



CÁMARA DE SENADORES
SECRETARÍA
DIRECCIÓN GENERAL

L^a Legislatura
Primer Período

COMISIÓN DE PRESUPUESTO INTEGRADA CON HACIENDA

Carpeta 390/2025

Distribuido: **575/2025**

17 de noviembre de 2025

PRESUPUESTO NACIONAL 2025-2029

INCISO 09 - MINISTERIO DE TURISMO

—

Versión taquigráfica de la sesión vespertina
del día 17 de noviembre de 2025
-Sin corregir por los oradores-

ASISTENCIA

Presiden	: Señores Senadores Sebastián Sabini (Presidente) y Carlos Camy (Vicepresidente)
Miembros	: Señora Senadora Blanca Rodríguez y señores Senadores Oscar Andrade, Daniel Borbonet, Pedro Bordaberry, Sebastián Da Silva, Gustavo González y Andrés Ojeda
Integrantes	: Señoras Senadoras Bettiana Díaz, Liliam Kechichian y Constanza Moreira, y señores Senadores Rodrigo Blás, Sergio Botana, Eduardo Brenta, Daniel Caggiani, Javier García y Felipe Schipani
Asisten	: Señores Senadores Eduardo Antonini, José Luis Falero (Delegado), Carlos Moreira, Aníbal Pereyra, Nicolás Viera y Tabaré Viera (Delegado), y señora Secretaria del Senado María Eugenia Rosello
Invitados	: Por el Ministerio de Turismo: Ministro señor Pablo Menoni; Subsecretaria señora Ana Claudia Caram; Directora General de Secretaría señora Florencia Ualde; Director Nacional de Turismo señor Cristián Pos; Encargada de Planificación Estratégica señora Karina Larruina; Encargado de Comunicación señor Gabriel Romano, Encargada BID señora Andrea Schunk; Responsable BID señora Ana Balarini; Encargada Financiero Contable señora Adriana Rutthay; señores Asesores Lucas Regal, Valentina Sefarián, Alejandra Musacchio, Claudia Martínez, Patricia Acevedo y Tatiana Aristeguy; y Fotógrafo señor Leonardo Correa
Secretaría	: Señoras Susana Rodríguez (Secretaria) y Gabriela Gazzano (Secretaria), y señores Vladimir De Bellis (Secretario) y Martín Risso (Prosecretario)

COMISIÓN DE PRESUPUESTO INTEGRADA CON HACIENDA

(Sesión celebrada el día 17 de noviembre de 2025).

(SESIÓN VESPERTINA).

SEÑOR PRESIDENTE.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Son las 15:33).

–Buenas tardes. Tenemos el gusto de recibir al Ministerio de Turismo, cuya delegación está integrada por el señor ministro, Pablo Menoni; la subsecretaria, Ana Claudia Caram; la directora general de Secretaría, Florencia Ualde; el director Nacional de Turismo, Cristian Pos; el asesor Lucas Regal; las asesoras Valentina Sefarian, Alejandra Musacchio, Claudia Martínez, Patricia Acevedo y Tatiana Aristeguy; el fotógrafo Leonardo Correa; la encargada de Planificación Estratégica, Karina Larruina; el encargado de Comunicación, Gabriel Romano; la encargada del BID, Andrea Schunk; la encargada Financiero Contable, Adriana Rutthay, y la responsable del BID, Ana Balarini.

Les damos la bienvenida y le cedemos el uso de la palabra al señor ministro.

SEÑOR MINISTRO.- Buenas tardes a todas las señoras legisladoras y todos los señores legisladores. Primero que nada, queremos agradecer no solo al señor presidente sino a los miembros de la comisión por el tiempo que nos dispensan para escucharnos y abrir estas instancias de diálogo que para nosotros son tan importantes y enriquecedoras.

No es la primera vez que comparecemos al Parlamento, ya estuvimos en la Cámara de Representantes, y realmente nos hemos ido, en todas las instancias, no solo contentos por el trato, sino enriquecidos por los aportes recibidos.

Sabemos que son tiempos de reuniones intensas, de estudiar mucho, de esforzarse para poder atender a todos los incisos con sus planteos, por supuesto, por lo que estamos –de vuelta– muy agradecidos, tanto yo como todo el equipo.

Analizar y comprender las necesidades del sector entre todos –sector público y sector privado– resulta para nosotros esencial para poder romper con las tendencias que está mostrando el sector en los últimos años; tendencia en las que el crecimiento –en algunos aspectos, como vamos a ver a continuación– es cada vez menor.

Si me permite, señor presidente, trajimos una presentación, la que pasaremos a continuación. Como usted pidió, no solo va a estar disponible ahora, en la pantalla general, sino que, al final, la dejaremos en formato PDF para que se pueda compartir.

SEÑOR PRESIDENTE.- Adelante, señor ministro.

(Se exhibe una presentación en PowerPoint).

SEÑOR MINISTRO.- En primer lugar, tenemos una propuesta de agenda. Tratamos de dividir la presentación en cuatro partes y la iremos haciendo tanto por mi persona, como también, en algún momento, por la subsecretaria y por el director nacional. Es decir que, a medida que vayamos recorriendo los temas, si usted lo permite, iré cediéndole el uso de la palabra a ellos.

Lo primero que tratamos de mostrar es el impacto que tiene el sector público en la economía, y lo hicimos a través de indicadores muy claros –entendemos nosotros– que, además, no solo nos van a servir para planificar y presupuestar las acciones, sino también para sentar las bases, cuando hablemos con inversores –entre otras cosas–, para convencerlos de que vengán a invertir en Uruguay.

La segunda parte –como podrán ver ahí– trata de las oportunidades. ¿Qué oportunidades de crecimiento y qué oportunidades de mejoras tiene el sector? Entendemos que muchas, pero también tiene desafíos y amenazas. Sin embargo, esas

amenazas, con planificación, estrategia y, sin duda, presupuesto, se pueden transformar en oportunidades.

La tercera –hablando de oportunidades–, versa de cómo, si le damos una impronta de planificación estratégica a la gestión –como vamos a mostrar acá–, la política nos puede servir para proyectar al sector turístico como un motor consolidado de la economía lo más robusto posible.

Acá me permito hacer un pequeño adelanto, señor presidente, y es que en nuestro mandato vamos a tratar de aplicar el método científico a la gestión pública. Esto, muy someramente, quiere decir: observar, planificar –en el método científico sería la formulación de hipótesis–, actuar, medir nuevamente y corregir si hay que hacerlo. Nosotros entendemos que tenemos una excelente oportunidad para cambiar el posicionamiento del turismo desde varios puntos de vista, pero, fundamentalmente, en lo que refiere a su rol como motor de desarrollo y generador de empleos de calidad.

Para cambiar el posicionamiento del turismo, sobre todo como sector productivo, entendemos que lo más importante es recorrer el camino de darle una visión política y una visión de Estado, que trascienda esta Administración y vaya más allá, en las administraciones que vendrán. Me refiero, particularmente, a que cuando hablemos del sector turístico, lo hagamos refiriéndonos a un generador de divisas. El sector turístico es un sector exportador y un generador de empleo. Si hacemos la comparación con otros sectores productivos legados vamos a ver ahora que el turismo es, reitero, un sector productivo, generador de divisas genuino.

En la asunción protocolar, allá por el 1.º de marzo –y el 6 de marzo también– citamos una frase del querido Danilo Astori que hablaba de la importancia del turismo en la economía y lo comparaba con otros sectores productivos de aquel momento. Es una frase de Danilo del 2017. Por supuesto que no puedo ni cerca repetir la frase con la

misma brillantez ni precisión que lo hizo Danilo en su momento, pero destaco aquel tono generador y provocador de discusión y, sobre todo, la alta consideración que él tenía del sector turístico.

Por último, vamos a conversar sobre el articulado presentado en este proyecto de ley de presupuesto.

(Ocupa la presidencia el senador Camy).

SEÑOR PRESIDENTE (Carlos Camy).- Puede continuar el señor ministro.

SEÑOR MINISTRO.- Muchas gracias senador. Un gusto verlo nuevamente.

Como decía, uno de los indicadores más ilustrativos que tenemos para ver el impacto del turismo en la economía es la participación que tiene el turismo en el Producto Bruto Interno.

En tal sentido, queremos destacar dos aspectos. El primero refiere a la metodología de cálculo. La participación del turismo en el PBI se obtiene gracias a una metodología llamada «Cuenta Satélite de Turismo»: un marco estándar internacional basado en el sistema de cuentas nacionales, diseñado para cuantificar de forma sistemática el impacto del sector turístico en el Producto Bruto Interno, el empleo y otros agregados económicos. Muy someramente, la metodología utiliza como referencia algunos manuales internacionales como las «Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo». Por supuesto no voy a ahondar en este tema –no soy un experto en la materia ni mucho menos–, pero me gustaría señalar que esta metodología se había dejado de aplicar en el período de gobierno anterior y nosotros la estamos retomando, porque entendemos que no podemos estar al frente de una cartera, de un sector productivo tan importante como decíamos, y no poder estimar por nosotros mismos algo tan importante como el peso del turismo.

El segundo tiene que ver con los gráficos que aparecen en la pantalla, que demuestran que a partir del año 2021 hubo una recuperación y en 2022 un rebote. Sin embargo, lo que queremos indicar es que el crecimiento a partir del 2023 y 2024 es cada vez más chico, lo que demuestra una desaceleración del peso del turismo en el Producto Bruto Interno. Como podemos ver, no se han alcanzado todavía los porcentajes que teníamos previos a la pandemia y esto muestra la capacidad de crecimiento real y tangible que tenemos en el turismo.

¿Por qué entendemos que tenemos capacidad de crecimiento? Lo vamos a demostrar. En primer lugar, porque hicimos *benchmarking*. Hicimos una comparación punta a punta con otros países, concretamente con Portugal, y el análisis arrojó que este país ya ha alcanzado los niveles del peso del turismo en el Producto Bruto Interno que tenía en 2016.

En 2024 alcanzaron los valores de 2016. ¿Qué significa esto? Que, si nosotros no hacemos cosas realmente innovadoras como mejorar drásticamente la conectividad, promocionar en forma medianamente inteligente nuestros productos, capacitar a nuestra fuerza laboral y favorecer el clima de inversiones –entre otras muchas cosas–, vamos a llegar a ese punto tendencial al que estamos llegando, y que en realidad queremos romper. Cualquier crecimiento que venga puede ser significativo, o no, y eso dependerá de nosotros.

En pantalla vemos una expresión numérica de cuánto impactaría, solo en impuestos directos e indirectos, un incremento del 1 % del peso del turismo en el Producto Bruto Interno. Esto quiere decir que, si el turismo aumenta un 1 % de su peso en el PIB, habría aproximadamente 70:000.000 solo en impuestos.

En cuanto al impacto del turismo en el trabajo, hay algo hemos dicho en más de una oportunidad y no solo nosotros porque, como veremos más adelante, está recogido

en los seis programas partidarios de los partidos con representación parlamentaria en esta legislatura. Solo en 2003 hubo 104.000 cotizantes directos del BPS, de los cuales el 97 % de las empresas del sector son pymes. Como decía un compañero, estamos en un mar de pymes.

Algo no menor proporcionalmente es que el sector turístico es quien emplea a más jóvenes menores de 29 años. Es una barra de los jóvenes menores de 29 años, particularmente con dificultad de conseguir empleo. También proporcionalmente emplea a más personas con ciclo básico y bachillerato terminado; este es otro sector con serias dificultades para conseguir trabajo.

Con respecto al ingreso de divisas, como ven en las gráficas, la forma es muy similar a la del peso del turismo en el Producto Bruto Interno. Estamos diciendo esencialmente que tenemos potencial para crecer, fundamentalmente por lo que hemos podido alcanzar en otros años.

En esta lucha por posicionar al sector turístico como verdadero motor de la economía y uno de los sectores productivos más importantes, entendemos que hay que destacar una comparación con otros sectores exportadores y a continuación mostramos esa comparación.

En el año 2023 los servicios no tradicionales –como los servicios de informática; servicios profesionales y de consultoría; servicios financieros y de telecomunicaciones– explicaron el 15 % de las exportaciones del país. Los servicios de *trading* explicaron el 14 % de las exportaciones del país; la carne y sus subproductos, el 14 %, y el turismo un 12 %. Por debajo del turismo se situaban en ese momento la madera, el papel y la celulosa con un 11 %. Cabe destacar, por supuesto, que en ese año no estaba todavía el peso relativo que tiene UPM 2 en la economía.

Lo que estamos mostrando con esto es que tenemos que destacar algo que no hemos cuantificado desde el punto de vista estrictamente académico –por supuesto– pero sí tenemos claro el impacto que tiene el turismo en las economías locales. El turismo ha venido incrementando su oferta de productos, especialmente en lo que se denomina turismo de entornos rurales y naturales, el turismo patrimonial y el turismo cultural, es decir, productos con un fuerte componente local.

El turismo puede tener un verdadero efecto transformador en poblaciones pequeñas y en el interior del país en general. Entendemos que promoviendo y valorando el turismo como sector productivo podemos evitar la migración hacia el sur, siempre y cuando esté acompañado el presupuesto de políticas que lo apunten. Si se apuntala la preservación cultural y la valoración patrimonial con nuestro interior –en especial con el interior profundo–, el turismo puede ser de vuelta un catalizador de la descentralización en su acepción más amplia.

El hecho de contar con ofertas educativas de nivel de tecnicatura y licenciatura en el interior, como tenemos ahora –estoy hablando especialmente de UTEC y de los institutos de alta especialización–, muestra a las claras que vemos al turismo como un articulador de políticas educativas y productivas.

Como decíamos recién, previamente a presentarles las oportunidades que nosotros visualizamos en el sector turístico en grandes líneas –con lo que hemos venido conversando–, nos permitimos hacer un estudio de los seis programas de los partidos que tienen hoy representación parlamentaria. Por supuesto que, sin hacer juicios de valor, hay dos grandes grupos de programas: aquellos que tienen prosa extensa y otros que van derecho al grano, aunque en mayor o menor medida todos hablan de la importancia del turismo. En este caso, yo diría que el 100 % de los programas mencionan la importancia del turismo.

Respecto a la promoción de turismo, que entendemos muy importante, el 83 % de los programas, 5 o 6, los menciona en forma explícita; sobre la desestacionalización del turismo y la importancia que tiene, el 100 % de los programas lo menciona; sobre la conectividad, el 83 % de los programas lo menciona; también el 83 % de los programas menciona la importancia del fomento al turismo interno y el 100 % dice que el turismo tiene que ser sostenible o lo menciona en algunos conceptos similares. Con respecto al turismo social el 67 % de los programas lo menciona y se compromete a trabajar en ello. Sobre la innovación aplicada al turismo –y acá estamos siendo más específicos–, más del 50 % de los programas lo menciona. En cuanto al apoyo a las pymes, el 100 %, de alguna u otra forma, habla del apoyarlas, tanto si son turísticas como en general.

Como decíamos en algunas de las presentaciones en comisión, destacamos que todos los partidos políticos comprenden o contemplan el turismo como un sector productivo. En gran medida podemos decir que el turismo nos une.

Respecto a las oportunidades acá hay cifras bastante significativas que surgen de las cuentas que hacemos para graficar o ejemplificar cuánto sería en dólares el incremento en divisas. En la primera columna vemos los países; en la segunda el ingreso de turistas que han tenido cada uno de esos países en el año 2024; en la tercera columna hacemos un ejercicio de un incremento absoluto del número de turistas que ha tenido cada uno de esos países y en la última columna, la cuarta, hacemos un cálculo de lo que sería el incremento en dólares si se concretara el aumento de la tercera columna para cada uno de los sectores. Verán ustedes que, por ejemplo, hablábamos especialmente de Argentina. Si se incrementaran los turistas y tuviéramos 400.000, tendríamos un aumento de USD 216:000.000 y con el ingreso de 300.000 brasileños anuales alcanzaríamos los USD 177:000.000, casi USD 178:000.000. Esto representa un incremento del PIB de un 0,62 % solo tomando los efectos directos.

¿Es esto descabellado? Entendemos que no y señalando a esos dos países en particular. Acá en el material pusimos los países a los que estamos apuntando. Por ejemplo, de Córdoba y Rosario, al oeste, donde vemos una población de más de 2:200.000 personas, en 2024 solo vinieron de esas latitudes 77.000 personas. Incluyendo a San Pablo, que tiene más de 50:000.000 de personas, vinieron 468.000 brasileños en todo el año 2024. Nosotros entendemos que ahí tenemos verdaderas oportunidades de crecimiento. Solo para nombrar un ejemplo, el porcentaje de argentinos de vienen de CABA y del gran Buenos Aires es cerca del 9 % de la población. Tenemos cifradas esperanzas de que puedan venir turistas de esas latitudes.

Por supuesto que cuando hablamos de oportunidades no hablamos solo de coyunturas económicas sino también geopolíticas. No voy a profundizar en ellas, pero nos brindan muchas oportunidades.

Tenemos destinos que son competitivos con destinos de otros países. Hay productos turísticos uruguayos que entendemos que pueden competir con los de otros países donde se puede apreciar alguna restricción migratoria, sobre todo para hermanos latinoamericanos que suelen vacacionar ahí. Entonces, si aprovechamos esos destinos y esos productos que están restringidos para países latinoamericanos, sobre todo los que están teniendo crecimiento sostenido de su Producto Bruto Interno en promedio en los últimos años, y me estoy refiriendo a Colombia y a República Dominicana –esos hermanos latinoamericanos que tienen restringido su acceso al norte, especialmente a Norteamérica–, entendemos que podemos beneficiarnos de eso. ¿Por qué? Porque esto no solo se va a transformar en una oportunidad coyuntural, sino que quienes visitan Uruguay repiten esa visita. Creemos que esa es una hermosa oportunidad para aprovecharla.

Por supuesto que tenemos mejoras de oportunidades y no solo en nuestros productos. Si hablamos de productos legados, por ejemplo, nos referimos a aquellas cosas que hacen más a los detalles, como lo que tiene que ver con la calidad de los productos que ofrecemos, las habilidades de relacionamiento de los trabajadores –las habilidades blandas– y la propia digitalización de la oferta comercial. ¿Acaso no tenemos productos como, por ejemplo, la gastronomía? Son muy buenos, pero necesitan un posicionamiento no solo regional sino también internacional.

En el caso de los productos emergentes como, por ejemplo, todos los relacionados con TERN –Turismo en Espacios Rurales y Naturales–, como recién están despegando entendemos que las oportunidades de mejoras son muchísimas.

En turismo deportivo tenemos, también, muchísimas oportunidades de crecimiento; por ejemplo, tenemos la importancia de la consolidación de la Maratón de Montevideo, ahora como parte del circuito internacional. Es decir que nosotros estamos posicionando a Montevideo al mismo nivel que Boston, Berlín, etcétera. El turismo cultural y el turismo patrimonial también tienen muchísimas oportunidades.

Déjenme solamente poner un ejemplo de cómo estamos trabajando los ministros de Sudamérica; hay algunos exministros que, como decíamos recién, conocen muy bien esto. Estamos trabajando a nivel de ministros de Sudamérica en lo que se conoce como «*Visit South America*», es decir, «Visite Sudamérica», en el entendido de que aquellos turistas extrarregionales no vienen a visitar un solo país y tenemos que aprovechar para esperarlos con productos que trasciendan fronteras. En ese sentido, ya se ha lanzado, en la Feria Internacional de Turismo de Buenos Aires hace ya unos meses, lo que se conoce como El Camino de los Jesuitas, que abarca Chile, Paraguay, Argentina, Uruguay y el sur de Brasil.

Entendemos que también tenemos algunos aportes para hacer ahí, sobre todo, con rutas que abarcan el este de Uruguay y el sur de Brasil, como podrían ser, por ejemplo, la ruta de las guerras civiles o la ruta de Aparicio Saravia.

Como hablábamos recién, junto con esas oportunidades y tomando como desafío, además, la inclusión de más personas en esto del derecho a hacer turismo, elaboramos un mapa conceptual, que ahora estamos viendo. Dicho mapa habla de las cuatro líneas principales que nos hemos trazado como ministerio: el turismo social en tanto, como decía recién, en tanto concebimos al turismo como un derecho humano; el apoyo a las pymes; todo lo que tiene que ver con turismo receptivo y la regionalización, de la que vamos a hablar en un momento.

Profundizando un poco en el turismo social, señalo que entendemos que hay personas, hay colectivos –en tanto consideramos al turismo como un derecho humano y que todos tenemos derecho a viajar con fines recreativos, culturales y deportivos–, para los que se necesita una mirada sistémica. Si bien ha habido iniciativas en gobiernos y administraciones anteriores que han concebido al turismo social, entendemos que no ha habido una visión sistémica. ¿Por qué? Porque no hubo como un sistema que, como tal, junte toda la oferta y la demanda de turismo social. Lo que estamos haciendo con esta propuesta es tratar de que ese agregado de oferta y demanda se encuentre en un punto más eficiente.

El Sistema Nacional de Turismo Social, como decía recién, tiene algunas premisas básicas, entre ellas: la equidad, la universalidad, la sostenibilidad, la neutralidad y la escalabilidad. Me voy a detener especialmente en la última, la escalabilidad.

Estábamos hablando recién que, una vez en régimen, el Sistema Nacional de Turismo Social debe contemplar una oferta muy amplia de servicios, desde alojamiento

hasta gastronomía, transporte y, por supuesto, experiencias. Hay que llevar a las personas a determinados lugares, pero después hay que brindarles entretenimiento; nosotros hablamos de experiencias. Por lo tanto, esa amplia oferta no se puede gestionar en forma manual; esto debe hacerse a través de un sistema informático que pueda escalar y en el que se pueda encontrar toda la oferta y toda la demanda, como decíamos recién, que permita la gestión de subvenciones, de subsidios, de pagos, de reservas y también las gestiones posteriores de estadísticas, entre otras cosas.

Nosotros ya hemos avanzado en la implementación de un sistema informático, parecido a lo que muchos de nosotros consumimos, a veces, cuando hacemos reservas a través de Internet, pero, en este caso, en la órbita del turismo social. No voy a nombrar ninguno de los sistemas que utilizamos, pero imagino que todos ya nos damos cuenta de hacia dónde apuntamos.

¿Qué tiene que tener este Sistema Nacional de Turismo Social, este sistema informático, como decíamos recién? Primero, la capacidad de ser el *onboarding* de la oferta, es decir, una forma en la que los operadores y las agencias puedan subir en forma práctica y cómoda sus ofertas turísticas. Reitero: ¿de qué oferta estábamos hablando recién? De hoteles, traslados, gastronomía, experiencias, en forma individual o en grupos. También tiene que tener la capacidad de hacer la elección de la oferta por parte de los usuarios –ya sean individuales o grupales–, y la elección puede hacerla un usuario o también alguna institución, como por ejemplo, una maestra, un maestro, a la hora de elegir una oferta para su clase. Debe tener, por supuesto, una forma de pago, así como facilidades que permitan trazar estadísticas y, también, auditar el sistema.

Vamos a hablar un poco más en profundidad de conectividad cuando nos refiramos al articulado.

En lo que respecta a la oferta, mencionábamos recién la capacitación, la mejora en infraestructura, los emprendimientos locales. Y con respecto a la demanda, nos referíamos esencialmente a estimular la demanda. Una vez establecidas las condiciones de la oferta del Sistema Nacional de Turismo Social, muchos beneficiarios van a tener capacidad de pago, pero va a haber otros que no, y ahí hablamos, esencialmente, del subsidio, es decir, de subsidiar a aquellas personas que por razones socioeconómicas no pueden hacer turismo en forma regular.

Las principales premisas de estos subsidios son la progresividad –que el subsidio sea progresivo de acuerdo al nivel de ingresos–, que se contribuya por lo menos en partes parecidas entre el Estado, los beneficiarios –por supuesto– y los operadores públicos, y también la instrumentación, que va a establecer cuáles serán los montos máximos que se admitirán para esa subvención. En las otras grandes líneas que mencionábamos recién se incluyen el apoyo a las pymes, el turismo receptivo, la regionalización. Lo vamos a resumir como los grandes generadores de empleo o ingreso de divisas, y vamos a transmitir cómo pensamos accionar en cada una de ellas a medida que vayamos haciendo el desarrollo del articulado.

Por último, con respecto a este mapa conceptual, si bien no ha quedado reflejado en el presupuesto, el Ministerio de Turismo debería invertir en herramientas de inteligencia comercial que ayuden a promover las inversiones y que impulsen la modernización de los servicios. Estamos hablando no solo del uso de la inteligencia artificial para la promoción, sino de un proceso estratégico que implica recopilar, analizar, utilizar los datos internos y externos, no solo para tomar decisiones hacia adelante, sino para anticiparse muchas veces a los comportamientos que vendrán. También estamos hablando de recursos humanos. Tenemos un plantel de funcionarios que se está avejentando; tenemos por lo menos más de 40 funcionarios con causal

jubilatoria en este período, que para nosotros es algo muy importante. Pero debo destacar que hemos notado que tenemos un plantel de funcionarios muy capaz, con una avidez muy importante por aprender y trabajar.

Por supuesto que las políticas son difíciles de sostener a mediano y largo plazo si no hay una mirada de sostenibilidad y equidad. Para resaltar, entendemos que no puede haber turismo si no es libre de explotación sexual y, por supuesto, si no es más accesible, si no es más sostenible. Todo esto va combinado con la oferta de productos que mencionábamos recién.

En resumen, se está buscando promocionar los productos turísticos de una forma más inteligente. Cuando hablo de inteligencia, me refiero especialmente a la microsegmentación, basada en el uso de la inteligencia artificial de una forma más eficiente, aplicando innovación. También se busca ofrecer las mejores formas de llegar al país. Nos referimos, esencialmente, a conectividad, capacitación y apoyo a las pymes. Y para atraer mayor cantidad de turistas tenemos que tener productos, sobre todo trabajadores más capacitados en habilidades blandas.

(Ocupa la presidencia el señor Sebastián Sabini).

–Vamos a separar qué entendemos que debemos hacer desde el lado de la oferta y desde el lado de la demanda. Desde el lado de la oferta, tenemos que mejorar la oferta de los servicios que brinda el mar de pymes en el que nos estamos moviendo en este sector. En esta diapositiva mostramos simplemente algunos de los apoyos –no todos–, pero buscamos asesoramiento en *marketing*, en recursos humanos, en digitalización y, por supuesto, si tuviéramos un presupuesto más grande, hablaríamos por ejemplo de subvenciones no rembolsables.

Vamos a trabajar en la mejora de la conectividad. Estamos tratando de mejorar no solo la conectividad internacional –hay un artículo que habla especialmente de esto,

de cómo traer a través de las compañías aéreas a más turistas extranjeros— sino también la conectividad interna, y acá quiero destacar la continuidad política que hemos llevado adelante. Estamos realizando un esfuerzo para mejorar la conectividad aérea interna, que comenzó en la Administración anterior con los vuelos desde Montevideo a mi querida Salto natal, y en este período los hemos incrementado de dos vuelos semanales a tres, agregando un vuelo los domingos. Asimismo, a partir del 1.º de diciembre inauguraremos la ruta Montevideo-Rivera, un viejo anhelo no solo de los riverenses puesto que ahí hay un potencial, en tanto tenemos un aeropuerto binacional sumamente importante. En ese lanzamiento —que lo hicimos hace unas semanas— tuvimos la grata compañía del exministro Tabaré Viera, quien hizo un esfuerzo denodado en aquella oportunidad para introducir estos cambios. Nosotros, simplemente, continuamos aquella ruta que se había iniciado en ese momento.

También tenemos algunas mejoras en la oferta en cuanto a las capacidades de inversión. Si no recuerdo mal, en el artículo 187 del proyecto de ley que envió el Poder Ejecutivo se habla de incluir aquellas empresas del literal E) en el artículo 66 del Título IV del Texto Ordenado 2023 para que las inversiones realizadas en el desarrollo productivo puedan tener una mejora en la competitividad. En ese sentido, entendemos que hay una mejora sustancial. Esto ha sido votado en la Cámara de Representantes y esperamos que también se refleje en el Senado.

Desde el lado de la demanda, por supuesto que estamos hablando de que hay que aprovechar algunas coyunturas que tenemos, sobre todo después de las elecciones realizadas en Argentina, y necesitamos mejorar la promoción. Hemos hablamos de la microsegmentación a partir del uso de la inteligencia artificial pero entendemos que se debe hacer un análisis más científico. En Uruguay no tenemos un estudio que explique el impacto de la inversión, del gasto —mejor dicho— en promoción. En nuestro país, los

estudios académicos sobre los determinantes de la demanda, es decir, cuántos turistas llegan –sobre todo los estudios realizados por la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, el Cinve o el CURE–, se focalizan fundamentalmente en la diferencia de niveles relativos de precios, dado por el tipo de cambio, y los niveles de crecimiento en los países emisores. Uno de nuestros acuerdos realizados con la Asociación de Universidades Grupo Montevideo –y miro a la subsecretaria porque se debe exclusivamente al esfuerzo que ella ha hecho– busca incorporar dentro de los determinantes de la demanda el esfuerzo público, el gasto público, en promoción. Entonces, como no existe ese estudio para Uruguay, lo que tenemos a mano es el *benchmarking*, que supone mirar qué es lo que están gastando o, por lo menos, observar algunos ejemplos de qué es lo que están gastando otros países en promoción turística. Trajimos algunas cifras que hablan a las claras de cuánto se gasta en otros países y cuánto gastamos nosotros en promoción.

En el caso de Chile, por ejemplo, para aumentar en un millón el ingreso de turistas, dispuso de un presupuesto extra de USD 10:000.000 al año. Por su parte, Ecuador, desde 2022 a 2025 destinó USD 41:000.000 para el posicionamiento de su marca país.

Por otro lado, quiero transmitirles algunos ejemplos de costos muy sencillos pero ilustrativos. Si quisiéramos contratar las pantallas digitales que vemos hoy en la región –las tenemos también en Uruguay–, en Argentina –Buenos Aires, Rosario, Córdoba– cuestan USD 2.800 por pantalla por mes. En Brasil –San Pablo, Porto Alegre, Campinas– esas mismas pantallas cuestan USD 3.000 por pantalla por mes. Si quisiéramos contratar un minuto de televisión en Argentina, nos costaría USD 43.000; y si queremos hacerlo en un superclásico, el precio está en el entorno de los USD 100.000. En Brasil esto mismo cuesta alrededor de USD 90.000. Nuestra base actual de

promoción es de USD 4.300:000.000. Por lo tanto, entendemos que necesitaríamos hacer una apuesta más fuerte a la promoción, tanto en Brasil como en Argentina, para aprovechar esta coyuntura por aquello de las políticas procíclicas.

¿Cuánto dinero precisamos? Sabemos que hay una correlación positiva entre el gasto en publicidad y la llegada de turistas, pero no conocemos el número exacto. Por eso, como recién decíamos, estamos iniciando un programa con la AUGM y también uno con la CAF, aprovechando unos préstamos no reembolsables, para incluir el gasto público dentro de los determinantes de la demanda.

Queremos decir que encontramos un estudio muy interesante de la Universidad de Valencia, realizado por los señores Bernardí Cabrer Borrás, Paz Rico Belda y Amparo Sancho Pérez, denominado «Los gastos públicos de promoción de los destinos y la demanda turística del interior en España». En él se dice que un incremento del 1 % de los gastos en publicidad implicaría un 0,13 % de aumento del flujo de turistas. Reitero: un 1 % del aumento de los gastos en publicidad implica un 0,13 % del aumento de la llegada de turistas. Obviamente, hay que tener en cuenta que este es un estudio hecho en España, para otra realidad, por supuesto, y nos gustaría tener uno aquí. Este estudio señala a las claras que si quisiéramos incrementar en un 20 % el ingreso de turistas, tendríamos que aumentar un 150 % los gastos de promoción, lo que significa unos USD 6.500:000.000 más. Son cifras que, realmente, asustan considerando el presupuesto que tenemos nosotros, pero son estas prácticas de *benchmarking* que hemos estado haciendo en el ministerio. Reitero: cuando tengamos estos estudios vamos a venir, por supuesto, con más certezas no solo ante este Cuerpo sino también ante el Ministerio de Economía y Finanzas para reclamar algún incremento en los gastos de publicidad.

Cuando nos referimos a estimular la demanda, por supuesto que hablamos de subvenciones; ya las nombré. También hablamos de devoluciones fiscales, no solamente de las devoluciones del IVA sino también del *tax free*. Permítanme hacer una crítica esencial al *tax free* porque en este aspecto tenemos unas falencias importantes. Consideramos que primero tenemos que revisar cuáles son los productos incluidos en el régimen y ampliar los pasos de frontera que tienen puestos donde pueda hacerse esta devolución. Voy a ser taxativo. En la lista de estos productos tenemos prendas de vestir, artículos de cuero y de punto, alimentos, bebidas y artesanías de producción nacional o extranjera, siempre que sean utilizados en el exterior del país. Quiere decir que hay que consumir las bebidas en el exterior y no antes de salir de Uruguay. A su vez, los pasos de frontera donde hoy puede hacerse este intercambio son: Aeropuerto Internacional de Carrasco, Aeropuerto Internacional Laguna del Sauce, puertos de Montevideo y de Colonia, terminal de arribo de cruceros de Punta del Este, los puentes Salto-Concordia, Paysandú-Colón y Fray Bentos-Unzué, y el Chuy. Y estamos hablando de inaugurar, a partir del 1.º de diciembre, los vuelos Rivera-Montevideo, pero allí no tenemos cómo hacer la devolución del *tax free*.

El otro aspecto que quiero mencionar es cómo pensamos hacer esto, qué impronta le estamos dando a la gestión. En primer lugar —como mencionamos al inicio—, aplicar el método científico. Queremos medir, observar y, a partir de allí, planificar, generar hipótesis, luego actuar, volver a medir y corregir si hay que hacerlo. También es muy importante el trabajo colectivo, y quiero destacar la sinergia que hay no solo entre el sector público y el privado sino también dentro del propio sector público.

Continuando con el aumento de la conectividad interna, quiero decirles que recibimos una inquietud de los colectivos privados de Salto y de Rivera por el inicio de esta ruta, que la tomamos, la estudiamos y la concretamos. Pero existe un compromiso,

en primer lugar, del sector privado; nosotros no lo hicimos sin antes asegurarnos de que el sector privado estuviera en condiciones de cumplir con los requisitos mínimos del servicio que esto implica. Estoy apuntado especialmente a los servicios de transporte terrestre una vez que los aviones llegan al aeropuerto; eso lo comprobamos. También –y hablando de la sinergia dentro de lo público–, hubo un compromiso de las dos intendencias, de hacer una mejora, en primer lugar, de la caminería que lleva a los turistas desde los aeropuertos hacia el centro de la ciudades y, también, en el control y la regulación de este tipo de transportes. Por lo tanto, insisto –y perdonen que sea reiterativo–: esta política nos ha trascendido y existe un compromiso tanto del sector público, no solo a nivel nacional sino también departamental, como del privado.

En cuanto a la forma de hacerlo, hablábamos recién de la utilización de herramientas ergonómicas. Como decíamos, pensamos introducir, dentro de los determinantes de la demanda, el gasto público en publicidad. También hemos mencionado el *benchmarking*, pero un aspecto no menor es el de la certeza. ¿A qué nos referimos especialmente? Quizás no sea la única, pero la razón fundamental de planificar, medir y aplicar el método es tener certezas. Me refiero a que es fundamental que los operadores primero sepan nuestro rumbo, que se muevan en un sector que de por sí está marcado por incertidumbres, pero que lo hagan con la mayor cantidad posible de certezas. Nos referimos a que a veces, a último momento, estamos corriendo con la implementación de los decretos que exoneran parcial o totalmente el IVA. Entonces, quizás, a través de un decreto o de una ley, puedan darnos un poco más de perspectiva temporal.

Con respecto a las herramientas innovadoras, como la inteligencia artificial, estamos utilizando ciertos el mecanismo de campañas digitales. Es importante destacar que nosotros no recabamos datos de ningún tipo, sino que utilizamos servicios de

terceros. Algunos de ellos son, por ejemplo, los servicios que nos da Meta –en Facebook o en Instagram– a través de su motor *Advantage Plus*, los que nos da Google Ads, a través de herramientas como *Performance Max* o *Smart Bidding*, pero nosotros no recolectamos datos de ningún tipo, sino que utilizamos mecanismos de terceros. ¿Qué posibilidad nos da esto? La migrosegmentación, porque no pretendemos hacer una publicidad al barrer –como solíamos hacer–, sino que apuntamos a los gustos o a las posibilidades temporales o económicas de las personas. Por ejemplo, ahora tenemos la campaña *Uruguay Sorprende*. A partir de ese video, se hicieron no más de 30 reducciones de entre 6 y 11 segundos, cada una de las cuales apunta a los diferentes segmentos de población de que hablábamos recién. Ese es el uso de la inteligencia artificial para la microsegmentación.

Para hablar de la presencia en el interior del país, voy a ceder la palabra a Ana Claudia Caram.

SEÑORA SUBSECRETARIA.- Buenas tardes, señor presidente y señores senadores, en especial, a tres exministros de Turismo que tenemos en esta sala, lo que nos pone un poquito más nerviosos porque el trabajo de un ministerio es digno de admirar, ya que es una responsabilidad ciudadana. Estos exintendentes tienen la política pública y la gestión como responsabilidad, y también hay senadores del interior que podrán entender el planteo que vamos a hacer, en cuanto a poner un plus a todo lo que el ministro venía diciendo.

Sabemos que este es un ministerio que necesita mayor presupuesto –además, los tres exministros han reiterado el planteo acerca de esa necesidad–, y hay que ponerle una dedicación y un pienso importantes para que estas políticas públicas se conviertan en políticas de Estado. El turismo no solo genera un 8 % del producto bruto interno –a eso llegó en determinados años– sino que, además, es una oportunidad para nuestra

gente en el territorio, y esa es la oferta que tenemos. Todo lo que hablamos de comercialización y de la promoción es para que vengan turistas a nuestro país, se genere empleo y mejores condiciones para nuestra gente. Ahora, nuestra gente, nuestro territorio y nuestro país tienen que estar bien ordenados y gestionados para poder tener una oferta clara que invite a que nos conozcan y que pueda competir con otros países que también ofrecen sus destinos, y elijan el nuestro. Para eso es necesario –es algo que creemos firmemente– que haya una política en todo el país, apuntando, sobre todo, a la regionalización. Y hablar de regionalización es, más que nada, generar un modelo de gestión que nos permita ordenar el territorio turístico. Si bien tenemos grandes convocantes, como son Colonia, Maldonado con su Punta del Este, las termas en determinada época y las playas de Rocha, entre otros lugares puntuales, todo el territorio necesita oportunidades de desarrollo. Todos pensamos que en cada uno de los rincones del Uruguay tenemos algo importante para ofrecer que es valioso para mostrar y que puede contribuir a la oferta turística del país, pero si lo dejamos al libre albedrío y no organizamos, no generamos una propuesta bien planificada.

Nosotros pretendemos pensar en regiones, en las cuales los departamentos tengan que dialogar y darle voz a la gente del lugar, a las intendencias, a los municipios, a las localidades, y para eso necesitamos un modelo que nos permita llegar a esos lugares de una forma organizada con las políticas claras. En este sentido hemos planteado una línea de trabajo fuerte con la idea de tener seis regiones que dialoguen con los departamentos que las integran. Pero la idea es que esos límites administrativos, que muchas veces necesitamos para que los intendentes y alcaldes puedan tomar algunas decisiones, no sean inflexibles, que se pueda tener diálogo con otros departamentos y contribuir a otra oferta organizada que se cruce más allá de las regiones que nos planteamos. Las regiones planteadas son un modelo para llegar de forma

organizada al territorio y dialogar con ellos, y que la política pública no solamente surja desde lo nacional, sino también desde lo territorial.

El turismo genera, asimismo, la posibilidad de poner en valor nuestro patrimonio, nuestra cultura, nuestra identidad, lo que le da contenido a la oferta turística que tenemos. Realmente, ese es el contenido que nosotros tenemos para ofrecer y por el cual Uruguay se diferencia; se diferencia por nuestra gente, por nuestra identidad y por el potencial que tenemos en diferentes aspectos.

Tal como dijo el ministro –después ampliaremos en el articulado–, se trata, básicamente, de organizar con profesionalismo nuestra oferta turística para poder generar propuestas de calidad que puedan ser presentadas en otros países; sabiendo a qué público queremos apuntar, podremos convocar a los turistas que nos generen las divisas que necesitamos.

SEÑOR MINISTRO.- Vamos a pasar a los cinco artículos que nos conciernen del proyecto de ley de presupuesto.

Sobre el Sistema Nacional de Turismo Social tenemos dos artículos. El primero es el artículo 280, que asigna una partida anual. A su vez, en el artículo 280 se crea el fondo para el Sistema Nacional de Turismo Social, que podría recibir aportes tanto de públicos como de privados.

Queremos dar ejemplos numéricos sobre qué es lo que nosotros podemos hacer con estas partidas. Por supuesto que esto no está acabado ni mucho menos; simplemente, son algunos ejemplos numéricos para que los senadores tengan idea de a cuántos beneficiarios por año podría llegarse con estas cifras.

En primer lugar, tomemos como experiencia –hablando especialmente del turismo social– la que tuvo la Administración anterior con el programa *Turismo para Todos*, con una base de estadía de tres noches, que es la que nosotros vamos a

proponerle al sector privado, con el cual nos reuniremos los primeros días de diciembre. Para cada una de estas instancias de turismo social propondremos –como dije– una base de tres noches a un costo máximo de, por ejemplo, USD 30 por día, equivalente a unos \$ 1.200 diarios, aclarando que parte de ese costo debería ser asumido por los privados, y considerando también la experiencia de *Turismo para Todos*. Entendemos que es un precio más que razonable, aunque aún tenemos que cerrarlo con el sector privado. A eso debemos sumarle el transporte –que es la parte más heterogénea, por lo variada–, estableciendo un monto máximo de ida y vuelta en el entorno de los \$ 3.000, haciendo un gran promedio de todas las distancias del Uruguay, costo que puede ser maximizado por kilómetro. A su vez, hay que cubrir los gastos de gastronomía: unos \$ 1.500 por día, por persona. Y a todo eso le agreguemos los costos de experiencias, por ejemplo, \$ 1.000 cada una por persona. Entonces, una estadía de tres días que incluye transporte, gastronomía y experiencias –al menos, tres–, estaría en el entorno de los \$ 10.000 u \$ 11.000 por viaje. El Sistema Nacional de Turismo se hará cargo de un monto fijo por persona, por viaje y, dependiendo de la capacidad de ingreso de las personas, se subsidiará el 100 % o un porcentaje intermedio.

Entonces, con estos ejemplos y el dinero que estamos viendo acá, si subsidiáramos el 100 % de los viajes, estaríamos hablando de cerca de unos 3.000 beneficiarios por año y si subsidiáramos el 50 % serían unas 6.000 personas por año. De vuelta digo que estos

son números antojadizos que lo único que buscan es ejemplificar hasta dónde podríamos llegar.

Respecto a la facultad que se le otorgaría al Ministerio de Turismo para declarar la emergencia turística, si me permite el señor presidente me gustaría cederle el uso de la palabra al director nacional de Turismo, Cristian Pos.

SEÑOR POS.- Con respecto a este artículo, lo que el ministerio hace es recoger un reclamo de larga data del sector, pero que, por supuesto, se agudizó luego de la pandemia. Este artículo viene a complementar la Ley n.º 18621 que, en general, habla de desastres de origen natural o humano. Como ustedes saben, el sector turístico tiene ciertas particularidades; se puede dar la circunstancia de que exista una emergencia turística que no necesariamente sea una emergencia nacional como está prevista en la ley. Entonces, con este artículo lo que intentamos es, justamente, poner arriba de la mesa la temática —que luego tendrá que reglamentarse— y también, aprendiendo de lo que fueron las medidas que se tomaron pospandemia, tener una batería de medidas, analizadas y estudiadas, que permitan reaccionar rápido ante eventualidades de emergencia.

Comprendiendo perfectamente que la Ley n.º 18621, refiere a emergencias, este artículo la complementa haciendo foco en el sector y no en el desastre. Esto le permitiría a este ministerio poder activar de forma rápida las medidas necesarias para cubrir no solo a los trabajadores del sector, sino a las empresas del sector turístico que, como bien dijo el ministro, en un 97 % son micro- y pequeñas empresas.

Por tanto, entendemos que este artículo contribuye a poner el tema arriba de la mesa y es un primer paso hacia herramientas que en esa coyuntura nos permitan trabajar de forma más ordenada y rápida.

SEÑOR MINISTRO.- Para referirse al artículo 317, que pasó a ser el 282 en la nueva numeración, pido que se le ceda nuevamente el uso de la palabra a la subsecretaria.

SEÑORA CARAM.- Para este artículo nos dan un presupuesto de \$ 20:000.000 anuales y nosotros consideramos que sería mejor tener mucho más por todo lo que les contaba anteriormente. Para estar en el territorio, en cada uno de los lugares, se necesita mucho más, y sinceramente creo que es uno de los ministerios que realmente necesita una presencia total. Me imagino que todos pedirán esto, pero para nosotros el territorio directamente es lo que forma parte de la oferta turística.

Creemos que el Uruguay necesita una política turística con tres cualidades fundamentales: descentralizada, inteligente y también sostenible. La regionalización o este modelo –en realidad, nosotros pensamos un modelo que nos permita estar de forma más cercana a la realidad de cada territorio– está organizado en seis regiones con identidades dinámicas y oportunidades propias.

El artículo 282 asigna recursos para construir ese modelo territorial y lo haremos con una hoja de ruta clara, con acciones concretas, medibles y con impacto directo en el empleo, la inversión y la calidad de vida.

Detallo algunos de los ejes de inversión que tenemos para este artículo. Uno es la profesionalización del sector. Una de las líneas que nosotros nos hemos planteado es que necesitamos un sector mucho más profesional, de calidad, porque la diferencia la vamos a hacer también con la calidad en la educación. Entonces, la profesionalización no es un concepto abstracto, sino una política activa de inserción laboral en mejores condiciones. En este sentido, nos proponemos impulsar un sistema nacional de guías de turismo en todo el país; guías especializados por productos, que puedan enfocarse en las características que tienen los lugares que representan; relanzar el programa de

baquianos –que en algún momento fue política de nuestro ministerio; la idea es reimpulsarlo–, y continuar con la articulación con UTU y demás instituciones.

Ya firmamos un primer acuerdo con UTU, pero tenemos previsto firmar también con la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación –estamos por hacerlo en estos días–, con los diferentes centros regionales de la universidad, y con otras instituciones con las que se están haciendo acuerdos para llevar adelante esta profesionalización del sector por región. Los modelos buscarán abordar, llegar por regiones, para poder generar centros de referencia y que las intendencias logren acuerdos y coordinación entre ellas, para poder bajar estos programas.

Trabajo técnico y planificación territorial. No existe turismo o turismo de calidad sin planificación. Esto no solamente debemos exigírselo al ministerio, sino que también debemos ayudar a las intendencias para que lo tengan. Creemos que, si funcionamos en región y esas regiones pueden generar una planificación que las una, podríamos lograr una propuesta mucho más profesional en cada uno de los lugares.

Cada región contará con planes operativos elaborados con metodología común, metas claras y seguimiento continuo. Esto permite algo fundamental, y es que las propuestas de productos turísticos regionales y las decisiones de inversión y priorización surjan del territorio, con la participación de los Gobiernos departamentales y de los actores locales.

Otro eje es la innovación y la digitalización. En estos momentos contamos con un plan piloto de digitalización que venía del Gobierno anterior y nosotros lo continuamos con el Programa BID –nos acompaña Andrea Schunk, coordinadora de nuestro proyecto con el BID–, a través del cual se está haciendo un estudio de digitalización del país para ver en qué nivel estamos y qué es lo que se necesita aplicar en cada uno de los lugares.

El Uruguay debe avanzar hacia un plan nacional de destinos turísticos inteligentes. Comenzaremos con autodiagnósticos de los destinos que se quieran presentar y con la creación de un sistema de información y de fortalecimiento de capacidades digitales del sector privado. La inteligencia territorial no es un lujo, es una herramienta para tomar mejores decisiones y ser más competitivos.

Otro punto es la promoción y la comunicación territorial. Si bien todo lo que es promoción y comunicación está en un eje general que ya tiene el ministerio –al que el ministro hizo referencia; por ejemplo, el director nacional de Turismo está a cargo del tema planeamiento y de generar y llevar adelante los productos turísticos en el territorio–, creemos que las regiones tienen que fortalecerse en ese sentido, sabiendo cuál es el rumbo, qué quieren para sus lugares y haciendo propuestas.

Para esto tenemos un pequeño rubro, destinado a generar un programa de televisión en el que las regiones puedan ser protagonistas. El país tiene una enorme diversidad que aún no se comunica como corresponde, y esto viene a saldar o a tratar de saldar esa brecha.

Por último, de esos \$ 20:000.000, \$ 10:000.000 serán destinados a infraestructura turística. ¡Imagínense que tampoco es suficiente! Hacemos un esfuerzo, pero en esto siempre los ministerios han tratado de cubrir falencias o faltas de algunas bajadas accesibles a la playa, por ejemplo, que siempre fue tan bueno para algunas intendencias. Sin embargo, creemos que, con este aporte, con ese plus que se nos da para infraestructura, debemos focalizar la atención en infraestructuras referentes para la región, que hagan un diferencial. Es decir, no hacer las cosas de a puchito, sino tratar de hacer alguna inversión un poco más grande, que se pueda consolidar a lo largo del tiempo en ese lugar y que la región también la identifique.

La infraestructura también es el componente que visibiliza y consolida el modelo, y se trabajará sobre tres ejes que pasan por la ampliación y diversificación de la oferta turística regional y el desarrollo y concreción de proyectos objetivos. Nos planteamos lograr veinte propuestas –lo digo como un número simbólico– coherentes, comercializables, que se puedan promover no solo hacia el exterior, sino también hacia el interior, hacia nosotros, uruguayos y uruguayas, como turistas internos de este país que necesita conocer mucho más. El hecho de tener propuestas claras creemos que facilitaría mucho la visita de extranjeros a nuestro país y promovería que esas divisas no salgan y permanezcan en el Uruguay. La regionalización no es un mapa, sino que es una forma de gobernar que nos permite administrar mejor los recursos, invertir donde corresponde y generar oportunidades en cada región del país.

Este artículo no es un gasto, sino que es una inversión estratégica para consolidar un turismo más competitivo, más inclusivo y más equilibrado territorialmente. Si en el correr de los años consideran que hicimos un buen trabajo, quizá podría contemplarse un incremento de este monto en una próxima rendición de cuentas.

SEÑOR MINISTRO.- Por último, el artículo 319, en la nueva numeración 284, habla del incentivo para aquellas empresas nacionales o extranjeras que traigan más turistas por la conectividad área.

Antes que nada, quisiera hacer una aclaración que por trivial que parezca, considero importante hacerla. Si a este artículo no se le asigna un presupuesto en otra instancia, carecería totalmente de sentido. Esa crítica la hemos hecho en la Cámara de Representantes. Sé que es trivial decirlo, pero tengo que hacerlo.

Sin perjuicio de ello, queremos contarles lo que estamos planificando para protocolizar este incentivo.

En primer lugar, a aquellas compañías que traigan turistas extranjeros a través de la conectividad aérea se les hará una devolución en efectivo por cada pasaje incremental respecto al año inmediato anterior. La devolución se hará en partes iguales desde el Ministerio de Turismo y el concesionario de Aeropuertos Uruguay, del Sinae, con quienes tenemos un compromiso por escrito. Por supuesto que tiene un máximo, debemos poner un tope a esta medida. Con esta iniciativa pensamos incentivar, por lo menos, hasta 300.000 pasajes nuevos.

Quiero hacer mención a algo que no es menor. Como decíamos recién, nosotros utilizamos el *benchmarking* en toda nuestra actividad. Concretamente, lo hicimos con la industria audiovisual, que tiene una devolución importante –los señores senadores y las señoras senadoras conocen bien cómo ha crecido la industria audiovisual–, pero también lo hemos hecho con otros aeropuertos del mundo, como, por ejemplo, el de Bélgica, que a partir de esta iniciativa ha visto incrementada la llegada de pasajeros.

¿Qué hemos detectado desde que pusimos en la opinión pública la consideración de este *cash rebate* –por su término en inglés–, también llamado devolución en efectivo? Como decíamos, no solo hemos aumentado la frecuencia a Salto, sino que algunas compañías anunciaron crear rutas estivales San Pablo-Punta del Este, Porto Alegre-Punta del Este y Córdoba-Punta del Este. Fíjense que estos son los lugares a los que nosotros apuntábamos: sur de Brasil y oeste de Argentina. También se aumentó la frecuencia con Buenos Aires. Nosotros entendemos que, modestia aparte, con el solo hecho de mencionar la presencia de este artículo se ha –hablando en términos muy coloquiales– sacudido el avispero.

Por último, me sumo a las palabras de agradecimiento que hizo la subsecretaria. Para nosotros contar con la presencia de tres exministros de Turismo es un grato y ameno incentivo, nos redobla el esfuerzo. Cada Administración tiene sus

particularidades: desde los comienzos de Pedro y Liliam profesionalizando el sector hasta Tabaré saliendo de esa crisis mundial que nos trajo la pandemia.

Como habrán visto, todas las propuestas que traemos podrían llegar a tener indicadores fáciles de medir. Entendemos que podemos medir el rol de cada una de las cosas en que gastamos o invertimos.

Me permito una reflexión final que no escapa a esta asignación de escasos recursos por definición, como es la definición básica de economía. Nosotros no deberíamos dejar pasar las oportunidades que tenemos enfrente. Me refiero particularmente a que la coyuntura, en este caso, nos va a favorecer para esta temporada, según entendemos. Esperamos tener una temporada similar o mejor que la que tuvimos el año pasado, pero nos estamos perdiendo la oportunidad de promocionar en destinos en que podemos crecer, como decíamos hoy: en el oeste de Argentina y en el sur de Brasil.

Por otro lado, de aprobarse el proyecto de ley de presupuesto que tenemos ahora, el ministerio quedaría con una suma total para inversión de \$ 70:000.000 al año. Eso por supuesto que no nos va a permitir –como decía la subsecretaria recién– dar el salto en calidad que nosotros esperamos. Hemos detectado necesidades a nivel nacional para implementar un pequeño plan de inversiones de, por lo menos, dos inversiones por departamento, pero con este presupuesto realmente no lo vamos a poder llevar a cabo.

Por último, agradezco por esta instancia y quedamos a disposición para responder las preguntas que ustedes nos puedan hacer.

Muchísimas gracias.

SEÑOR VIERA (Tabaré).- Gracias, señor ministro, señora subsecretaria, directores, funcionarios y amigos del Ministerio de Turismo.

Gracias por su comparecencia y su exposición.

Sin duda, este es uno de los incisos que convocan nuestra atención por el convencimiento que compartimos de que este es un sector muy importante, como ha sido muy bien explicitado por el señor ministro recientemente en su presentación, como motor de desarrollo del país, tanto de la economía como de la generación de empleos.

En eso compartimos lo que acá está de moda decir: el corte transversal. A todos los gobiernos nos ha pasado tener recursos insuficientes para esa tarea tan compleja, tan difícil que tiene que ver con priorizar los recursos de que dispone cualquier gobierno, que son siempre escasos. Una prueba de ello son los resultados fiscales del país.

Nosotros somos de los que piensan que el Ministerio de Turismo es una gran oportunidad para justamente lograr el desarrollo de la economía nacional. Cada peso o cada dólar bien invertido vuelve multiplicado por varias veces para el desarrollo del país.

Sin duda, tenemos coincidencias en los objetivos, en las formas de trabajo e, incluso, de planificación. Además, quiero reconocer al señor ministro y a su equipo el hecho de haber dado continuidad –así ha sido expresado– a algunas tareas o algunos lineamientos que se han transformado en políticas de Estado y vienen de otras administraciones.

De la época de Pedro Bordaberry como ministro nos viene la marca Uruguay Natural, que fue continuada. A veces lo primero que tratan de cambiar los gobiernos son las marcas, pero esa fue una marca muy fuerte, aunque, por supuesto, no es para toda la vida ni digo que se agregue un poco más.

Todos dependemos de los recursos y de las circunstancias. En particular, a mí me tocó vivir la crisis de la pandemia al frente del ministerio –así como algunas otras crisis– y debo decir que gestionar esas cosas condiciona algunos resultados y, sobre todo, algunas medidas. Generalmente, estamos condicionados por recursos y esos hay

que sustituirlos por mucha imaginación, organización, trabajo y sinergias de trabajo – como bien se ha dicho acá y lo comparto– con el sector privado. Creo que el turismo se desarrolla con el sector privado esencialmente; es él quien hace la gran inversión. Hay un sector privado fantástico en el Uruguay e interactúa dentro del sector público. Ni que hablar con los Gobiernos departamentales que son fundamentales y logran multiplicar sobre todo la inversión. Siempre sucede que los Gobiernos departamentales –me saco el sombrero de ministro y me pongo el de intendente– están de alguna manera aportando y cubriendo las ineficiencias o la escasez del propio Gobierno nacional en todos los rubros. Pero, bueno, hay que seguir trabajando.

Ana Caram –que se está yendo, la despedimos y le deseamos buen viaje– sabe bien el tema de las gobernanzas locales del turismo. Es un tema fundamental y muy complejo. Hay muy buenas prácticas en el país como Maldonado, Colonia –acá está Cristian– y Rocha que han sido muy buenos ejemplos de gobernanzas. Para definir objetivos, para tener claras realidades a través de los indicadores locales, la gobernanza de cada destino turístico es muy importante y no es tan sencilla como parece. Uno llega con mucho entusiasmo, pero después se choca con las realidades que tiene cada lugar, cada destino, cada departamento, que son distintas. Creo que vale la pena insistir en este punto porque, para que el trabajo conjunto y la sinergia rindan, la gobernanza es fundamental; diría que la gobernanza es de las políticas públicas a las que el ministerio debe apostar y desarrollar.

Compartimos, señor ministro, absolutamente todos los objetivos, lineamientos y ejes de trabajo que mencionó. Creemos que a veces se transmiten en el proyecto de ley de presupuesto expresiones de deseo, quizá por las circunstancias a las que hacía referencia.

Para ser concreto y breve me voy a referir al articulado.

En el artículo 280 –artículo 315 original–, se crea el Sistema Nacional de Turismo Social. El turismo social está definido por ley. Es una obligación del ministerio. Se desarrolló con el ministerio que encabezó la señora Liliam Kechichian y su equipo. Lógicamente, con todo lo que sufrió el turismo en la pandemia y con el encierro –el turismo social que es el turismo interno– fue de las primeras cosas que no podía subsistir. Tratamos de reimpulsar el turismo porque significa mucha cosa. El turismo repercute en lo social, en el derecho que tienen todos los uruguayos de hacer turismo y el ocio, pero también significa el desarrollo de un turismo interno importante, no siempre tan explotado. La crisis de la pandemia que como toda crisis significó oportunidades, llevó a que se desarrollaran muchos nuevos destinos o productos turísticos, sobre todo los vinculados a los espacios rurales y naturales. Hubo un desarrollo muy importante en esa área. Además, descubrimos que nuestro mercado interno no es tan chiquito como parecía; por lo menos, no es despreciable y debemos apostar a él. En su momento, desarrollamos el Programa Turismo para Todos que incluía al turismo social pero que era más amplio para tratar de que también fuera un proyecto –y eso lo recomiendo– para apoyar a ciertos sectores, a algunos operadores turísticos internos que sostienen, digamos, y desarrollan el turismo receptivo.

Tal cual está acá expresado se crea, entonces, el Sistema Nacional de Turismo Social, asignándole \$ 20:000.000 para el ejercicio 2026 y una partida anual de \$ 30:000.000 a partir del ejercicio 2027. En términos relativos, eso es bienvenido porque aumenta las partidas que se tenían; duplica y triplica lo que era bastante insignificante y, entonces, creo que es bienvenido.

Creemos que eso está bien, entonces, pero me parece que falta definir allí un poco más. Inclusive, en ese sentido estamos presentando algunos artículos sustitutivos,

no precisamente en este artículo sino del siguiente, que también tiene que ver con el Sistema Nacional de Turismo Social.

Sabemos, según algunas respuestas enviadas por escrito por parte de las autoridades del ministerio –formuladas en la comisión de la Cámara de Representantes–, que la cantidad de usuarios va a depender de cómo se reparta ese dinero, si va a ser 100 % a través de subsidios o si va a aportar alguien los copagos, digamos, de los usuarios, cuántas estadías serían, etcétera. Acá el ministro mencionaba un ejemplo de tres días y seguramente sería bueno establecer más de un programa, es decir, para un día, dos días, tres días, en fin, como lo habíamos hecho con el Programa Turismo para Todos.

El ministro había manejado una aspiración e hizo un cálculo estimado –que comparto– de entre \$ 10.000 y \$ 12.000 por cada usuario de tres días. Si se subsidiara con el 100 %, esto nos daría para alrededor de 2000 personas. Por eso tal vez sea importante, sí, el copago y, tal vez, también clasificar a los beneficiarios para que algunos puedan tener el 100 % del subsidio y otros puedan pagar.

Lo que recomendaría en ese sentido, señor ministro, es que además se incluya, como lo hacíamos en el Programa Turismo para Todos, a algunos acompañantes porque hay gente que es muy mayor, pasivos, que es imposible que puedan ir solos y, entonces, en el beneficio quizás habría que contemplar que también estuviera incluido algún acompañante para que realmente fuera posible.

El artículo 281 –que es el antiguo 316– también tiene que ver con el turismo social y allí, entonces, se crea el Fondo para el Sistema Nacional de Turismo Social y se indica que se integrará con los aportes económicos que realicen distintas entidades públicas o privadas. Me parece que este artículo está un poco difuso; no establece si el Ministerio de Turismo va a aportar a este fondo –supongo que sí– que se crea, es decir,

si los recursos que refieren al artículo anterior se van a aportar para este fondo, pero, en ese caso, no lo dice. Tampoco define cuáles son las entidades públicas o privadas, ni establece cuáles van a ser esos aportes. Insisto en que la disposición es bastante difusa y, en todo caso, estaríamos haciendo un aporte con un proyecto de artículo sustitutivo que precisa un poco más esto.

Creo que, en definitiva, si no estuviera este artículo no pasaría nada porque, de cualquier manera, el fondo está constituido de por sí con la coordinación. De mantenerse, propondríamos una redacción alternativa, estableciendo que se integrará con el presupuesto establecido para el financiamiento del Sistema Nacional de Turismo Social en el artículo anterior –315 viejo, 280 actual– y las contribuciones económicas voluntarias que en el marco de convenios específicos –al respecto, supongo que tendrán que empezar a firmar con los demás actores, llámese BPS, gobiernos departamentales– puedan aportar entidades públicas o privadas. Y continuaría: «Dichas contribuciones serán consideradas Recursos con Afectación Especial y en ningún caso podrán ser utilizados ni para el pago de remuneraciones personales de clase alguna ni para otro destino que no sea el desarrollo y fortalecimiento del Sistema Nacional de Turismo Social». Le hacemos llegar una copia de ese sustitutivo, que me parece esclarece un poquito más.

Es evidente que vamos a precisar después algún informe económico de cómo se va a conformar este fondo, cuando se tenga un poco más de información, dado que acá no se asigna ni un solo peso. En la Cámara de Representantes se señaló alguna duda con respecto al Tocaf. Se decía que el artículo debería precisar el destino específico del fondo para cumplir con el Tocaf. Creo que, justamente, esta redacción levanta cualquier duda en ese sentido porque, como lo he leído, establece que el único destino es el Sistema Nacional de Turismo Social.

Pasando al artículo 282, antiguo 317, el monto asignado a la inversión en infraestructura es realmente demasiado exiguo, más que exiguo. Serían unos USD 250.000 por año, haciendo un cálculo con un dólar a \$ 40 con algo. Las obras de infraestructura son las que más requieren inversión. Muchas veces hablamos de planes de capacitación, pero las obras de inversión son caras. Acá se ha explicitado que es para el desarrollo de la gestión territorial inteligente, es decir, *software* y *hardware*. Asimismo, la idea es mejorar la infraestructura para hacerla accesible y que haya un turismo sostenible. Pongo un ejemplo: en el desarrollo de la inversión en Lavalleja, en Arequita, para los *motorhome*, se invirtieron \$ 11:400.000, y es un producto. Es realmente demasiado exiguo. Queda abierto el rubro. Supongo que se podrán lograr mayores recursos, sobre todo, a través de algunos convenios, y fundamentalmente creo que los gobiernos departamentales pueden aportar para infraestructura, como ya se ha hecho en todos los períodos. La idea es que se pueda multiplicar ese exiguo monto. De cualquier manera, le solicitaría al Ministerio de Turismo que nos haga llegar un plan mínimo para el período 2026-2029 sobre cuáles serían las regiones prioritarias, el tipo de infraestructura a financiar y los componentes tecnológicos, es decir, si van a ser observatorios, plataformas, accesos a playas, en fin, si tienen proyectada alguna planificación mínima. Y ni que hablar que reforzar el crédito, creo que sería un objetivo que se debería tener apenas comience en 2026.

El artículo 283 habla de la emergencia turística nacional. Creo que es un problema esto. Todos saben que tuvimos que enfrentar una emergencia de las peores que ha vivido el país y no sentí tanto el clamor de esa declaratoria porque realmente qué significa declarar la emergencia turística. No es claro lo que dispara esa declaratoria. Se me plantean muchas dudas, como ser, cuándo se declara la emergencia, cuándo no. Creo que está el antecedente del funcionamiento del Sistema Nacional de Emergencia, el

Sinae, el Cecoe y debería analizarse integrarlo y decretar la emergencia turística dentro de una estrategia nacional y no que el Ministerio de Turismo pueda, aparentemente, decretar la emergencia en cualquier momento; y sobre todo se debe tener claro qué significaría decretar esa emergencia. Todos sabemos que el Estado no es la galera de un mago porque, básicamente, lo que se necesita cuando hay una emergencia y en particular en el sector turístico son recursos y los recursos públicos en la Administración central pasan por el Ministerio de Economía y Finanzas donde peregrinamos todos, más allá de los partidos o de los colores y es lógico, porque alguien debe tener la administración de la caja. Cuando hay una emergencia de ese tipo no se da solamente en el turismo.

SEÑOR BORDABERRY.- A los efectos de hacer más ágil la comparecencia le agradecemos al ministro y a su equipo la presencia. Tengo el mejor recuerdo de mi paso por el trabajo público, mi pasaje por el Ministerio de Turismo. Le digo al señor ministro que es el mejor trabajo que se puede tener, porque promocionar al país de uno, trabajar con la gente que muestra con orgullo lo que tiene es realmente único y, además, es casi apartidario ya que en realidad todos somos partidarios de Uruguay en turismo, y me alegro mucho de eso.

Lo segundo que quiero señalar es que se ha repetido mucho en este ámbito como que la marca Uruguay Natural la hice yo y, en realidad no fue así. La marca Uruguay Natural fue producto de un trabajo colectivo del que participó muchísima gente. Lo que se hizo debe estar en los antecedentes todavía en el ministerio. Se hicieron encuestas y participaron intendentes, ministros, etcétera. A mí me tocó estar allí en ese momento y, por eso, me lo adjudican a mí pero, reitero, fue un trabajo colectivo.

Sumándome a lo que señaló el senador Viera –y ratifico en un cien por ciento de todo lo que ha dicho– la única duda que tengo de todos los artículos que traen es el

artículo 283. En primer lugar, porque genera un poco de ruido hablar de emergencia y además, está previsto la emergencia en caso de pandemia, catástrofes naturales, crisis sanitarias, conflictos internacionales u otros y todos sabemos que la mayor emergencia que se plantea es cuando estalla Argentina o Brasil, para un lado o para el otro; esa es la gran emergencia que tenemos en el Uruguay turístico; ese es el gran tema y se lo dice quien fue ministro de Turismo durante la crisis de 2002 en Argentina que tuvo cinco, seis o siete presidentes en una semana. Más allá de eso, tratando de hacer un paralelismo para aportar, existe en el sector agropecuario la declaración de emergencia agropecuaria y está prevista en la propia ley qué es lo que la dispara. Quizás se podría tratar de incorporar a este artículo algunos elementos, pero no pueden ser iguales, porque si dice que va a tener aportes para ración obviamente que no se lo van a tomar, pero si diferimientos en el pago del aporte patronal, prórroga en determinadas presentaciones documentales, diferimientos de adelantos, créditos blandos del Banco de la República, apoyo técnico, es decir, una cantidad de cosas más concretas que sería bueno incluir. Si no se va a declarar la emergencia y le preguntarán qué va a hacer, no va a responder: declaré la emergencia, tiene que poder hacer algo como respuesta. Me parece que habría que buscarle la vuelta en base a la declaración de emergencia de cosas parecidas a esta.

Gracias.

SEÑOR VIERA (Tabaré).- El propio ministerio admite que la idea con este artículo es complementar la Ley n.º 18621, pero no define umbrales, indicadores, procedimientos. Sin declaratoria de emergencia durante la pandemia el Gobierno dio una cantidad de beneficios fiscales de los que ha mencionado el senador Bordaberry, quiere decir que no se necesita la declaratoria de emergencia. En todo caso, podemos llegar a estar de acuerdo. Hubo algunas voces, no precisamente del sector de los operadores, planteando

la declaratoria de emergencia. Habría que reglamentarla y definir cómo se procesaría dicha emergencia. Nosotros estuvimos tentados de mejorar –siempre como una acción positiva y constructiva– la redacción de este artículo, pero creemos que, tal vez, sería mejor dejarlo fuera, pensarlo y buscar una redacción para otra instancia legislativa.

El artículo 284, antiguo 319, refiere al incentivo para el desarrollo de la conectividad aérea y estamos más que de acuerdo en trabajar en ese sentido. Me alegro que ese sea un objetivo, una prioridad y que se esté concretando con el vuelo a Rivera. En general, creemos en los incentivos. Este está bien pensado, pero hay que ver un poco más el detalle del proyecto, es decir, a cuánto se aspira, cuáles serían los recursos que se podrían volcar, cuánto sería el incremento objetivo. En ese sentido, estamos haciendo un aporte con un artículo sustitutivo para que también se destinen recursos que podrían ser de hasta el 20 % de los créditos anuales asignados a la promoción turística para apoyar prioritariamente a las aerolíneas que establezcan escalas en aeropuertos internacionales, cosa que hace o ha estado haciendo el ministerio. Nos parece que deberían tener algunos recursos más para poder definir, a través de la promoción, aumentar las escalas o tener nuevos vuelos hacia Uruguay tanto internos como externos.

Por lo demás, seguiremos trabajando, porque como sabemos no se agota la tarea de Gobierno en el presupuesto, si bien es una instancia fundamental. Lo que tal vez sería importante en cada uno de los incisos –no solo en el Ministerio de Turismo– sería establecer claramente los objetivos como ha dicho el ministro, los *benchmarking* y, sobre todo, los indicadores para poder evaluar. Entones, año a año en que tenemos la instancia de la rendición de cuentas y ampliación presupuestal, se podría ir fortaleciendo y corrigiendo alguna de las acciones que definamos.

Muchas gracias.

SEÑORA KECHICHIAN.- Quiero agradecer la presencia del ministerio, agradecer la presencia de tantas personas con las que hemos trabajado durante tantos años.

Al igual que el senador Bordaberry una de las mejores experiencias de mi vida política fue haber estado al frente del ministerio, porque además de una actividad económica de primer nivel es educación, es cultura, es relacionamiento entre los pueblos. El Ministerio de Turismo tiene una labor esencial que todavía no es reconocida por todo el sistema político, lo dije antes, lo vuelvo a decir ahora y hasta que algunas cosas no cambien lo seguiré diciendo. El impacto en la economía, en el PBI, en el ingreso de divisas, en la generación de empleo, es indudable. No sé cuáles serán las cifras ahora pero, en su momento, fueron de más de 100.000 personas directas o indirectas relacionadas con el trabajo turístico, cifra que no es menor. El turismo es motor de desarrollo genuino, y lo primero que digo es que requiere más presupuesto, cosa que le manifesté a las autoridades. Tenemos más presupuesto, por ejemplo, para el turismo social, efectivamente hay un crecimiento importante de esos recursos y es muy bueno, pero justamente el análisis que hace el ministro muestra que todavía no hemos llegado a los niveles de la prepandemia. Eso es algo que le pasa todavía a muchos países porque la pandemia fue una de las situaciones más duras que le puede haber tocado al turismo, porque afectó cosas esenciales, como el cierre de fronteras, la libre circulación de las personas, el temor al relacionamiento, es decir, todo lo que hace a la esencialidad del turismo.

SEÑOR VIERA (Tabaré).- ¿Me permite, una interrupción, senadora?

Simplemente quisiera precisar algo que es bueno que lo tengamos en la mesa de trabajo, como creo que tienen que ser estas reuniones. Cuando hablamos de llegar a los niveles de visitantes o de ingresos prepandemia, sería compararnos con 2019 que fue el último año antes de la pandemia. En ese sentido, podemos decir que estamos más o

menos en los niveles de 2019; a lo que no llegamos es a los niveles de las mayores cifras que se dio en 2017. Ya en 2018 y en 2019 los números habían empezado a bajar y no estábamos en pandemia. Allí hay algunos temas vinculados con la planificación, el trabajo y el desarrollo del turismo que debemos tener en cuenta, porque más allá de la pandemia hay otras circunstancias y otros problemas. El senador Bordaberry dijo con acierto que lo que pasa en Argentina o Brasil nos puede llegar a afectar una temporada y hacer que los números cambien. Se llegó a los niveles prepandemia de 2019, pero no se llegó a los niveles de 2017 que fue el más alto en cuanto a visitantes y gasto.

SEÑOR PRESIDENTE.- Puede continuar la señora senadora.

SEÑORA KECHICHIAN.- Cuando hablé de los niveles prepandemia creo que Uruguay ya probó que realmente puede llegar a los 4:000.000 de visitantes y a los más de USD 2.000:000.000 de ingresos. A eso me refería y para eso no hay duda que el corazón es la promoción, porque nadie va a ir a un lugar que no conoce, eso está escrito en piedra. Además, cuando perdemos turistas, como lo hicimos durante la pandemia, reconquistarlos requiere de una inversión mayor, prácticamente el doble.

Las cosas que están planteadas como la mejora de la conectividad, sin ninguna duda, son el abecé. Cuando uno ofrece el Uruguay la gente tiene que saber dónde se va a alojar, adónde va a ir, qué posibilidades tiene de gastronomía, pero también cómo va a llegar. Mucha gente se pregunta por qué no vamos a buscar turistas a China y es porque todavía no sabemos cómo traer a los chinos al sur de América. Es muy fácil decirlo, pero el paquete se cierra con un conjunto de cosas donde la conectividad es esencial. Por eso, me parece muy importante lo que están planteando. Y lo mismo sucede con la capacitación de la fuerza laboral, y agregaría la concientización a los empresarios. Inefop capacitó, por lo menos en el período en que me tocó actuar, a miles y miles de trabajadores en portugués, inglés, en *housekeeping*, en atención al cliente, pero después

los empresarios para pagar un poco menos de salario contrataban a los no capacitados, y ese es el trabajo que tenemos que seguir haciendo con el sector privado para tener mejores resultados. No hay dudas de que la segmentación es el camino. Es impensable, hoy en día, ir al gran Buenos Aires a promocionar a Uruguay. Una cosa es el gran Buenos Aires, otra cosa es la gente que vive en los country y otra la que hace las grandes compras. Por eso se debe tener una promoción específica y, para ello, es imprescindible contar con recursos. El retorno es extraordinariamente bueno. Lo mismo sucede con las pantallas; el ministro decía lo que cuestan. En mi experiencia, la promoción exhibida en la pantalla 9 de Julio y Corrientes, por la que transitan más de 4:000.000 de personas por día, tiene un retorno impresionante. ¡Hay que invertir en esto! Y, para eso, hay que tener recursos. Está estudiado desde la A hasta la Z que tiene un retorno impresionante.

La regionalización me parece una muy buena noticia. En su momento me dio mucha pena que se dejara de lado. El senador Tabaré Viera le dio otro tono al ministerio, pero debo decir que, en la gestión de Cardoso, se perdieron dos años –perdónenme que lo tenga que decir– porque se tiraron abajo proyectos –a pesar de que la pandemia no lo permitía– como el del Corredor de los Pájaros Pintados, que contó con la integración de cinco intendencias de distinto signo político que fueron capaces de trabajar juntas. Esta tarea permitió coordinar a más de 200 pequeños emprendedores, que habían potenciado el Chajá, el pescado de río y una cantidad de cosas de la región, y las cifras mostraban que había crecido enormemente. Por suerte fue solo un episodio, porque en el Ministerio de Turismo las políticas de Estado han hecho carne y, efectivamente, creo que es uno de los ministerios que se puede decir que tiene políticas de Estado.

Se mencionaba la marca Uruguay Natural y, efectivamente, cuando uno llega a un lugar siempre alguien le susurra al oído «cambien todo», pero nosotros dijimos:

vamos a auditar la marca y vimos que tenía una potencia impresionante. Jorge Batlle la defendía con mucha fuerza, y es cierto que la marca la tenía. Nosotros la mantuvimos y creo que estuvo bien que lo hiciéramos. En ese sentido, también estuvo bien la tarea que llevó a cabo el primer ministro de Turismo una vez reinstaurada la democracia. El señor José Villar fue un gran ministro –lo he dicho siempre– por su mirada a largo plazo; él fue el primero en hablar de los 4:000.000 de turistas. Por eso cuando Uruguay alcanzó la cifra de 4:000.000 de turistas, lo invitamos a participar y estuvo a nuestro lado. Esto es lo que Uruguay precisa. En algunas áreas no nos vamos a poner de acuerdo, seguramente en la economía, en áreas más difíciles, más ideológicas, pero en el turismo hay que seguir haciendo un esfuerzo para que esa política de Estado se haga realidad.

Las regiones, con sus particularidades, son muy importantes –están los senadores Botana, Moreira y Pereyra de diferentes regiones que lo entienden bien– y se deben potenciar. Una cosa es la carrera de autos en Cerro Largo –un evento impresionante–, otra cosa es la fiesta del Cordero Pesado en Sarandí del Yí y, otra, son las playas de Rocha, por eso se deben mirar con distintas lupas.

Sobre el fondo de emergencia tengo una opinión diferente a la que planteó el senador Tabaré Viera. Efectivamente, la Ley n.º 18621 menciona los desastres, pero no dice nada de la actividad turística. Cuando tuvimos cuatro años cerrados los puentes –una tragedia que tuvo Uruguay–, que nos vinculan con el principal mercado argentino, la Ley n.º 18621 no nos hubiera permitido decir que estábamos ante una emergencia turística, porque no cita la actividad, sino que menciona el desastre, y un puente no era un desastre. Capaz que hay que buscar una redacción ministro, en eso estoy de acuerdo y me parece bueno el aporte que hace el senador Tabaré Viera, porque quizás la redacción no queda clara. Me parece bueno establecer un fondo de emergencia al

turismo, así como hay para la sequía, el granizo y las inundaciones. En Uruguay existe hace más de 100 años, lo que nunca tuvo fondo de emergencia fue la actividad turística. A mí me parece que hay cosas particulares que la Ley n.º 18621 no contempla y creo que el aporte del senador en la redacción nos puede ayudar.

Me encantó escuchar que van a reimpulsar a los baqueanos. Ustedes no se pueden imaginar lo que esos hombres –porque, en general son hombres, pero también hay muchas mujeres–, en algunas zonas y áreas protegidas, donde es imposible tener un guía turístico que haya estudiado, nos aportaron en conocimiento, en sabiduría y en poder mostrar de la mejor manera algunos territorios.

Para ser concreta voy a plantear algunas preguntas sobre cosas en las que tengo algunos dolores. En nuestra gestión compramos un edificio para ubicar al Ministerio de Turismo, porque estábamos convencidos –y lo sigo estando– de que Montevideo necesita una terminal de cruceros que tiene que estar cerca del puerto y el lugar ideal era lo que hoy es el Ministerio de Turismo. Ese fue el razonamiento que hicimos nosotros en su momento. Hicimos una muy buena compra, por un precio de la mitad de lo que la tasaba catastro, la arreglamos con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, pero el ministro Cardoso dijo que no se iba a mudar y que la iba a vender para atender la pandemia. Ahora bien, ahí está, cerrada, tapiada, perdida, abandonada. Entonces, me gustaría saber, ministro, si tiene alguna idea de qué hacer con esa inversión que hizo el Estado, que fue importante, y que lamentablemente sigue sin tener ningún objetivo.

En cuanto a los recursos humanos, mi experiencia es que el ministerio tiene riquísimos recursos humanos, pero tiene una historia de construcción con personas que eran excedentarias de Pluna y de AFE. Fueron muy buenos funcionarios –y seguirán siéndolo, sin dudas. De todas formas, es necesaria una formación permanente de los

trabajadores del ministerio y que ingrese personal, porque está comprometido su número en ese sentido.

Si hay un ministerio que tenemos que contemplar en las próximas rendiciones de cuentas es este Ministerio de Turismo, por la carencia de personal y porque—vuelvo a repetir, si bien ha crecido en los temas de promoción, todavía es insuficiente.

La otra pregunta tiene que ver con la devolución del IVA. Creo que para nosotros sigue siendo el 9 % y para los que vienen de afuera es la totalidad del IVA. Esa es una promoción extraordinaria del Uruguay; no hay muchos países del mundo donde vas con tu tarjeta a un lugar a comer y automáticamente te devuelven el 22 %. ¡Esa es una enorme promoción que hay que aprovechar!

Por último, nosotros en su momento habíamos hecho un acuerdo con el INE para relevar el turismo interno. En la Encuesta Permanente de Hogares habíamos incorporado preguntas como: ¿Usted salió de vacaciones este año? ¿Dónde fue? ¿Fue en ómnibus, fue en auto? ¿Cuánto gastó? ¿A dónde fue? ¿Fue con su familia? Eran datos muy confiables, como todos los del INE y, en este sentido, me gustaría saber si hoy tienen alguna forma de relevar los datos del turismo interno.

Y quiero felicitarlos porque, realmente, con el presupuesto que les han dado es mucho lo que van hacer.

La senadora Blanca Rodríguez me había solicitado una interrupción, que se la concedo con mucho gusto.

SEÑORA RODRÍGUEZ (Blanca).— Gracias, presidente; gracias, senadora Kechichian.

Agradezco la presentación del ministro y la presencia de toda la delegación del Ministerio de Turismo, una cartera que pese al escueto presupuesto considero en lo personal muy importante porque, de alguna manera, buena parte de la representación del país y de la imagen país pasa por ahí. Lo que podamos vender como características

propias de nuestra población y de nuestra identidad, como elementos de atracción del turismo, me parece muy importante y seguramente ustedes tienen mucho que hacer en materia de *marketing*. Creo que nuestra población ayuda al turismo en términos de su talante, de su capacidad de recibir a la gente, de su amabilidad y por todo lo que tiene que ver con eso que hace que los que vienen de afuera se sientan acogidos y nos digan tantas veces «No saben el país que tienen». Sin embargo, más allá de lo que puedan hacer los pobladores, que es gratis, creo que ustedes tienen allí una tarea muy importante por delante.

Por otro lado, pese a este bajo presupuesto –como decía la senadora Kechichian–, es un sector relevante que aporta alrededor del 7 % del empleo nacional –tengo entendido que más de 100.000 personas fueron aportantes efectivos al BPS en el último tiempo–, con divisas mayores a USD 1.700:000.000 por año, aunque hubo etapas mucho mejores; también lo sé. El turismo se ha consagrado como un derecho humano –el turismo social–, algo que marca la importancia que puede tener en la vida de las personas.

Básicamente, quiero trasladarles algunas inquietudes que tienen que ver con áreas del turismo que ustedes mencionaron y que seguramente trabajarán expresamente.

Creo que en Uruguay hay un turismo bastante obvio, que es el turismo de playa, de río, el turismo de agua, de la gente a la que le gusta el verano y el sol. Pero también hay importantes sectores de la población –seguramente de fuera del país, aunque también de dentro– a la que le interesa el turismo cultural o patrimonial, como le llamaron ustedes. Mencionaron esa especie de tríada que hicieron con Brasil y Argentina, algo clave a la hora de vender el turismo cultural que tiene que ver con Colonia y con sitios muy puntuales en nuestro territorio, sitios que no están demasiado

preparados porque no hemos jerarquizado, desde la propia construcción de la historia, la importancia que tienen algunos sitios patrimoniales de nuestro país.

Y para trabajar eso es clave –así como para el turismo general– la formación de la gente, porque uno ha hecho alguno de esos paseos y ha visto que hay un desconocimiento de la historia, en quienes hacen la guía, que llama la atención. Creo que ahí faltan libros de historia, ponerse a leer. Me refiero a cuando se recorren casas de personalidades destacadas. Creo que ahí hay un esfuerzo importante para hacer, seguramente en la planificación. No sé, incluso, qué presencia tiene en la currícula de las carreras una asignatura y una materia como historia nacional, pero a la hora de planificar los recorridos por esos lugares parece clave tener en cuenta ese dato. Y ni que hablar del tema de los idiomas.

En definitiva, señor ministro, creo que tal vez haya que tener una conversación con el MEC, porque llegan los cruceros a nuestro puerto los sábados y los domingos y están cerrados los museos; están cerradas las casas de; está cerrado el Cabildo. No tiene mucho sentido que funcionen en horario de oficina los días de semana y los sábados de mañana, con suerte.

Entonces, reitero, creo que se podría tener una conversación con el MEC –no sé qué puede significar en términos presupuestales que esos museos estén abiertos– y también con la Intendencia de Montevideo, aunque muchos museos de la intendencia ahora están abiertos los fines de semana –estoy pensando en el Blanes, por ejemplo, o en el Museo de la Memoria–, y también algunos del interior, como el Museo Solari. Son personalidades que atraen fuera de nuestro país.

Con relación a este tema, también me parece importante que se pueda trabajar con el sector privado en el mejoramiento de infraestructuras muy básicas en nuestro territorio, como son los baños en las carreteras o los baños en aquellos lugares que

necesariamente son paradas de la gente que viene del exterior y que hace ruta, como las estaciones de servicio o los paradores. Allí también hay una tarea importante a realizar. Obviamente, no es responsabilidad del Ministerio de Turismo hacer esa infraestructura, pero creo que tal vez sí la concientización de que esos servicios hacen a la imagen del país. Indudablemente, también hacen a la imagen del comercio porque, de pronto, la persona vuelve al lugar donde sabe que ese tema está cuidado. Creo que todo eso ayuda.

Asimismo, quisiera preguntarle concretamente sobre la temporada de cruceros. Me llegó la información de que este año la temporada viene más floja y me gustaría saber si ustedes manejan ese dato con respecto a la temporada de cruceros que ha tenido épocas rutilantes en nuestro país.

Esas son mis inquietudes.

Muchas gracias al señor ministro y a todo su equipo.

SEÑORA KECHICHIAN.- Le doy una interrupción al señor senador Borbonet y después culmino.

SEÑOR BORBONET.- En primer lugar, quiero agradecer la presentación del ministro, de la subsecretaria y de todo su equipo.

En pocos incisos de todos los gobiernos vamos a encontrar políticas de Estado como hemos visto en la tarde de hoy. Creo que eso habla muy bien de lo que se ha hecho y de lo que se está haciendo, y de los planteos que nos ha brindado el ministro en la tarde de hoy. Creo que de eso se trata –los senadores Bordaberry y Viera y la senadora Kechichian lo remarcaron muy bien–, o sea, de señalar las cosas que se hicieron, las que se mantienen y las que no se pudieron hacer, y, en tal sentido, señalar los motivos por los cuales no se pudieron hacer, que algunas veces pueden ser por motivos nacionales y en otras, por motivos externos a los nuestros.

Asimismo, se señaló la importancia que tiene la conectividad para este sector.

Se planteó muy claramente el foco que se le asigna al turismo social y al fondo destinado a ese propósito.

Nos convenció la senadora Kechichian sobre la declaración de emergencia turística. Yo tenía una posición muy similar a la que se manifestó previamente, pero creo que hablar de este tema fue algo muy importante porque indudablemente esto lo vivieron. Seguramente, estos aportes van a contribuir a la gestión del ministerio y de todo su equipo.

Por otra parte, mencionaron perfectamente todo lo relativo a la conectividad área.

Por último, quisiera hacerles una pregunta. Además de la importancia de los convenios con los privados y con el Congreso de Intendentes, quisiera saber –no creo haber oído nada al respecto– sobre el agroturismo y el turismo rural, que si bien es cierto que es algo menor, tiene mucha importancia en nuestra interna en lo que tiene que ver con el turismo de campo, las estancias, las chacras turísticas. En este sector en particular se abre un capítulo que tiene que ver con cabalgatas, con senderismos y con comidas típicas, o sea todo un movimiento que ocurre en lugares alejados de los centros turísticos, pero que acerca a nuestro turismo tanto interior como exterior.

Este ministerio históricamente ha sido uno de los olvidados en los presupuestos. Creo que eso hoy ha quedado en evidencia. Tenemos un deber que, indudablemente, en próximas rendiciones de cuenta vamos a atender y, en ese sentido, creo que todos vamos a estar de acuerdo en que la inversión que debemos hacer en este ministerio es una inversión que trae muy buenos resultados; lamentablemente, nos olvidamos de ello en instancias del presupuesto.

Quisiera apoyar todo lo mencionado por la senadora Kechichian y felicitar por el buen trabajo que están haciendo en equipo. Hoy quedó muy claro en lo que plantearon tanto el ministro como la subsecretaria

SEÑORA KECHICHIAN.- Rescato como algo muy positivo lo que tiene que ver con las regiones, cuyo objetivo es que todos los territorios cuenten con los beneficios del turismo. Eso es muy importante.

Rescato también lo sistémico del turismo social, que también es una actividad económica porque el turismo social en los pueblitos más pequeños deja USD 3.000, USD 4.000, USD 5.000, gracias a la compra de artesanías, a los pequeños lugares de té que hay y a la venta de cosas por parte de las personas del lugar. O sea que el turismo social también es una actividad económica,

Por lo tanto, les deseo buena suerte. Creo que en la suerte del Ministerio de Turismo va una parte de la suerte del crecimiento del Uruguay, para lo que tanto estamos trabajando todos. Así que, reitero, les deseo la mejor de las suertes.

Muchas gracias.

SEÑOR VIERA (Tabaré).- Pido la palabra porque me sentí aludido políticamente.

Voy a hacer una aclaración. No se trata de un tema planteado en el presupuesto y por eso no nos hemos referido antes a él ni a otras cosas, pero la señora senadora Kechichian habló sobre la compra de un nuevo edificio para el ministerio y no puedo dejarlo pasar sin aclarar.

Discrepo con la señora senadora en ese sentido. Tenemos muchas coincidencias; tenemos una relación muy larga desde cuando yo era intendente y ella era directora de Turismo de la Intendencia de Montevideo.

SEÑORA KECHICHIAN.- Siempre lo traté muy bien.

SEÑOR VIERA (Tabaré).- Así es y siempre nos apoyó, pero discrepamos en algunas cosas y esta es una de ellas.

Creo que no fue un buen negocio —es un tema para discutir en otro momento— y por eso fue desechado. Para mí, hay que completar la venta de ese edificio que está en ruinas. No es un edificio entero; son solo dos pisos, por lo que el ministerio pasa a ser copropietario de un edificio. Son dos pisos y un subsuelo; por lo tanto, no es el edificio del ministerio. Además, está en ruinas; nosotros lo encontramos en ruinas, totalmente deshecho.

Está para ver si todavía está en ruinas; lo deshicieron. Antes funcionó ahí un banco y lo único que quedó fue la bóveda, porque parece que es imposible romperla, prácticamente. Por lo tanto, no creemos que haya sido un buen negocio y tampoco el precio.

Discrepamos en todo, pero no es un tema para hablar ahora. Sin embargo, no lo podía dejar pasar por alto porque lo mencionó la señora senadora Kechichian.

Sin duda, hay temas de desarrollo del turismo que no están planteados acá y que tal vez son para trabajarlos en la comisión. Obviamente, nos quedan interrogantes sobre cosas que, no tengo duda, están visualizadas y planificadas. Por ejemplo, el tema del desarrollo del turismo por sectores de actividad, por tipos de turismo.

También me refiero a lo que tiene que ver con los datos. Algo se mencionó en cuanto al observatorio que estaba creado, en convenio con el INE y también con Antel por la accesibilidad a algunos datos que la tecnología hoy proporciona.

Son temas que tenemos que seguir trabajando a nivel de la comisión porque no están en este momento en el planteo presupuestal.

Gracias, señor presidente.

SEÑORA KECHICHIAN.- Ahora me siento aludida yo.

Perdóneme, señor presidente, pero tengo que decir que el edificio entregado no estaba en ruinas. Está en ruinas ahora porque hace seis años que está cerrado, pero no estaba en ruinas. Era un edificio al que se le había hecho toda la sanitaria, toda la instalación eléctrica y la instalación de *wifi*. Tenía un diseño de *coworking* y tenía un espacio ya pronto para que las intendencias del interior pudieran exponer. Sin embargo, alguien decidió cerrarlo para venderlo enseguida y no lo vendió. Lo tapió y hasta el día de hoy está tapiado.

Por lo tanto, quiero decir que no estaba en ruinas cuando nosotros lo entregamos. Estaban para terminar algunas cuestiones de pintura, pero prácticamente ya estaba pronto para que el ministerio se pudiera mudar ahí.

SEÑOR VIERA (Tabaré).- Creo que deberíamos hacer una visita al edificio.

(Interrupciones).

—No se hizo nada. Está en ruinas porque se destruyeron las paredes, se tiraron abajo. No hay nada hecho; no hay paredes, no hay nada. Hay escombros.

SEÑOR PRESIDENTE.- Han quedado claras las posiciones.

SEÑOR MOREIRA (Carlos).- Mi saludo al señor ministro, a su equipo técnico, en particular a aquellos técnicos que integraron la dirección de Turismo de la Intendencia de Colonia. Estoy hablando de la señora Andrea Schunk y Cristian Pos. Los veo a los dos con muchas ganas y estoy seguro de que están haciendo un gran aporte para este ministerio, tal como lo hicieron en la Intendencia de Colonia.

Este es un tema que particularmente nos apasiona a todos, sobre todo en departamentos cuyo desarrollo económico, social, cultural tiene mucho que ver con la actividad turística. Es la actividad que cada día es más importante para el Uruguay. Estaba leyendo que la actividad turística representa el cuarto o el quinto ingreso de divisas que tiene el país. ¡Vaya si eso es importante! Son millones de personas. El

puerto de Colonia es el puerto de pasajeros más importante del Uruguay. Por él ingresan y egresan más de 2:000.000 de personas por año. En algún año hemos llegado a los 2:500.000 de personas. Eso representa mucho para el país y naturalmente para el departamento de Colonia, del cual fui intendente durante cuatro períodos. ¡Vaya si se transformó Colonia a través del incremento del turismo!

El próximo 6 de diciembre se cumplen treinta años de que la Unesco declarara el barrio histórico de Colonia del Sacramento como Patrimonio Cultural de La Humanidad. Los invito a todos porque vamos a hacer un gran festejo por un hecho que realmente fue muy importante, no solo para la ciudad de Colonia del Sacramento, para el departamento de Colonia sino también para todo el Uruguay. Fue el primer lugar del Uruguay declarado por la Unesco como patrimonio cultural. Yo siempre digo que en Colonia hubo un antes y un después de eso. Antes –ahora, repito, vamos a festejar los 30 años de la declaratoria– era otra Colonia; solo había un gran hotel, que todavía sigue y algunos pequeños hoteles, había muy pocos restaurantes y reductos gastronómicos.

De ahí en más Colonia se transformó y hoy tiene más de 50 hoteles en la propia capital, más otros hoteles en varias regiones del departamento. Mi pueblo, Colonia Suiza, hace cuarenta o cincuenta años era el centro más atractivo para los turistas y hoy la Colonia del Sacramento es un centro turístico nacional e internacional.

La actividad del turismo genera más de 100.000 empleos en Uruguay. Según la versión taquigráfica, en la mayor parte de esos empleos trabaja gente con 29 años de promedio. La mayoría cuenta con bachillerato completo, así que tienen un buen nivel educativo.

Colonia tiene muchas variedades de turismo. La senadora Blanca Rodríguez hablaba del turismo cultural y patrimonial. ¡Vaya si Colonia tiene turismo patrimonial no solo en el barrio histórico sino también en monumentos que están en otras ciudades

del departamento! Eso lo explotamos. Tenemos turismo patrimonial, turismo de sol y playa, turismo de templos, turismo religioso, turismo enológico. Tenemos vastas variedades. ¡Vaya si eso contribuye al bienestar y al desarrollo de nuestros departamentos!

Quiero destacar lo que ha significado el turismo. Hoy en sala tenemos a tres exministros de turismo. Es muy difícil hablar del tema frente a gente que sabe tanto. Blanco no veo ninguno, pero hay dos exministros colorados y la exministra frenteamplista. Así que acá ha habido, en ese sentido, una rotación que creo que ha sido extremadamente positiva.

Quería decir que sigamos adelante en este camino y que sigamos capacitando a la gente. En el departamento de Colonia tenemos algo único en el Uruguay, que es una escuela de hotelería y gastronomía que tiene casi 200 alumnos y que capacita a la gente para brindar la mejor de las atenciones de forma profesional; creo que eso es un gran aporte. La capacitación de la gente para esto y la sensibilización para una actividad como esta es absolutamente prioritario y fundamental.

Así que quiero sumarme a lo que están haciendo, desearles el mejor de los éxitos y decir que todos vamos a trabajar para aportar a esta actividad, que es uno de los ejes de la prosperidad en el Uruguay y de la felicidad de sus habitantes.

Le deseo el mejor de los éxitos a todo el elenco del Ministerio de Turismo.

SEÑOR VIERA (Nicolás).- Primero que nada quiero agradecer al señor ministro y al equipo de su ministerio porque han hecho un muy buen análisis de la situación y también quiero destacar a los colonienses que tenemos en ese equipo que, como bien decía el senador Moreira, han aportado y aportan muchísimo al departamento de Colonia –ahora, por suerte, los tenemos a nivel nacional también– que, sin lugar a

dudas, tiene un alto componente de dependencia del sector turístico. Por eso quiero referirme a algunas de las cuestiones que me parecen significativas.

Lo primero y central que quiero decir es algo que ya es costumbre en esta comisión: escuchar los informes de los ministerios haciendo referencia a la continuidad de políticas públicas genuinas, entendidas como programas, entendidas como direccionamiento pero, sobre todo, con no arrancar de cero cada vez que cambia el Gobierno. Y a esto lo destaco porque no siempre se ve en el Uruguay democrático a corto plazo, si miramos para atrás. Un ejemplo de eso –lo decía la senadora Kechichian– tiene que ver con el desmantelamiento nocivo del Corredor de los Pájaros Pintados. Creo que ahí hubo un desacierto porque el Corredor de los Pájaros Pintados era todo lo que estaba bien en materia de turismo y de turismo comunitario, de esto que hoy se quiere volver a implementar, que es conversar con las comunidades, que es dialogar con el territorio, que es pensar, por ejemplo, en qué necesita Nuevo Berlín para desarrollar su turismo y que no vengan, como caídas de regalo, decisiones de un gobierno departamental que está descentralizado con respecto a la capital de su departamento o del Ministerio de Turismo, que muchas veces ejerce políticas centralizadas, también relacionadas a la capital del país.

Entonces, en ese camino creo que tenemos que seguir apostando por lo que se ha hecho bien y creo que está muy bien que el ministerio lo plantee de esta manera.

Después se mencionó, como ejemplo, la ruta jesuítica. Creo que es algo muy interesante pensado, incluso, a nivel del Mercosur; pensado, incluso, a nivel de región, no como el Uruguay aislado, sin vínculo con su entorno, porque tenemos mucho – Colonia también lo sabe con la Calera de las Huérfanas– como inicio de este corredor. Hay, desde el sur del Uruguay hasta Misiones, involucrando a Argentina y a Brasil, una cantidad de trabajo por delante.

Entonces creo que eso está muy bien.

Después, quiero decir que no voy a ingresar, realmente, a la consideración del edificio porque no es un tema presupuestal, pero me cuesta creer que algo en la gestión de Germán Cardoso se haya hecho bien. Así que creo que la señora exministra Kechichian debe tener razón porque, realmente –se lo he dicho personalmente al actual senador Tabaré Viera–, por suerte hubo un antes y un después de la gestión de Tabaré Viera al frente del Ministerio de Turismo. Él le devolvió la responsabilidad, el compromiso y la dignidad a la gestión del Ministerio de Turismo, algo que se necesitaba. Fue un gran ministro bajo esas consecuencias que había heredado. Lamento que ahora no esté en sala para escucharme, pero sé que va a volver y se lo voy a decir personalmente, porque creo que hay que reconocer a la gente que hace las cosas bien por el país. Tabaré Viera fue uno de los servidores públicos que lo hizo bien.

¿Por qué digo esto? Porque tuve la suerte de haber ido con la comunidad de turismo de Colonia a reunirnos con el expresidente Lacalle Pou en plena crisis del sector turístico durante la pandemia. En aquel momento los actores políticos del departamento de Colonia hicimos un reclamo junto con la Asociación Turística, la Cámara Hotelera y la Cámara Gastronómica. Colonia tiene ese entramado social bien interesante que se nuclea en la Asociación Turística, que nuclea a todos los actores del sistema de turismo del departamento. Éramos alrededor de 15 personas, de las cuales solamente yo le planteé al expresidente la necesidad de declarar la emergencia del turismo.

Creo que cuando uno, estando en la oposición, le pide al Gobierno que lleve adelante una política, tiene que ser coherente y cuando está en el Gobierno debe llevarla adelante. Por lo tanto, que el Gobierno, a través del Ministerio de Turismo, esté planteando un fondo dedicado a la emergencia turística, es un acto de coherencia y lo defiende. Creo que está muy bien que así se haga. Después podemos entrar a discutir la

formalidad; podemos discutir si es este el momento de abordarlo; podemos desglosarlo y discutirlo aparte; podemos votarlo así y que la reglamentación de la ley establezca el cómo. A mí me interesa que todo ese cúmulo de operadores del servicio de turismo en todo el país, del más chiquito al mediano –porque los grandes tienen otra espalda y a veces pueden resolverse de otra manera–, tengan una cobertura.

Entonces, si existe la emergencia agropecuaria, si existe la emergencia hídrica, ¿por qué no va a existir un abordaje como Estado de la emergencia turística? Creo que hace bien este ministerio en plantear esa necesidad. Todos vimos –quienes no éramos del palo y a las apuradas tuvimos que interiorizarnos y salir a aprender– cómo al día de hoy hay hoteles pequeños y medianos, restaurantes pequeños y medianos, boliches pequeños y medianos que cerraron en el 2020 y no volvieron a abrir. El departamento de Colonia –hablo de él porque es el que conozco– disminuyó en un número considerable las camas disponibles y al día de hoy no ha vuelto a tener la misma cifra. Entonces, ¿cómo no vamos a pensar que necesitamos tener herramientas a mano cuando se nos viene este tipo de acontecimientos?

Acá quiero terminar, señor presidente, con dos preguntas. Una tiene que ver con algo que el ministro lo decía a grandes rasgos, y también la subsecretaria. Y si bien puede parecer que no es un tema de presupuesto, a mí sí me interesa que se aborde en el marco del presupuesto. La pregunta es cómo el ministerio va a vincularse con las políticas de turismo de los departamentos. Yo me imagino en un departamento como el de Colonia –vuelvo a insistir con el ejemplo–, la ruta del vino, la ruta del queso, la ruta Unesco –como muy bien me aclara la senadora Kechichian–, y una cantidad de rutas más que hacen a la globalidad del departamento. Pero eso, necesariamente, debe encajar con una política nacional. También está todo lo que tiene que ver con el patrimonio cultural en general y el patrimonio de la humanidad, con Colonia como sitio histórico.

En este tema, necesariamente, los recursos disponibles deben de sumarse y no superponerse. Eso pasa a lo largo y ancho del país, con mayor o menor énfasis. Además, podemos sumar al tercer nivel de gobierno, que son los municipios, que también manejan rubros en ese camino.

Entonces, en aras de pensar la regionalización y la descentralización real, también es cierto que no hay descentralización si no hay plata descentralizada, y Uruguay con la estructura política que tiene, en cuanto al gobierno nacional, a los gobiernos departamentales y a los locales, creo que debería existir una política común. Esa es la primera pregunta.

La segunda pregunta, que deviene de la gestión del exministro Cardoso, relativa a los dos juicios que perdimos como Estado. Se realizó publicidad en pleno brote de la pandemia y ahora nuestro país está perdiendo juicios. Entonces, quiero saber cómo el ministerio piensa cubrir los millones de pesos por los que se ha condenado a Uruguay fruto de esa política errática del exministro Cardoso. Tenemos que conocer los recursos y quién termina pagando: ¿el Ministerio de Turismo o el Ministerio de Economía y Finanzas? Como es parte de la gestión del Ministerio de Turismo, lo pregunto acá.

Gracias.

SEÑOR SCHIPANI.- Saludamos al señor ministro, a la directora general y a los demás integrantes de la delegación. Ha sido muy interesante la exposición del señor ministro.

Queremos enfocarnos en un tema que entendemos que es central en el turismo de Uruguay, al que el ministro hizo referencia, y tiene que ver con la promoción. Hay un estudio reciente, de este año, de Ceres, que quiero compartir con la comisión. Concretamente plantea que si pasamos de invertir USD 4:300.000, que es lo que señaló el ministro que invertimos hoy en promoción, a USD 15:000.000, lo que supone prácticamente triplicar el presupuesto en promoción, esto significaría para el país más

de 1:100.000 visitantes por año, aumentando en un 32 % el número de visitantes que Uruguay tiene, lo que supondría más de USD 725:000.000 de gasto en turismo, en el año, con un aumento del orden del 41 % de lo que gastan los turistas que vienen al país.

Quiero aclarar que se trata de un estudio de Ceres –creo que es el mismo documento que citó el señor ministro–, pero obviamente analizado en base a la realidad uruguaya. Es de la Universidad de Valencia y tiene como referencia evidencia de Colombia y de Chile.

Este aumento de USD 10:000.000 en la promoción en términos económicos supondría un aumento de un 1.4 % del Producto Bruto Interno de Uruguay –repito: 1.4 % del PBI–; un aporte impositivo adicional para las arcas del Estado de USD 70:000.000 de impuestos directos, USD 32:000.000 en impuestos indirectos y la creación de 9.800 puestos de trabajo.

Considerando el efecto que el incremento en la promoción tendría en la recaudación, surge que por cada dólar, en base a ese incremento, la recaudación directa crecería USD 6,5, más USD 3 de recaudación indirecta, o sea que cada dólar que el Estado invierta en promoción para atraer turistas se duplicaría por diez.

Este es un análisis muy serio –realizado por un centro de estudios al que todos le tenemos mucho respeto, que es Ceres–, que deja en evidencia como con muy pocos recursos, porque estamos hablando de USD 10:000.000, Uruguay podría pegar un salto realmente impresionante.

Creo que el próximo viernes comparece a la comisión el ministro de Economía y Finanzas. Me gustaría comentarle esto porque una de las bases en las que se sustenta este presupuesto es, justamente, el aumento del crecimiento económico y vaya si con una inversión tan modesta como la que se está planteando podría aumentar el producto

casi un punto y medio. Simplemente, quería reseñar esto. En todo caso, si el ministerio no cuenta con este informe, se lo hago llegar.

Al analizar y desglosar los recursos que se invierten en el marco del presupuesto nacional –los recursos que el Estado gasta–, si destinar USD 10:000.000 tiene un retorno en todas las áreas –en el crecimiento económico, en el crecimiento en la recaudación del Estado, en el crecimiento del empleo, en el desarrollo del sector–, hay que hacer la apuesta. Obviamente, esta promoción está focalizada –y así lo plantea el estudio– en los países de la región y utilizando todas las herramientas que la tecnología hoy permite con la microsegmentación.

Me parece que tenemos una enorme posibilidad que no podemos desperdiciar por no invertir USD 10:000.000. Es, realmente, una cifra que en el contexto de los USD 23.000:000.000 del presupuesto nacional ni siquiera es una gota en el océano.

Por tanto, aspiro a que podamos hacer un esfuerzo en las reasignaciones o que el Ministerio de Economía y Finanzas, que es el que distribuye y asigna los recursos, tome la cabal conciencia de la importancia de invertir en promoción más de lo que actualmente invertimos, porque eso tiene un correlato directo con todos estos beneficios que he reseñado.

Era cuanto quería decir, señor presidente. Muchas gracias.

SEÑOR CAMY.- Voy a ser muy breve ya que algunas preguntas y consideraciones que quería hacer fueron comprendidas en diversas alocuciones.

Quienes tenemos varias legislaturas en esta instancia podemos dar cuenta del común denominador –más allá de los gobiernos– que tienen las comparecencias de los distintos jerarcas que han pasado, que incluye a las actuales autoridades del Ministerio de Turismo: logran una aceptación, un crédito al inicio de la gestión. Hay como una

suerte de consideración de Estado de la importancia de la política que impulsan, de la rectoría que tiene esta cartera en el turismo.

A su vez, tienen el lamentable común denominador –podemos decirlo involucrando sin excepción a todos los gobiernos– de que nunca es correspondido: ni los resultados que terminan logrando –que no dudo sucederá en este Gobierno también, así lo deseamos y tenemos la expectativa– ni lo que ya proyectan, con lo que se recibe de los recursos que distribuimos en estas instancias para el Ministerio de Turismo.

Sin embargo, termina siendo un resultado –lo pensaba ahora mientras escuchaba, inclusive, las calificadas opiniones de exministros o intendentes como el senador Moreira que, entre otras cosas, se destacaron por una fenomenal tarea que tiene el departamento de Colonia y que distinguió sus cuatro actuaciones como intendente a la promoción del turismo– que, pese a lo escaso, pese a lo magro de los recursos que se asignan a la cartera, tal vez sea de los pocos que siempre termina con resultados con creces respecto a la inversión que hicieron. También uno siente que, en estos últimos 20 o 30 años, el común denominador han sido los buenos resultados en la gestión del Ministerio de Turismo.

Tal vez tendríamos que plantearnos darle el crédito de la buena gestión porque, gestionar con recursos escasos y alcanzar resultados buenos, significa que hay eficiencia. Muchas veces nos acostumbramos a priorizar la dirección de los recursos en determinadas áreas que consideramos de emergencia, y los resultados no terminan siendo proporcionales a la inversión que se hizo; no hay eficiencia.

Creo que el Ministerio de Turismo siempre ha sido eficiente –aquí estribo con lo que señalaba el senador Schipani sobre el estudio de Ceres, que también leí y me pareció muy interesante– y me pregunto si no será conveniente –y no lo digo para esta instancia, porque como hemos conversado todos en estos días, que este presupuesto, por

lo menos en esta instancia quinquenal, no tiene mucho espacio para la reasignación—, cambiar la lógica y considerar a aquellos que gestionan bien y que obtienen resultados a partir de escasos recursos. Seguramente eso sería mucho más eficiente, de otro modo, queda la sensación de que nadie reclama para Turismo porque en el fondo estamos bastante conformes, ya que el turismo está entre los cinco principales rubros de ingresos, de generación de divisas y de empleo.

Hay algo que quiero destacar especialmente, no solamente por la ponencia y la presentación de hoy, sino también por la que hizo el señor ministro y los jerarcas, hace poco más de un mes, en oportunidad de participar en la comisión de industria que comprende al turismo, y es que creo que hay un enfoque muy claro —y como hombre del interior, lo quiero valorar especialmente— de una concepción auténticamente nacional. Y me refiero a la visión de comprender que el desarrollo nacional debe abarcar todos los desarrollos locales y regionales porque, si no, no es nacional.

Sin duda, tenemos cinco departamentos principales a nivel turístico, como los de la costa oceánica, Maldonado y Rocha —no tenemos que explicarlo—, Canelones —el Río de la Plata—, la capital y Colonia, como gran departamento de promoción turística. También podemos mencionar los dos principales centros termales que tiene el país, así como el turismo fronterizo que se ha promovido, especialmente, en la ciudad de Rivera, y en los restantes departamentos que tienen frontera con Brasil. Hay departamentos con eventos emblemáticos muy característicos y ya nacionales como lo es la «Patria Gaucha»; en sí mismo, se trata, a modo de ejemplo, de un evento turístico, por toda la expansión que tiene en su escala. Si a eso le agregamos el aporte de la ruta de los vinos, el circuito del turismo religioso, etcétera, uno siente que Uruguay está siendo cada vez más comprendido en estas políticas.

Así que quiero destacar la confianza que le damos a este ministerio. Sentimos que en su ponencia se ha hecho énfasis expresamente en esa línea de continuidad que tiene respecto a políticas anteriores de la gestión de turismo. Acá no hay vocaciones refundacionales, sino un sentido de aglomeración, de ir acoplando resultados e ir destacando aciertos.

Le auguramos buena gestión, señor ministro, para usted y a todo su equipo. Le reconocemos el profesionalismo que ha sido claro en la presentación y en lo que se señala, y en el talante que nos ha mostrado en estas dos participaciones ante el Senado. Entonces, quiero dejarlo expresado; cuando arranca el partido de antemano puede ser un riesgo, pero nosotros le damos un crédito a este ministerio.

SEÑOR PEREYRA.- Señor presidente: voy a ser breve para colaborar y para no redundar en algunos planteos que ya se realizaron, pero me parece que es necesario hacer un par de puntualizaciones. Comparto muchos de los planteos que ya se realizaron respecto a la exposición realizada por el Ministerio de Turismo y, en particular, sobre los 5 artículos de este inciso 09.

No es menor hacer énfasis en la mirada estratégica del ministerio, una mirada de construcción que viene de hace muchos años, como varios senadores manifestaron. Creo que no es menor, en el marco de una discusión presupuestal, en la que siempre existe demanda presupuestal de parte de todos los sectores. Coincidimos con que este es un ministerio al que siempre le queda corta la sábana, por la importancia que tiene el turismo en todo el territorio nacional, independientemente de que hay algunas zonas donde impacta más lo que eso significa.

Quiero hacer una apreciación subjetiva. Creo que es el único ministerio en el que el ministro, el subsecretario y el director general provienen del interior del país. No es una mirada chovinista, pero, en un país tan centralista, esta característica no es menor. A

su vez, tienen una mirada diferente de las regiones que impactan en el turismo, como son Salto, Colonia y Rocha. Digo esto no como una cuestión anecdótica, sino por esa discusión eterna que tiene el país en cuanto a la lógica centralista; nos consta que ha habido ministros y ministras que no han nacido en el interior y que han tenido una lógica clara sobre una política nacional de turismo. Entendemos que este es el énfasis que hay que seguir realizando y construyendo.

Destaco el artículo 280 por lo que implica fortalecer al turismo social. Es una política de alto impacto, que vino para quedarse. Recuerdo algunos debates que se dieron cuando se instaló –como sucede con todo comienzo–, en un país en el que a veces cuesta asimilar lo nuevo, pero, aun así, generó un impacto muy importante. Cuando se dan situaciones de complejidad, como durante la pandemia –donde, claramente, el sector turístico fue el más afectado–, sin duda que hay que sostener este tipo de definiciones. Como dijo la senadora Kechichian, si bien hay un crecimiento presupuestal importante, puede seguir viéndose como corto.

Debemos darle una gran importancia al artículo 283 –como ya se dijo y no es menor–, sobre todo por lo que significa un impacto en el turismo y por la cantidad de pequeñas y medianas empresas que se desarrollan en ese ámbito. Cuando hay dificultades externas que generalmente liquidan a esos emprendedores, este tipo de artículos y de definiciones son muy acertados. Después, como todo, en la discusión presupuestal se dará el mejoramiento, pero es parte del compromiso del actual Gobierno, que fue anunciado en Colonia. Ese compromiso se reafirma en este artículo presupuestal.

Por último –dije que sería breve–, haré referencia a un aditivo en el que estamos trabajando, que no estará dentro del inciso de este ministerio, pero que implica una modificación al artículo 2.º de la Ley n.º 19925, relativa a la creación del Sistema

Nacional de Aeropuertos Internacionales para el Uruguay. Como bien se dijo acá, hay nuevos destinos. En este sentido, el ministro desarrolló con claridad el impacto del aeropuerto de Rivera. Sabemos que hace algunos años, antes de la pandemia, hubo algunas iniciativas privadas que planteaban la posibilidad de ampliar la concesión de Laguna del Sauce, incorporando un anexo al aeropuerto en el departamento de Rocha. Hoy pueden estar dadas las condiciones para ello, pero tiene que haber una base legal para que eso se pueda desarrollar. El artículo no puede establecer el lugar específico, pero estará presente en la reglamentación de la ley. Seguramente, esté contemplado en el inciso del Ministerio de Defensa Nacional, pero esto tiene un impacto turístico muy importante para esa zona. Hay una decisión que implicaría modificar la ley para que, a través de la inversión privada, sin inversión pública, pueda generarse esta oportunidad. Quiero destacarlo porque me parece que este artículo, de acuerdo con lo conversado con legisladores de otras bancadas, tiene acuerdo y puede ser presentado de esa manera.

SEÑOR MINISTRO.- Primero que nada, quiero agradecer todas las intervenciones de los legisladores y las legisladoras. Realmente, como decíamos al principio, estas instancias, aparte de que son muy amenas y educativas, son siempre enriquecedoras y por eso lo destacamos. En nuestras tres comparecencias anteriores al Parlamento, realmente hemos salido enriquecidos y, sobre todo, esperanzados porque tenemos cosas muy importantes por hacer.

Hubo un planteamiento muy concreto del senador Viera sobre la posibilidad de contemplar acompañantes en el Sistema Nacional de Turismo Social. La respuesta es: ¡por supuesto que sí! Hay personas que no podrían hacer turismo si no lo hacen con algún acompañante. Eso está contemplado en otros ámbitos —como los acompañantes para personas con discapacidad— y sin dudas va a ser contemplado en el Sistema Nacional de Turismo Social.

Otro pedido que hizo el senador es que se le hiciera llegar un plan mínimo de las regiones y de las cosas que se iban a financiar con objetivo 2026-2029, y sin duda que lo haremos. Como dijimos al final de nuestra presentación, entendemos que en el Ministerio de Turismo tenemos todas las condiciones para poner indicadores en todos aquellos incrementos presupuestales que estamos pidiendo. Sin ningún lugar a dudas, nosotros podemos medir el retorno de la inversión, el retorno de gasto, en todo. Entonces, por supuesto que se lo haremos llegar oportunamente, senador.

Con respecto a la declaración de emergencia turística, a riesgo de dejar fuera, de forma involuntaria, alguna opinión, quiero decir lo siguiente. Primero que nada, nosotros seguimos sosteniendo que la declaración de emergencia turística –por las características que mencionaba la senadora Kechichian, pero, sobre todo, por un tema filosófico– pone al sector turístico como un sector productivo importante, que lo es. Sin embargo, como lo recomendara especialmente el senador Bordaberry, habría que aterrizar –si cabe el término– cuáles serían las condiciones en las cuales se declararía la emergencia turística. Por lo tanto, nosotros entendemos que todas las intervenciones han sido enriquecedoras y en ese sentido nos comprometemos a trabajar para aterrizar ese artículo.

Respecto a la intervención de la senadora Kechichian sobre el edificio y su destino, primero que nada entendemos que, por supuesto, Montevideo debe tener una terminal de cruceros; ¡sin duda! Hay algunas IP, iniciativas privadas, que están siendo tratadas en el Poder Ejecutivo, con la intendencia, etcétera, y nosotros entendemos que tenemos que esperar a ver cómo se desarrollan.

Respecto a la situación jurídica, en particular, me gustaría que se cediera el uso de la palabra a la directora general, doctora Ualde, para que ultime los detalles.

SEÑORA UALDE.- Buenas tardes senadoras y senadores; es un placer comparecer hoy.

Efectivamente, como bien se mencionó, el inmueble ubicado en Cerrito y Zavala fue adquirido por el Ministerio de Turismo en el año 2017 para trasladar la sede central del ministerio e instalar eventualmente esa terminal de cruceros. Como también es de público conocimiento, en el año 2020 se comunicó que ese proyecto no iba a seguir adelante y desde ese entonces el inmueble se encuentra vacío, sin ocupantes, y se han iniciado las acciones jurídicas que se nos encomendaron en su momento.

El 11 de mayo de 2021 se firmó un comodato con la Administración Nacional de Puertos por 30 años para mantener la sede del ministerio en donde estamos actualmente. Recién el 19 de diciembre de 2023, se aprobó una resolución de Presidencia de la República en la que se declara la prescindencia del bien ubicado en Cerrito y Zabala y se encomienda al Ministerio de Turismo realizar un llamado a licitación pública internacional para la enajenación del bien.

Ni bien asumimos –en marzo de este año– iniciamos un grupo de trabajo, liderado por mi adscripta, la doctora Valentina Seferian, quien me acompaña hoy, y se elaboró un pliego que fue trasladado a Presidencia de la República en agosto de este año. Se hicieron algunas observaciones, que fueron levantadas, y ahora estamos esperando la conformidad de Presidencia de la República para publicar el llamado. Mientras tanto, obviamente, nos estamos haciendo cargo de los gastos propios de este inmueble, a la espera de la publicación y de eventuales interesados.

SEÑOR MINISTRO.- Gracias, señor presidente. Gracias, directora, ha sido muy clara; agradezco la intervención.

Siguiendo con la intervención de la senadora Kechichian, simplemente quisiera confirmar lo que ella planteaba con respecto a la devolución del IVA; es correcta la apreciación que ella hace.

En lo que respecta a las encuestas del INE, si usted lo permite, señor presidente, le voy a ceder el uso de la palabra al director nacional de Turismo, Cristian Pos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Adelante.

SEÑOR POS.- Gracias, señor presidente.

Hemos mantenido reuniones con el INE desde hace varios meses sobre diversos temas.

En cuanto a la Encuesta Continua de Hogares y la Encuesta de Turismo Interno, esta se dejó de hacer. Según lo que nos informa el INE, por distintas legislaciones se han ido incorporando preguntas sobre otros tópicos, que desde el punto de vista técnico no hacen viable hoy día retomar las preguntas sobre turismo.

Lo estamos conversando con el INE –obviamente, seguirá siendo un tema de conversación y discusión técnica–, pero la realidad es que en estos momentos estamos analizando otras medidas, otras formas de medir el turismo interno, porque lo que tenemos hoy es la medición de la movilidad por celular, que es distinta. Por ejemplo, el gasto no se puede obtener por la medición de la movilidad por celular, así como otras variables de medición del turismo interno.

Entonces, con un equipo técnico del Ministerio de Turismo, junto a asesores, el INE y el BCU, estamos analizando otras metodologías posibles. Seguramente, el año que viene tengamos más claro cómo retomarlos, pero esa medición que se hacía, de momento, no se puede retomar tal cual estaba.

SEÑOR MINISTRO.- Gracias, presidente; gracias, director.

Continuando con las preguntas de la senadora, para lo que tiene que ver con el ingreso de funcionarios, de nuevo, señor presidente, le cedo la palabra a la directora general.

SEÑOR PRESIDENTE.- Adelante.

SEÑORA UALDE.- Gracias, presidente.

La cuestión de recursos humanos fue una de las primeras preocupaciones que tuvimos cuando asumimos en el ministerio.

Actualmente, el total de puestos de trabajo con desempeño efectivo en el ministerio es de 157; aproximadamente 140 funcionarios públicos y 17 vínculos de otro tipo. La situación es realmente complicada a nivel de cantidad para los objetivos que tenemos y para la gestión diaria del ministerio.

Quería aprovechar para destacar el compromiso de los funcionarios y funcionarias actuales del ministerio que, siendo pocos y teniendo tantas tareas, desarrollan un trabajo diario impresionante. Lo vivimos todos los días con todo el equipo y realmente es destacable.

Tienen puesta la camiseta del país –creo que también se mencionaba hoy–, a pesar de ser tan pocos. Incluso, con el trabajo debemos realizar en el interior del país, que algunas veces cuesta por la poca cantidad de funcionarios y funcionarias que tenemos.

En la actualidad y en la proyección para el año 2028, contamos con 30 funcionarios con causal jubilatoria y 8 expedientes en trámite. De esos 8 expedientes, 6 corresponden a funcionarios que están haciendo uso de su licencia previo a jubilarse, lo que dificulta cubrir esas vacantes. Prevemos, entonces, que para el 2028 o 2029 contaremos con 30 funcionarios menos de los que tenemos en la actualidad.

Ni bien ingresamos en esta Administración, nos fijamos como prioridad iniciar el trámite de llenado de vacantes. Actualmente, tenemos 11 vacantes, de las cuales 9 ya fueron gestionadas, tanto en la unidad ejecutora 01, «Dirección General de Secretaría», como en la unidad ejecutora 03, «Dirección Nacional de Turismo». Una de esas vacantes está reservada en exclusividad para personas en situación de discapacidad.

En instancias de la discusión presupuestal, realizamos un relevamiento, tanto en la Dirección Nacional de Turismo como en la Dirección General de Secretaría, sobre las necesidades mínimas para cumplir con los objetivos y concluimos que en la Unidad 01, Dirección General de Secretaría, se necesitan 13 vacantes, y en la Dirección Nacional de Turismo se necesitan 10 vacantes. En total, serían 23 vacantes que se necesitan para el período. Entendemos que en esta oportunidad no fue contemplado, pero somos optimistas en cuanto a que en próximas instancias vamos a poder conseguir algunas de esas vacantes.

Con respecto a las vacantes de ascenso, tenemos 8, pero estamos limitados por temas de plazos; recién el año que viene podremos cubrir algunas de esas vacantes en ascenso.

SEÑOR MINISTRO.- Con respecto a algunas de las inquietudes que planteaba la senadora Rodríguez en cuanto al cuidado de algunos aspectos, tal como ella mencionaba al referirse a «pequeñas infraestructuras», como, por ejemplo, los baños, entendemos que el camino es la concientización de las organizaciones colectivas del sector privado. A riesgo de hacer, nuevamente, una síntesis demasiado somera, quiero vincular esto con lo que mencionó el senador Moreira con respecto a la Asociación Turística de Colonia, que es un verdadero ejemplo a nivel nacional, y que nuclea el sector público y el privado. A través de ella, no solo se ha conformado un semillero de gestores turísticos —como las dos personas mencionadas, el director nacional y Andrea—, sino que también

ha sido un motor fundamental de promoción del sector turístico. Y en cuanto a la concientización, entendemos que son los aliados ideales. Cuando tenemos la oportunidad de recorrer el interior –y créanme que lo hacemos a menudo–, procuramos abarcar la mayor diversidad territorial posible –tal como mencionaba el senador Pereyra– e incentivar a que en aquellos lugares donde no hay colectivos miren a la Asociación Turística de Colonia y copien sus buenas prácticas porque entendemos que de allí solo han salido cosas buenas.

Con respecto a la pregunta sobre la temporada de cruceros que hizo la senadora Rodríguez, este año, lamentablemente, esperamos la llegada de menos cruceros. De todas formas, tenemos todavía abierta la puerta a que el gasto total que hagan los cruceristas sea, por lo menos, similar al de años anteriores. Lo que sucede es muy sencillo: los cruceros que llegan tanto a Punta del Este como a Montevideo pasan necesariamente por el Puerto de Buenos Aires; hasta ahora, no existen cruceros que vengán directamente a Montevideo. Esto genera un problema de costos porque el Puerto de Buenos Aires tiene tarifas de amarre aproximadamente diez veces superior a las de Montevideo, principalmente debido al peaje de la hidrovía, que esperamos que se solucione a partir de la licitación internacional que ha hecho el Gobierno argentino.

Con respecto a las consultas que hizo el senador Viera sobre cómo se vinculan las políticas nacionales con las departamentales, si bien, en líneas generales, la Dirección Nacional de Turismo mantiene reuniones con todos los directores departamentales de turismo, me gustaría que profundice en el tema el director Cristian Pos.

SEÑOR POS.- Con respecto a las direcciones de turismo –además de lo que decía el señor ministro–, hemos implementado como una práctica trabajar junto a las direcciones desde el punto de vista de la planificación. Es decir que no esperamos la demanda del

territorio, sino que comenzamos a trabajar con las direcciones de turismo en cuanto a la planificación. ¿Qué quiere decir esto? De manera anecdótica, quisiera contarles que fuimos a un departamento y nos preguntaron: «Bueno, ¿ustedes qué van a hacer con este departamento?». Nuestra respuesta fue: «Lo que queremos saber es qué quieren hacer las personas y las autoridades en el departamento con relación al turismo». Entonces, a partir de esa respuesta y de la articulación de las políticas nacionales –por supuesto que tenemos posturas e ideas previamente acordadas–, construimos la planificación conjunta entre la dirección y el Ministerio de Turismo. Eso es lo que estamos haciendo. Comenzamos con diez departamentos, priorizados por su importancia turística, asociatividad y demás, pero obviamente va a hacerse con todo el país a medida que los tiempos lo vayan permitiendo.

De la misma manera lo haremos con las asociaciones privadas-privadas. Esto es lo que decía el señor ministro en el caso de la Asociación Turística de Colonia; la Mesa Binacional de Rivera –que no es solo Rivera, porque también están Tacuarembó y Artigas–; la Asociación Turística de Montevideo; la OGD Rocha; el colectivo de Punta del Este, etcétera. Hay diez u once asociaciones con las cuales estamos trabajando de la misma manera: articulando y construyendo planes operativos anuales en que las dos partes, o las tres partes, tengamos claro hacia dónde vamos. Nos ponemos un objetivo y un presupuesto, dentro de las restricciones que hemos estado comentando, pero lo importante es que todos sepamos hacia dónde vamos, en qué tiempos y adónde queremos llegar. Desde ese punto de vista, lo que estamos haciendo en estos días es recorrer todos los departamentos y todas las asociaciones, articular, acordar y ponernos a trabajar para que desde 2026 hasta el final del período todos sepamos hacia dónde vamos y cómo lo vamos a hacer.

Ahora me extralimito un poquito, señor ministro, y aprovecho que el senador Borbonet habló del turismo rural para plantear algo que tenemos que ver cómo trabajar con las intendencias. Me refiero a la reglamentación de las habilitaciones comerciales para el turismo rural. Lo vamos a plantear en el Congreso de Intendentes, pero creo que es un desafío que atraviesa todos los poderes y todos los niveles de gobierno, ya que pretendemos que esas experiencias de turismo rural, que muchas veces no se adecuan a lo que le estamos pidiendo al resto del sector, puedan ofrecer ese diferencial y singularidad que tienen a todos los turistas que nos visitan.

SEÑOR MINISTRO.- Voy a pedirle a la directora general de Secretaría que responda las preguntas del senador Viera con respecto a los juicios que tiene el Ministerio de Turismo.

SEÑORA UALDE.- El primero de los juicios es el que presentó la empresa Satenil S.A., conocida como Netcom. En diciembre de 2022 demandó al Ministerio de Turismo al que le reclamó el pago de servicios de publicidad por un monto que en ese momento ascendía a \$ 18:168.391, más reajustes e intereses. En primera instancia el juzgado letrado falló a favor de la empresa. Luego el ministerio apeló la sentencia, y previamente a finalizar el plazo para contestar la apelación se suscribió un acuerdo entre las partes por un monto de \$ 20:000.000, fundamentándose en el riesgo de una sentencia desfavorable y de un supuesto segundo incumplimiento.

Una vez que se materializó ese acuerdo, la sede comunica al Ministerio de Economía y Finanzas, y en esa instancia se inicia el procedimiento establecido en el artículo 400 del Código General del Proceso. El Ministerio de Economía y Finanzas, que es el que tiene que pagar –ya sea en oportunidad de ejecución de sentencias de condena contra los incisos, o de laudos arbitrales a transacciones homologadas, como en este caso–, una vez que hace efectivo ese pago, comunica al Ministerio de Turismo la

fecha en que lo hizo. Entonces, según el artículo 400 del CGP, el ministerio tiene que iniciar una investigación administrativa para determinar si inicia, o no, una acción de repetición contra eventuales funcionarios responsables. En el caso de Satenil S.A., se dispuso el inicio de esa investigación administrativa, por una resolución del señor ministro, y se encomendó a la Oficina Nacional del Servicio Civil su diligenciamiento.

En el segundo caso, que es de la empresa JCDecaux, fue un reclamo del 27 de marzo de 2023 por una suma de \$ 4:298.676, por una campaña publicitaria de Semana de Turismo y vacaciones de julio de 2021. En primera instancia el juzgado le dio la razón al ministerio, y en segunda instancia, cuando la empresa apeló, revocó la sentencia de primera instancia e hizo lugar al reclamo de la empresa. En este caso, la sentencia de segunda instancia no pudo ser recurrida mediante un recurso de casación por no llegar al monto mínimo necesario. Por lo tanto, esa sentencia está firme. Actualmente estamos esperando la fecha de pago por parte del Ministerio de Economía y Finanzas para iniciar el mismo procedimiento establecido en el artículo 400 del CGP.

SEÑOR MINISTRO.- Con respecto al estudio de CERES que mencionó el senador Schipani, sí, lo conocemos; no solo conocemos el estudio sino que tenemos un ámbito de trabajo con CERES –con Ignacio Munyo, su director, y también con el economista Martín Alesina– y conformamos un equipo que también integran técnicos nuestros y del Ministerio de Economía y Finanzas, para trabajar en estas y en otras proyecciones. Realmente, redundaría decirlo que la seriedad de los estudios de CERES está más que comprobada. Así que gracias, senador, por haber traído a la discusión ese estudio tan importante.

Para finalizar, quiero vincular esto último con la intervención que hizo el senador Camy. Pese a los escasos recursos que se le ha asignado al Ministerio de Turismo o a los ministerios de turismo, los resultados son buenos. Sin temor a

equivocarme, si hacemos un análisis *ceteris paribus* –como dicen los economistas–, es decir, si dejamos las demás variables fijas y solo movemos la de la promoción, entendemos que estamos perdiendo oportunidades si no tenemos más presupuesto. A lo largo de estos años nos podría haber ido mucho mejor aún de lo que nos fue si hubiéramos tenido más recursos para gastos. Así que le agradezco nuevamente la intervención.

Reafirmando lo que dijo el senador Pereyra, desde la conformación de este equipo de trabajo, esta es una visión lo más nacional posible dada la impronta de un presidente del interior como el que tenemos, así que está asegurada la visión nacional de la política de turismo.

Muchísimas gracias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos la presencia del señor ministro y de su equipo.

Se levanta la sesión.

(Son las 18:42).

