

IDEAS PARA EL TURISMO URUGUAYO ANTE EL IMPACTO DEL COVID-19

Seminario IESTA, 5 de agosto 2020

Mag. Ec. Silvia Altmark, GIEET



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

IESTA INSTITUTO
DE ESTADÍSTICA



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

0. Turismo, área de investigación del IESTA
1. Situación del turismo internacional (OMT)
2. Turismo en la economía de Uruguay
3. Ideas para el futuro inmediato del turismo en Uruguay

0. Turismo, área de investigación del IESTA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

IESTA INSTITUTO
DE ESTADÍSTICA



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

- Insuficiente investigación en turismo en Uruguay desde las Ciencias Económicas y los Métodos Cuantitativos.
- El Grupo de Investigación en Economía y Estadísticas de Turismo GIEET, funciona en el IESTA como tal desde 2014, pero hay antecedentes de trabajo desde 2008
- **Objetivos del GIEET**
- Revisión y mejora de las estadísticas disponibles en turismo, generación de nuevos indicadores, realización de modelizaciones y proyecciones de diversos aspectos del fenómeno turístico
- Actividades de enseñanza y de extensión

- **Convenio** Mintur (BID) 2008-2010: estimación de la Cuenta Satélite de Turismo, Empleo, Cruceros, Turismo Interno; capacitación a funcionarios del Mintur
- **Proyectos CSIC** (VUSP 2): 2010, Rentabilidad y competitividad con FUECYS; 2012 Modelos de demanda (turismo en general, turismo regional y turismo nostálgico) con CUT; 2018 profundización de la demanda turística con AHRU
- En 2014, postulación a CSIC para conformar Grupo de Investigación (bien evaluado, no financiado); desde entonces, el turismo forma parte del Plan Estratégico del IESTA
- **Participación en eventos** nacionales, regionales e internacionales
- **Publicaciones:** Quantum, Tourism Analysis, Transitare, Cuadernos de Cimbage; DDTT en web IESTA; **Notas técnicas**

1. Situación del turismo internacional (OMT)



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

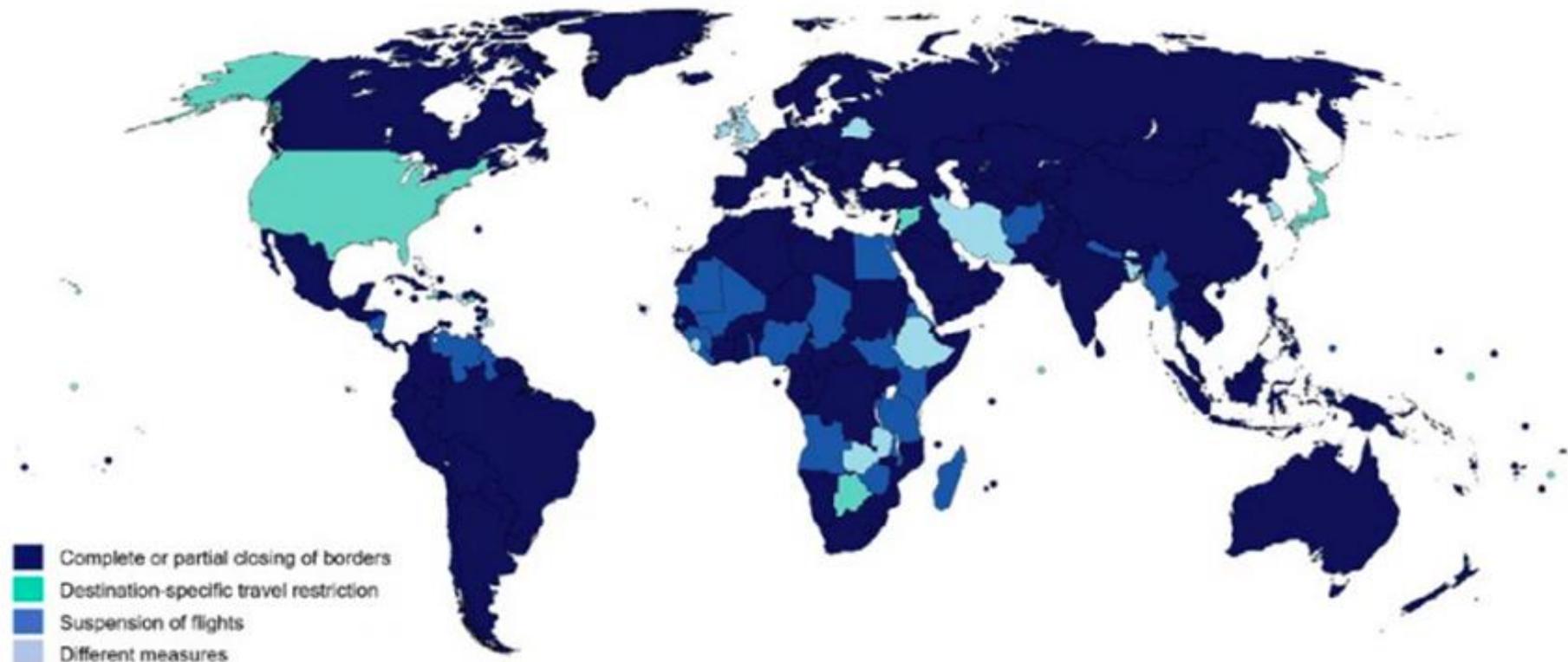
IESTA INSTITUTO
DE ESTADÍSTICA



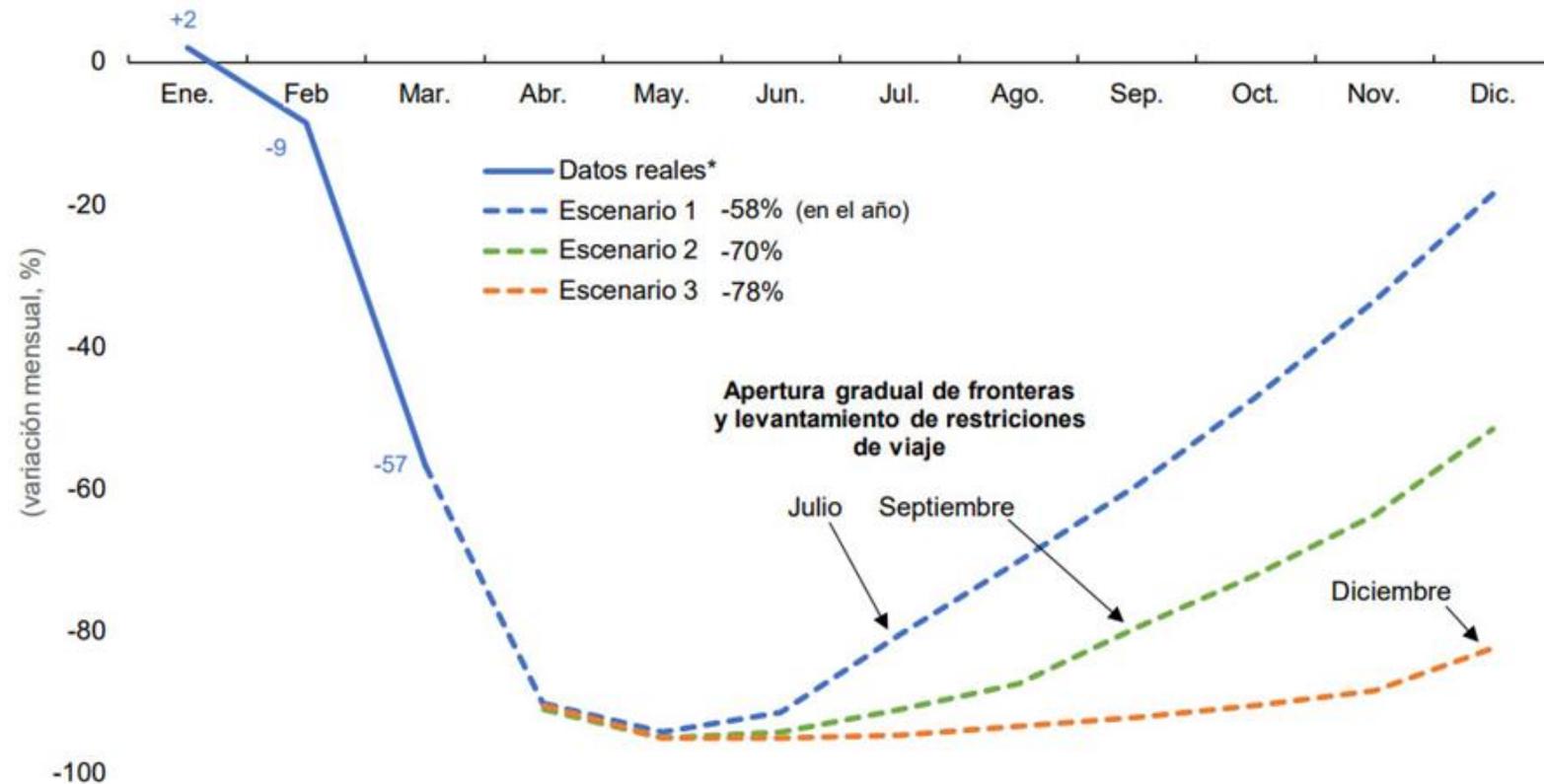
UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

La pandemia impactó fuertemente en el Turismo

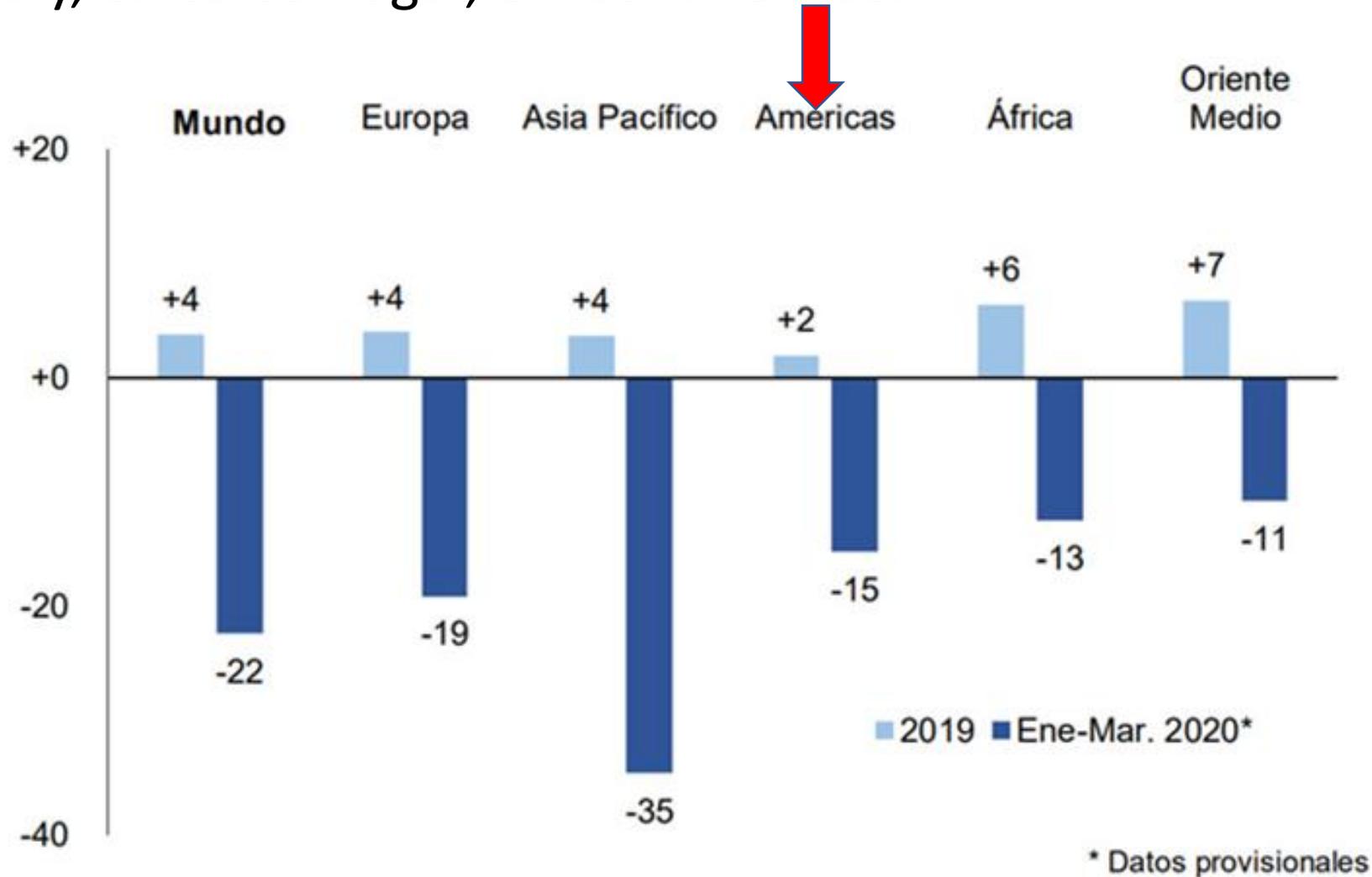
- Las llegadas internacionales en el primer trimestre de este año cayeron en 22 millones en el mundo, por las medidas de aislamiento de muchos países, con restricciones a los viajes, cierres de aeropuertos y fronteras. (OMT, informe de 8 de mayo)



- Ante este perjuicio la Organización Mundial de la Salud (OMS) asesora a la OMT planteando “*una burbuja de viajes para abrir sus fronteras en tiempos de coronavirus*”.
- Para 2020 OMT espera una disminución de entre el 58% y el 78%, dependiendo de la duración de las restricciones de viaje y el cierre de las fronteras.



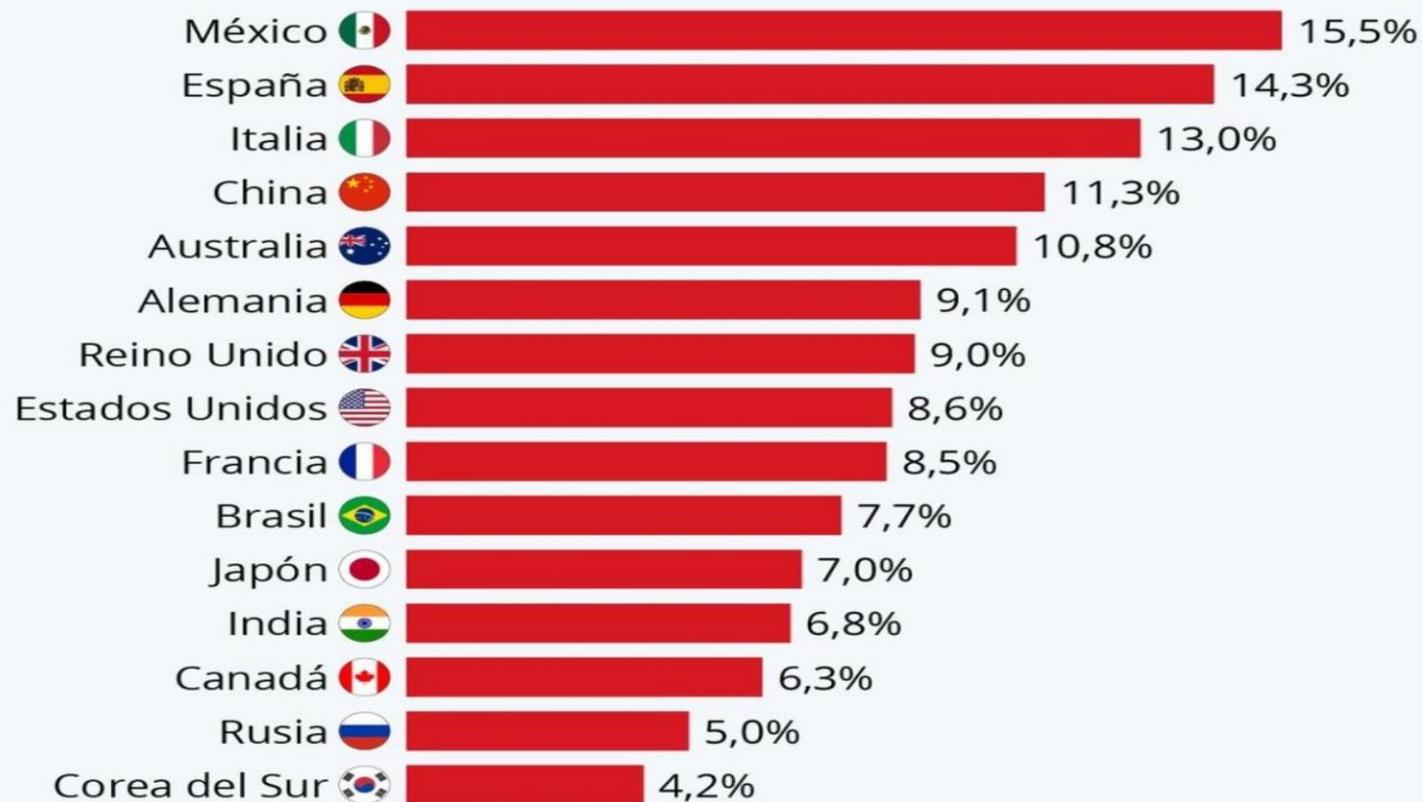
- Según OMT la mayor caída de las llegadas de turistas internacionales en el primer trimestre del año fue en Asia y el Pacífico, seguida de Europa y, en tercer lugar, en las Américas.



- La caída de las llegadas de 67 millones (**hasta marzo**) implica **U\$S 80.000 millones menos de exportaciones por turismo**
- Para el año 2020, la caída proyectada implicaría pérdida de:
 - **entre 850 y 1.100 millones de turistas internacionales**
 - **exportaciones de turismo entre U\$S 910.000 y U\$S 1,2 billones**
 - **entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo en turismo**
- Según OMT en “El Turismo hacia 2030” (de 2011), se esperaba que en 2020 el número de visitas alcanzara 1.400 millones y en 2030, 1.800 millones, a impulso de las economías emergentes, que crecerían al doble que las economías avanzadas.
- Según la encuesta del Grupo de Expertos de la OMT, **la demanda interna podría recuperarse antes que la demanda internacional, en 2021, con signos de recuperación en el último trimestre de 2020, a partir de viajes de ocio, especialmente las visitas a amigos y familiares.**

Los países más dependientes del turismo

Contribución de los viajes y el turismo al PIB de las mayores economías del mundo en 2019*



* Incluye contribuciones de industrias que trabajan directamente con turistas (como hoteles, aerolíneas, agencias de viajes) y el impacto indirecto o influido por el turismo.

Fuente: World Travel and Tourism Council

2. Turismo en la economía de Uruguay



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

IESTA INSTITUTO
DE ESTADÍSTICA



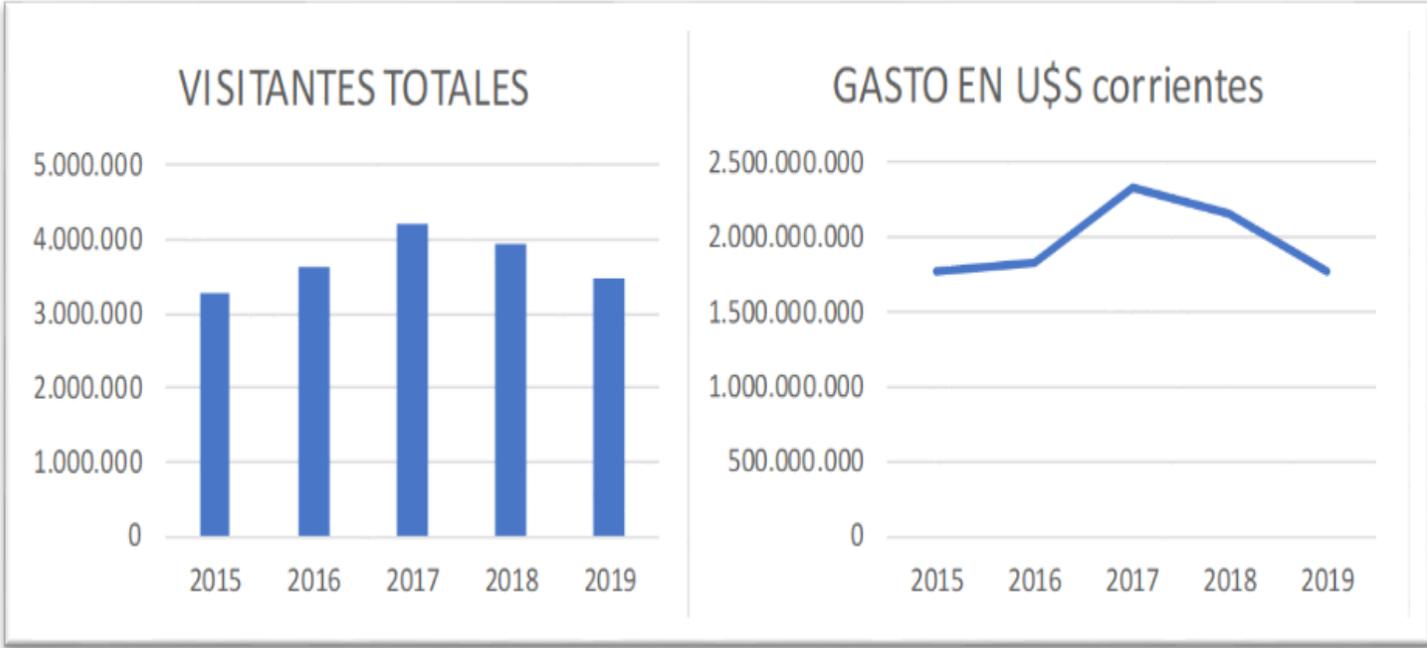
UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

- En 2019 el turismo significó en Uruguay:

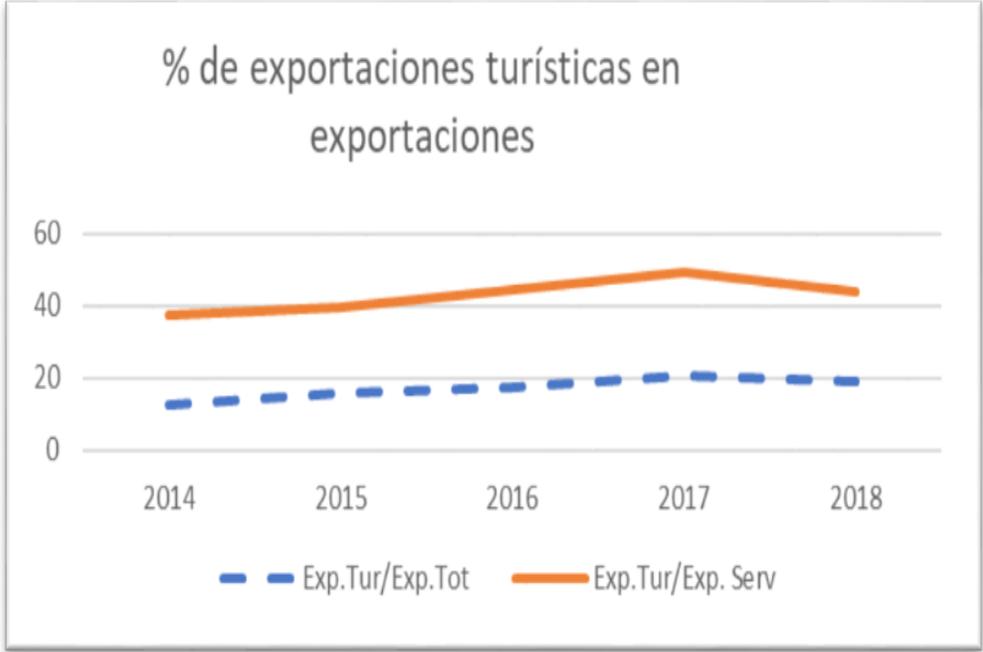
- **6,7% del PIB**
- **U\$S 1.800.000** en ingreso de **divisas**
- **118.340 puestos de trabajo** (6,65% del total)

- Según OPP en su estudio de prospectiva presentado en abril de 2019, el turismo es un **sector estratégico para el desarrollo sostenible del país**, considerando, además, proyecciones de OMT que indican que *“para 2030 las economías en desarrollo captarán el 57 % del total de arribos mundiales”*.

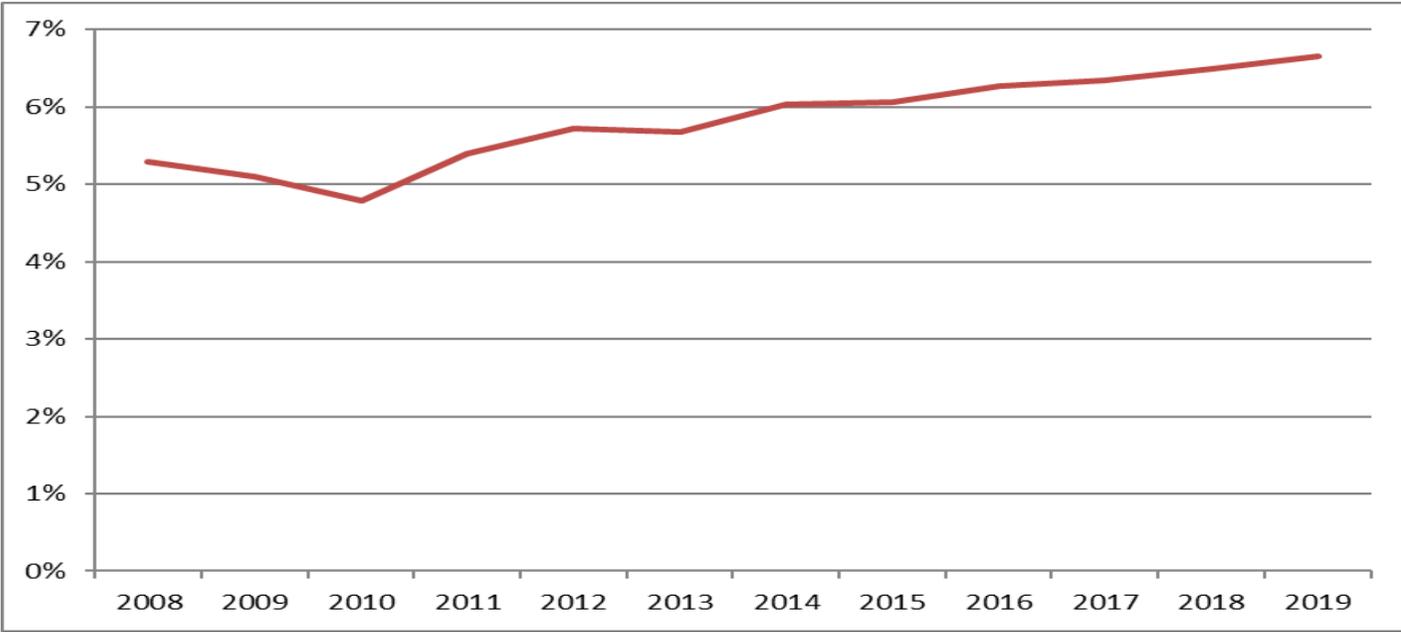
<https://www.opp.gub.uy/es/node/2813>



Visitantes y Gasto, Fuente Mintur



Exportaciones, Fuente BCU



Participación del Empleo Turístico, a partir de la ECH del INE

- Según Mintur, **en marzo – abril cayó el 76% de visitantes y el 74% del ingreso en dólares**, en relación al mismo periodo del año anterior: se recibieron menos de 400.000 visitantes (incluyendo excursionistas) y menos de U\$S 200 millones de divisas
- Las restricciones sanitarias son un obstáculo para retomar viajes de ocio y varias actividades relacionadas al turismo: espectáculos, gastronomía, alojamiento y comercio
- En **turismo receptivo el impacto será grave**: Argentina y Brasil son los principales países emisores de turistas a Uruguay (80% en visitantes y en ingresos), y las perspectivas para sus economías son muy desalentadoras para 2020 (PIB - 5,8% y - 3,8% respectivamente, según FMI). **Tampoco se espera la recuperación del turismo de cruceros** (en 2019: 250mil visitantes y casi U\$S 10 millones de gasto)

- En 2019 los 118.340 puestos de trabajo (117.150 personas) en turismo se concentran en 85% en gastronomía, transporte y alojamiento (44,23,18%).

Rubro	Puestos de Trabajo Turísticos	Personas ocupadas en Turismo	Personas con 1ra Ocupación en Turismo
Alojamiento	21.137	21.021	20.080
Restaurantes, bares y cantinas	51.573	50.933	48.356
Transporte	27.123	26.798	25.782
Servicios Financieros	2.295	2.295	2.295
Alquileres de bienes y equipo de transporte y recreación	1.403	1.403	1.305
Agencias de viajes y actividades complementarias	4.224	4.196	4.121
Servicios culturales	1.482	1.482	1.364
Servicios de esparcimiento	4.392	4.350	3.453
Servicios turísticos diversos	4.711	4.672	4.623
Total	118.340	117.150	111.379

- PETU 2019 por departamento: 12,3% Maldonado, 9% Colonia, 7,2% Rocha y 6,9% Montevideo, por tanto es imprescindible tomar acciones específicas para amortiguar el desempleo en ellos, durante la situación de emergencia sanitaria

- Turismo interno** en 2018: más de 6 millones de viajes, Montevideo y Canelones son los principales emisores y Maldonado y Rocha los principales destino, con un gasto de U\$S 900 millones, captado por la región Este, a la cual pertenecen ambos departamentos.

- En 2019 fueron más de 8 millones de viajes, 63% originados en Montevideo y Canelones y con destino principal Maldonado (19%), Canelones y Montevideo (18%) y Rocha (9%). Si se analiza el gasto, de U\$S 1600 millones, se distribuye entre: Maldonado (30%), Rocha (14%), Canelones (12%) y Montevideo (10%)*

3. Ideas para el futuro inmediato del turismo en Uruguay



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

IESTA INSTITUTO
DE ESTADÍSTICA



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

- En los últimos años en Uruguay se constata un **aumento de la demanda de los uruguayos por actividades de ocio y recreación**, con impacto en turismo interno y emisivo
- Se explica por la **mejora del poder adquisitivo**, de la consideración del **turismo como derecho humano** y de políticas específicas, como el Programa de Turismo Social
- Se plantea la idea de **fomentar el turismo interno**, a partir de la combinación del deseo de las personas de recuperar sus actividades de ocio y de la imposibilidad o incertidumbre para viajar al exterior, lo que obstaculiza el **turismo emisivo**.

TURISMO EMISIVO

RESIDENTES EN URUGUAY CON VIAJES AL EXTERIOR, ESTADÍA Y GASTO, SEGÚN PAÍS O REGIÓN DE DESTINO

Período: Acumulado Emisivo 2019

Expresado en U\$S corrientes

PAIS	VIAJEROS AL EXTERIOR		ESTADÍA EN DÍAS	GASTO EN U\$S CORRIENTES			
	CANTIDAD	%		GASTO TOTAL	%	GASTO MEDIO	GASTO DIARIO
ARGENTINA	1.536.620	69,9%	4,3	556.927.803	46,4%	362,4	83,8
BRASIL	345.776	15,7%	7,2	156.784.103	13,1%	453,4	63,0
PARAGUAY	50.176	2,3%	7,8	35.710.114	3,0%	711,7	91,3
CHILE	30.731	1,4%	6,6	18.069.605	1,5%	588,0	88,6
RESTO DE AMÉRICA	13.399	0,6%	7,5	10.630.809	0,9%	793,4	105,2
CENTRO Y NORTE AMÉRICA	127.304	5,8%	11,4	179.464.594	14,9%	1409,7	124,0
EUROPA	82.391	3,7%	19,7	204.346.779	17,0%	2480,2	126,0
OTROS DEL MUNDO	12.756	0,6%	13,0	38.537.103	3,2%	3021,2	232,3
TOTAL	2.199.152	100,0%	5,9	1.200.470.909	100,0%	545,9	91,9

TOTAL DE RESIDENTES INGRESADOS EN 2019:

2.199.152

U\$S

GASTO TOTAL EN U\$S CORRIENTES:

1.200.470.909

GASTO MEDIO EN U\$S CORRIENTES:

545,9

GASTO EN PASAJES INTERNACIONALES:

344.915.380

- El turismo emisor tuvo un crecimiento en los últimos años por el aumento del poder adquisitivo de los uruguayos y, en ciertos períodos, por las devaluaciones en Argentina, el principal país de destino, aunque la **balanza de gasto turístico** ha sido siempre positiva (máximo en 2011, U\$S 1500 millones)
- En 1er trimestre de 2020 viajaron al exterior 599.512 (62% a Argentina y 29% a Brasil), con un gasto de U\$S 292.512.107. Comparando con el mismo período de 2019 , se verifica un aumento del 17,4% en la cantidad y un 3,8% en el gasto.

- En 2018 los viajes de residentes uruguayos al exterior fueron 1.947.218 y en 2019 fueron 2.199.152
- Con el dato del primer trimestre de 2020, **se podría suponer que, sin COVID-19, el turismo emisoro hubiera alcanzado en 2020 unos 2 millones de viajes**
- En línea con la hipótesis de OMT de recuperación de la demanda interna antes que la internacional, se propone **fomentar el turismo interno, como sustituto del turismo emisoro**, por medio de apoyos a prestadores de servicios y a potenciales viajeros, de los cuales hay **antecedentes** en Uruguay

• **Medidas de promoción para turistas:** rebaja del IVA en consumos turísticos (gastronomía, alquiler de vehículos, entre otros), exoneración de IVA en alojamientos, descuento en el precio de combustibles en estaciones de servicio a 20 km de la frontera.

“Beneficios a turistas” para No residentes y para Residentes, en pagos con tarjeta de crédito o débito, algunos no permanentes.

No residentes: Tax free, rebaja total de IVA sobre consumos turísticos (22%), IVA 0 en alojamientos todo el año

Residentes: no comprendidos en Tax free, rebaja de 9 puntos de IVA en consumos turísticos y tasa de 10% de IVA en alojamientos durante alta temporada (del 15 de noviembre al lunes siguiente a la finalización de semana de turismo de cada año).

• **Medidas recientes para operadores turísticos:** líneas de crédito a bajas tasas de interés, subsidio por seguro de desempleo flexible y parcial, préstamos a monotributistas y empresas unipersonales, aplazamiento del pago de tributos y pago de consumos a UTE y OSE, exoneración del 50 % del pago de la patente de empresas rentadoras de autos y de servicios de transporte turístico (no regulares), extensión del plazo de vencimiento de los avales de las empresas turísticas registradas en el Ministerio, estímulos fiscales a proyectos de gran dimensión económica *(¿ suficientes ?)*

• **Promociones, de Mintur en coordinación con operadores privados,** para fechas específicas (feriados largos, vacaciones de invierno y primavera, fechas especiales): noches de alojamiento pagando por un menor número (por ejemplo 3 noches pagando 2), late check out sin costo y acceso sin cargo a servicios que normalmente se pagan (gastronómicos, de recreación, salud o belleza, entre otros) *(¿ posibles actualmente ?)*

Recientemente, Mintur aprobó un “Protocolo” para gastronomía y la hotelería, un sello de “operador responsable”, un sistema automatizado de promoción turística para prestadores turísticos registrados y materiales de promoción para transmitir confianza a los turistas*

•El turismo ha demostrado resiliencia y capacidad para liderar la recuperación económica y social. Por ello **OMT recomienda a los Estados apoyo firme y urgente para la salida de la crisis del sector**, en acciones coordinadas

Temas para investigaciones futuras:

- cuantificar los montos requeridos para que el Estado asignara a medidas de reactivación de oferta y demanda turísticas
- analizar la recuperación del turismo en Uruguay, a partir del impulso el turismo receptivo de propietarios de segundas residencias y en zonas fronterizas
- líneas de acción para profundizar el Programa Nacional de Turismo Social.

Muchas gracias

Mag. Ec. Silvia Altmark

salt@iesta.edu.uy



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

IESTA INSTITUTO
DE ESTADÍSTICA



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY