupados.¹⁷ Esto da muestra de una resiliencia importante, que lo fortalece para afrontar una recuperación que aún es parcial.

En España, por ejemplo, el empleo turístico —también denominado como Población Empleada en el Turismo (PETU)— computó por el 12,8% de la población en 2018. En Uruguay, para este año, la PETU fue 7,4%. Con el objetivo de hacer un ejercicio comparativo, en caso de que Uruguay lograra alcanzar este ratio de personas empleadas al sector con la creación de nuevos empleos, en el largo plazo significaría que 103 mil personas más estarían trabajando en empleos relacionados al turismo.

En términos de la incidencia del empleo turístico a nivel departamental, Maldonado es el que tiene mayor relevancia, representando un 12,9% de todo el empleo (ver Figura 21). Luego siguen Colonia, Rocha, Montevideo y Salto.

En la misma línea, se analizó la informalidad en el sector turístico con datos del año 2019, dado que aún no se cuenta con información cerrada de 2022. Para el 2019, con base en datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, la informalidad fue, en promedio, del 24,8%. En tanto, con base en cálculos realizados por CERES, en aquellos empleos vinculados al sector turístico la informalidad fue del 23,4%. Por tanto, si bien se trata de un número elevado que atenta contra el futuro de casi un cuarto de los empleados, el ratio se ubicó en guarismos comparables con el total de la economía.

Otro resultado relevante surge al analizar la propensión de automatización del empleo vinculado al sector. Para ello, se utilizaron datos de la ECH¹⁸ y la metodología de automatización de empleo de Oxford¹⁹ (Frey y Osborne, 2017). Esta metodología sugiere que estos empleos serían potencialmente automatizables en un período relativamente corto. Para el total de la economía, la automatización a corto plazo representa un 27,6% de los puestos de trabajo, pero para el turismo significa un 20,9%.

Con base en las habilidades utilizadas en la Metodología Oxford y las tareas especificadas por MIT²⁰, se analizó en detalle la situación del empleo del sector. Si se compara con el total de los empleos de la economía, en aquellos relacionados al turismo es necesario contar con habilidades relativas a ayudar y cuidar a clientes, así como brindar asistencia y apoyo emocional. A su vez, el empleo turístico es más intensivo en tareas relativas al establecimiento de relaciones personales que el promedio de la economía. Por tanto, el turismo genera empleo donde cualidades innatas a lo humano son más relevantes y necesarias; empleos de calidad.

Recomendaciones

A continuación, se plantean sugerencias en función del análisis de CERES, así como de las entrevistas realizadas que permitieron reforzar la consistencia de datos cuantitativos:

1) La falta de información de calidad es un serio inconveniente que dificulta un conocimiento exhaustivo sobre la realidad del Turismo, un sector de actividad de una alta incidencia en el Producto Bruto Interno (PBI), pero de una dispersión en las Cuentas Nacionales que no permite apreciar su influencia en la economía y, a su vez, ver el desempeño particular de los diferentes rubros que lo constituyen. Además, su medición tiene una dificultad adicional: abarca el consumo de los visitantes en diversas modalidades de comercio minorista, servicios bancarios e incluso servicios públicos, durante el tiempo que dure la estadía.

En ese sentido, parece necesario que se implante un sistema unificado de estadísticas de Turismo, que recoja los indicadores relevantes del sector, con independencia técnica, y que se aproveche de las herramientas tecnológicas para establecer un monitor de carácter permanente. Datos fiables, publicados con regularidad, permitirían evaluar mejor las políticas, así como seguir la marcha del sector con más precisión y dar respuestas precisas a las demandas de los actores vinculados al turismo.

El parón del turismo como consecuencia del COVID-19 y las medidas sanitarias perjudicó la realización de las encuestas por parte del Ministerio de Turismo, de donde surgían los datos básicos en torno al desempeño sectorial. En esta línea, para poder obtener un análisis más preciso, sería pertinente introducir nuevas preguntas, por ejemplo, referidas al alojamiento de los viajeros. En ese sentido, el formulario de ingreso a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) puede ser una buena referencia.

La etapa pospandemia es una buena oportunidad para revalorizar la Cuenta Satélite, que ayudaría a visualizar mejor el desenvolvimiento empresarial e inscribirse en países con un manejo potente de estadísticas de turismo, como España. De igual manera, dada su magnitud, se podría analizar su inclusión como sector de actividad en las Cuentas Nacionales.

Hay iniciativas en marcha que podrían tenerse en cuenta a la hora de diseñar las fuentes y herramientas para las estadísticas de Turismo. El Observatorio Turístico de Colonia, llevado a cabo por la Dirección de Turismo del departamento y por la Asociación Turística de Colonia, así como el Observatorio Turístico de Montevideo, son muestras de esfuerzos conjuntos que permiten tener una aproximación del desempeño del turismo en cada departamento.

Podría proyectarse una plataforma digital integrada, pensada para conocer y monitorear en tiempo real el comportamiento del sector con estadísticas construidas con base en información proporcionada por organismos públicos, entidades privadas y el ámbito académico. Asimismo, realizar acuerdos público-privado con el propósito de sentar lineamientos para una actuación en conjunto que permita establecer relaciones de complementación y de cooperación. Una gobernanza que involucre a todas las instituciones y ramas de actividad asociadas al turismo puede ser de gran ayuda para impulsar políticas públicas a favor del desarrollo del sector.

2) Como surge de la investigación, la crisis de Argentina y la diferencia cambiaria han impactado en la actividad turística; pero esto podría amortiguarse con algunas medidas concretas que no requieren de una cuantiosa inversión.

Por ejemplo, acelerar los trámites de frontera podría colaborar con la llegada de un flujo mayor de visitantes, así como evitar frustraciones que desincentiven visitas futuras. De igual manera, y dada la situación actual, sería pertinente ofrecer una mejor gama de servicios en frontera para los visitantes retrasados por los trámites aduaneros.

A su vez, del estudio surge la necesidad de poner en marcha el funcionamiento de una comisión público-privada con el objetivo de diseñar un Plan de Contingencia para amortiguar, dentro de lo posible, las consecuencias de eventos que provoquen caídas de la actividad. La situación económica argentina desde 2018 ha perjudicado la actividad, pero, sobre todo, sería pertinente lograr atenuar caídas drásticas como ocurrió con la pandemia. El país tiene experiencia en la materia, enfocada mayormente en amortiguar dentro de lo posible, eventos que afectan al sector primario.

En la actualidad, a pesar de diferentes apoyos y beneficios que surgieron a raíz de la pandemia, no existen mecanismos suficientes para atender de igual manera a actores de gran heterogeneidad como los envueltos en el sector. El rebrote actual de los contagios por COVID-19 del que Uruguay no escapa, da muestra de la pertinencia de prepararse de la mejor manera para este tipo de escenarios, más allá de su probabilidad de ocurrencia.

3) La situación económica corriente del vecino país ha dejado al descubierto los problemas potenciales que supone la alta dependencia de un único mercado. Por esto surge la necesidad de políticas que contribuyan a la diversificación de origen de los visitantes.

Pero ello es difícil si no se trabaja en una estrategia de mediano plazo para mejorar la conectividad del Aeropuerto de Carrasco y la llegada de más aerolíneas. Podría explorarse si una aerolínea de bandera uruguaya puede contribuir a resolver el problema de la conectividad que, además, se refleje en precios más accesibles.

Como surgió del análisis, los turistas que arriban al país por vía aérea son quienes tienen, en promedio, una mayor cantidad de días de estadía y gasto per cápita, tanto en el total del viaje como por día. Atacar las barreras de la industria para lograr mayor competitividad, como ser el costo del combustible - el más caro de la región, que representa más del 50% del total de los costos- podría coadyuvar a la llegada de más visitantes.

Un plan con el objetivo de atraer más aerolíneas y diversificar las rutas aéreas ayudaría, además, a captar nuevas inversiones y potenciales nuevos residentes; factores decisivos para mejorar la competitividad en general de la economía.

Pero, además, una mejor conectividad permitiría desarrollar una modalidad en

expansión como significa el viaje de trabajo, el denominado turismo MICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones), que ayudaría a atenuar la estacionalidad que padece el sector.

El foro *Test & Invest Uruguay Business Summit*, realizado en noviembre 2022 en Punta del Este, por parte del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) con el apoyo del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Uruguay XXI y la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), muestra nuevos horizontes para el turismo. El *Innovation Hub*, un programa del gobierno para atraer inversiones innovadoras, va en esta línea, buscando potenciar al país en un polo de innovación con fuertes implicancias para el sector.

De cara al futuro, desde el sector público y del privado deberían aunar esfuerzos para introducir mejoras en infraestructura y servicios que, como se demuestra en la literatura, es determinante para atraer una mayor cantidad de visitantes.

4) Una propuesta trasversal al conjunto de las recomendaciones es la aproba-

ción de un plan de comunicación digital, con contenido audiovisual de calidad e información turística de promoción de los destinos turísticos, en función de las estaciones del año. En este sentido, es importante contar con presencia significativa en metabuscadores.

En base a las entrevistas y el análisis realizado, se detectaron oportunidades de crecimiento en el sur de Brasil. Para esto, además de lo mencionado, es pertinente una mayor presencia física en estos destinos, donde tanto la instalación de nuevas oficinas comerciales como potenciar las existentes juegan un papel clave.

A su vez, se debe trabajar en una mayor promoción extrarregional, con el objetivo de atenuar los riesgos mencionados en el punto anterior.

Las atracciones naturales del país, la estabilidad en el orden político y económico, y condiciones aceptables de seguridad, son potentes atractivos para que una alianza público-privada pueda proyectar una actividad sostenida del turismo, con implicancias en las inversiones, en la actividad económica y en la creación de empleo.

Bibliografía

- Atmark, Silvia y Larruina, Karina. (2011). Cuantificación y caracterización general del empleo turístico en Uruguay. *QUANTUM*, volumen VI, N° 1, 2011, pp. 80 a 94, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República, Uruguay. https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/10560/1/DT_10_041.pdf
- Altmark, Silvia; Mordecki, Gabriela; Santiñaque, Florencia; Risso, W. Adrián. (2012). Argentinian and Brazilian Demands for Tourism in Uruguay. *Tourism Analysis*, Volume 18, Number 2, pp. 173-182. Cognizant Communication Corporation. <https://www.ingentaconnect.com/contentone/cog/ta/2013/00000018/00000002/art00005?crawler=true>
- Álvarez Vaz, Ramón; Altmark, Silvia; y Larruina, Karina. Evolución del turismo receptivo de Uruguay en 2004-2017 mediante métodos de clusters longitudinales. (2021). Estadística, Probabilidad y sus áreas de acción. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Dirección General de Fomento Editorial, México, pp. 85-98. https://www.researchgate.net/publication/342504321_EVOLUCION_DEL_TURISMO_RECEPTIVO_DE_URUGUAY_EN_2004-2017_MEDIANTE_METODOS_DE_CLUSTERS_LONGITUDINALES
- Alonsopérez, María José y Risso Wiston Adrián. Una aproximación al PIB turístico departamental de Uruguay en 2010. (2014) Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Volumen 12 N° 4. pp.779 a 789. (http://www.pasosonline.org/Publicados/12414/PS0414_09.pdf)
- Armellini Di Santi, Armellini y Isabella Revetria, Fernando Rafael. Turismo receptivo en Uruguay: una evaluación del aporte al producto, el empleo y las remuneraciones. (2003). <https://www.bcu.gub.uy/Comunicaciones/Jornadas%20de%20Economia/iees03j3450803.pdf>
- Brida, Juan Gabriel; González, María Noel; Lanzilotta, Bibiana. (2016). Análisis de los Determinantes del Turismo Interno en Uruguay. *Revista de estudios regionales*. Volumen 108, pp. 43 a 74. <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf-articulo-2512.pdf>
- Brida, Juan Gabriel; Lanzilotta, Bibiana; Pereyra, Juan Sebastián; y Pizzolon, Fiorella. El turismo como factor del crecimiento económico: un estudio comparativo de los países del Mercosur. (2013). *Revista de Economía Mundial* N° 34, 2013, pp. 75 a 96. <https://cinve.org.uy/wp-content/uploads/2013/10/Revista-de-Econom%C3%ADa-mundial-34-2013-75-96.pdf>
- Domínguez, Magdalena; Lanzilotta, Bibiana; Rego, Santiago; y Regueira, Paola. ¿Precios o ingresos? Determinantes económicos de la demanda turística actual en Uruguay. (2014). CINVE. Documento de trabajo. DT 03/2014. <https://cinve.org.uy/wp-content/uploads/2014/10/DT-03-14-Turismo-Receptivo.pdf>
- Frey, Carl Benedikt, y Michael A. Osborne. The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?. *Technological forecasting and social change* 114 (2017): 254-280.
- Martín Roda, Eva y Sassano Luiz, Silvana. El turismo procedente de Argentina en Uruguay: un análisis comportamental cuantitativo. (2020). Cuaderno de Turismo. N° 45 (2020). pp.239 a 254. Universidad de Murcia. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/426111/283161>
- Mantero, Rafael; Perelmuter, Nicole; y Sueiro Ignacio. Determinantes Económicos del Turismo Receptivo en Uruguay: ¿Aporta información relevante un análisis desagregado? (2004). Centro de Investigaciones Económicas (CINVE). Congreso: Decimonovenas Jornadas Anuales de Economía, Banco Central del Uruguay. <http://www.bvrie.gub.uy/local/File/JAE/2004/iees03j3430804.pdf>
- Mordecki, Gabriela. (2014). Determinants of argentinean tourism demand in Uruguay. (2014). Serie Documentos de Trabajo del Instituto de Economía. DT 17/2014. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la República. https://www.bcu.gub.uy/Comunicaciones/Jornadas%20de%20Economia/t_mordecki_gabriela_2014_2427.pdf
- Mordecki, G., Leiva, A. & Desplas, N. (2016). Tourism demand for Mexico and Uruguay. Serie Documentos de Trabajo, DT 09/2016. Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad de la República, Uruguay. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/8370/1/dt-09-16.pdf>
- Perera, Gonzalo; Sprechmann, Martín; Bourel, Mathias. (2020). Benefit segmentation of a summer destination in Uruguay: a clustering and classification approach. *Journal of Tourism Analysis*. Volumen 27. N°2, pp.185 a 206. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTA-07-2018-0019/full/pdf?title=benefit-segmentation-of-a-summer-destination-in-uruguay-a-clustering-and-classification-approach>

Notas

¹ Según información brindada por Aeropuertos Uruguay.

² “¿Qué tan competitivo es el transporte aéreo uruguayo? Así le fue en el ranking regional” – El País Uruguay

³ Las compras con tarjetas VISA representan aproximadamente el 25% del total del gasto por extranjeros reportado por MINTUR, por la existencia de otras tarjetas y de transacciones con efectivo.

⁴ Dos series con variaciones de igual magnitud tienen una correlación de 1. Se toman los valores prepandemia para el cálculo.

⁵ Engloba restaurantes y otros comercios que ofrecen opciones de alimentación.

⁶ Incluye el gasto en comercios no relativos a la gastronomía ni a supermercados.

⁷ Incluye tanto supermercados como minimercados.

⁸ Tipo de Cambio Real Bilateral: $(IPC^*/TC^*)/(IPC/TC)$ donde * representa el país extranjero. El TCR bilateral con respecto a Argentina se hizo en función a la cotización del dólar Blue (TC^*) .

⁹ $Log(Tur_{Arriv}) = \beta_0 + \beta_1 * Log(TCR_{ArgUy}) + \beta_2 * Log(Salario_{RealArg}) + \varepsilon_i$

donde:

Tur_{Arriv} es la cantidad de personas extranjeras que llegaron a Uruguay

$(\beta_0 = 6,8558)$

TCR_{ArgUy} es el Tipo de Cambio Real Bilateral entre Uruguay y Argentina $(\beta_1 = 0,3039)$

$Salario_{RealArg}$ es la evolución de los salarios reales en Argentina $(\beta_2 = 0,7323)$

En conjunto, el modelo explica el 42% de la varianza de las personas arribadas al país.

¹⁰ Como escenario “optimista” para el turismo receptivo uruguayo, se toma un crecimiento esperado de la actividad argentina de 4% en 2022, 2% en 2023 y 2% en 2024 y para la inflación 100% a fin de 2022 y 96% y 70% para los años siguientes (proyecciones FMI). El tipo de cambio blue, se proyecta con un crecimiento constante hasta alcanzar 400 a fin de 2024.

Como escenario “pesimista”, el crecimiento proyectado es 4,8%, 0,9% y 1,9% y la inflación 100%, 60% y 40% (proyecciones BCRA). El tipo de cambio blue se proyecta con crecimiento constante hasta alcanzar 600 a fin de 2024.

En ambos casos se toman las proyecciones oficiales para tipo de cambio e inflación uruguaya. Para los salarios reales, se proyecta el mismo crecimiento que la actividad.

Para 2025, dado que las proyecciones de BCRA y BCU sobre tipo de cambio, inflación y actividad argentina van hasta 2024, se considera que la paridad cambiaria se mantiene constante en el año y que la actividad crecerá como proyecta FMI: 2%.

¹¹ Se considera que la distribución territorial de los turistas reportada desde fines de 2021 hasta el tercer trimestre de 2022 por parte del Ministerio de Turismo en la sección Turismo Receptivo, se mantiene, por período, para los años siguientes. De igual manera con el gasto reportado por persona. Se calcula en dólares corrientes.

¹² Regiones Este, Metropolitana, Centro-Sur, Norte y Corredor de Pájaros Pintados.

¹³ Para obtener la cantidad de pasajeros totales, se multiplica la cantidad de ómnibus por 28, dado que esa es la cantidad de pasajeros promedio para temporada alta (del 15/12 al 28/2).

¹⁴ Los supuestos utilizados se explicitan en Altmark (2009). La Cuenta Satélite de Turismo (CST) es un instrumento que reúne información económica sobre actividades turísticas, y que brinda registros continuos, confiables y comparables a nivel internacional.

¹⁵ La construcción de esta matriz en base a los Cuadros de Oferta y Utilización requiere que se hagan algunos supuestos sobre la estructura de ventas de los productos. En este caso, se supone que cada producto tiene una “estructura de ventas determinada”. Esto significa que, lo que cada sector utiliza (demanda) de cada producto no depende del sector que lo produce. Este es el supuesto más común en el armado de MIP “sector-por-sector” (Eurostat, 2008). Adicionalmente, se supone que los márgenes de comercio y los impuestos siguen la misma distribución que la utilización de bienes en la economía.

¹⁶ De todas maneras, presenta ciertas limitaciones. En primer lugar, la MIP representa un análisis estático y representa la estructura productiva de la economía en el año al que se refieren los COU. En este caso, los datos provienen de 2016 y representan una economía de hace 6 años, pero se considera que la economía uruguaya no ha sufrido transformaciones tales que la MIP queda completamente invalida para las necesidades de análisis presentes. Por otro lado, la MIP no permite economías de escala. Cuando existen economías de escala la empresa tiene la posibilidad de bajar su costo unitario a medida que aumenta la producción, pero la MIP solo permite economías donde todos los costos aumentan de forma proporcional a los aumentos de la producción. Para poder duplicar la producción actual se necesita duplicar los insumos que se utilizan durante el proceso productivo, algo que no necesariamente sucede en la realidad.

¹⁷ Por disponibilidad de datos no se incluye 2020 en el análisis.

¹⁸ Encuesta Continua de Hogares, Instituto Nacional de Estadística (2019).

¹⁹ La metodología Oxford utiliza un modelo de clasificación probabilístico para asociar una probabilidad de automatización a 702 ocupaciones presentes en O*NET (base de datos de empleo de Estados Unidos). Este modelo está entrenado en base a la clasificación manual de 70 ocupaciones como automatizables y tiene en cuenta una serie de habilidades que podrían representar un cuello de botella a los procesos de automatización. CERES asocia las probabilidades resultantes de esta metodología a las ocupaciones presentes en Uruguay.

²⁰ La metodología MIT descompone a cada ocupación presente en O*NET en tareas y a su vez esas tareas son clasificadas como manuales y cognitivas. La clasificación en manuales y cognitivas se subclasifica para llegar a las siguientes categorías: manuales rutinarias, manuales no rutinarias, cognitivo rutinarias y cognitivo no rutinarias. Las tareas rutinarias son las que tienden a ser repetitivas. Las cognitivas no rutinarias se pueden dividir en dos tipos: analíticas e interpersonales.