

EL PAÍS > NEGOCIOS > NOTICIAS

El "momento paradójico" del turismo en Uruguay y un mercado clave que el sector aún no logra conquistar

Empresarios y expertos reclamaron una estrategia país para impulsar el turismo, mejorar la competitividad y atraer inversiones



Lautaro Brum

25/07/2026, 03:02

Compartir esta noticia



9 Comentarios

+ Agregar El País en



Autoridades en el evento organizado por la ORT. Foto: ORT.

Aunque el [turismo](#) volvió a ganar peso en la **economía uruguaya** tras la recuperación de la demanda posterior a la **pandemia del covid-19**, los referentes del sector advierten que ese crecimiento no se refleja en la rentabilidad de las **empresas** y sostienen que el principal desafío pasa por mejorar la competitividad, atraer inversiones, [más brasileños](#) y colocar a la actividad “en el centro de la estrategia país”.

Ese fue uno de los principales ejes de un encuentro organizado por la **Universidad ORT Uruguay**, en el que participaron el presidente de la **Cámara Uruguaya de Turismo (Camtur)**, **Fernando Tapia**; la socia de PwC, **Patricia Marques**; y el presidente de **VML y WPP Production**, **Álvaro Moré**. La actividad se realizó semanas después de que **ORT** y **Camtur** firmaran un convenio de cooperación para fortalecer el vínculo entre la academia y el sector empresarial.

MIRÁ TAMBIÉN

Aerolíneas Gol y Avianca retoman conexión con Montevideo e Iberia aumenta frecuencias

Durante la apertura, el coordinador académico de la carrera Técnico en Gestión Turística y Hotelera de **ORT**, **Pablo Pesce**, destacó que la industria turística tiene un fuerte impacto en la economía nacional por su capacidad para generar **empleo**, atraer **inversiones** y contribuir al posicionamiento internacional del país, aunque señaló que también enfrenta desafíos que requieren discusión. “Hay que ver qué está fallando y qué es lo que hay que cambiar”, afirmó.

En ese marco, Tapia definió la situación actual del sector como “un momento paradójico”. Si bien destacó el peso económico del **turismo**, sostuvo que las empresas atraviesan una realidad muy distinta.

Recordó que el sector representa el 6,2% del **Producto Interno Bruto (PIB)**, aunque todavía por debajo del 8,4% alcanzado en 2017, y genera 122.000 puestos de trabajo, equivalentes al 7,5% del empleo del país. Como referencia, señaló que la construcción emplea aproximadamente la mitad de trabajadores que el turismo.

“Es una actividad importantísima para el país. Es una actividad muy pujante, en el mundo también lo es y **Uruguay** tiene muchas condiciones para poder crecer”, sostuvo. Sin embargo, advirtió que “cuando vamos a la situación de las **empresas** hay enormes dificultades, es muy difícil ser competitivo”.

Según explicó, el 97,3% de las **empresas turísticas** son pequeñas y la pérdida de rentabilidad ha golpeado especialmente a ese segmento. En ese sentido, indicó que entre 2011 y 2019 los ingresos del **turismo** cayeron 16%, mientras que los costos crecieron 9%, lo que implicó un impacto sobre la rentabilidad de las empresas.

“Es urgente que se ataque el tema competitividad”, afirmó. Añadió que también resulta necesario revisar aspectos tributarios y de la legislación laboral y señaló que Camtur ya está realizando aportes para que el **Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)** incorpore al **turismo** entre las prioridades del país.

Marques coincidió en el diagnóstico y señaló que el crecimiento del sector no alcanza para compensar las necesidades de **inversión**.

Explicó que la rentabilidad fue de 5,4% en 2023 y sostuvo que “el crecimiento no condice con la **inversión** que necesita el sector”, lo que dificulta avanzar hacia actividades de mayor valor agregado. Además, remarcó que existen realidades muy distintas entre las diferentes regiones del país.

Para la socia de PwC, uno de los principales problemas radica en la pérdida de competitividad. “El **turismo** es intensivo en mano de obra, por lo que tiene costos importantes. El desafío es poder acompañar los ingresos en una moneda que ha estado chata y el crecimiento de costos ajustados por **inflación**”, explicó. Según agregó, esos mayores costos “no se han podido trasladar a Ingresos” y esa constituye “la gran explicación de la baja rentabilidad”.

Brasil: la clave para potenciar

Los tres expositores coincidieron en que el mercado brasileño representa una de las mayores oportunidades de crecimiento para el **turismo uruguayo**.

Tapia sostuvo que actualmente llegan unos 500.000 **turistas** brasileños al año y aseguró que el país cuenta con infraestructura ociosa para recibir muchos más visitantes. Sin embargo, advirtió que la falta de **inversión** y de promoción limita ese potencial.

A su juicio, el principal problema es que “no hay oferta para que los brasileños vengan en invierno”, además de que **Uruguay invierte poco para darse a conocer**. “No hay manera de que se nos vea en **Brasil**”, resumió. Marques recordó que **Brasil** todavía representa menos del 20% del turismo que recibe Uruguay y consideró que ese potencial aún no fue aprovechado.

Moré también puso el foco en **Brasil**, aunque desde la estrategia de promoción. Consideró que Uruguay debe concentrar sus esfuerzos en atraer visitantes durante todo el año y dejar de depender de la temporada alta. En ese sentido, planteó que el país debería concentrar sus campañas en el sur del estado de **San Pablo** y sostuvo que la estrategia debe ser realista.

Reclamo por estrategia nacional

Otro de los puntos de coincidencia fue la necesidad de diseñar un plan integral para el desarrollo del **turismo**.

Tapia consideró que el principal obstáculo es político. “Una empresa funciona cuando la alta dirección respalda el plan. El problema es que el turismo no tiene la entidad suficiente para estar en el centro de la estrategia país”, sostuvo.

A su entender, tampoco existe suficiente conciencia social sobre la importancia económica de la actividad, mientras que el **Ministerio de Turismo (Mintur)** dispone de recursos limitados para impulsar políticas de desarrollo.

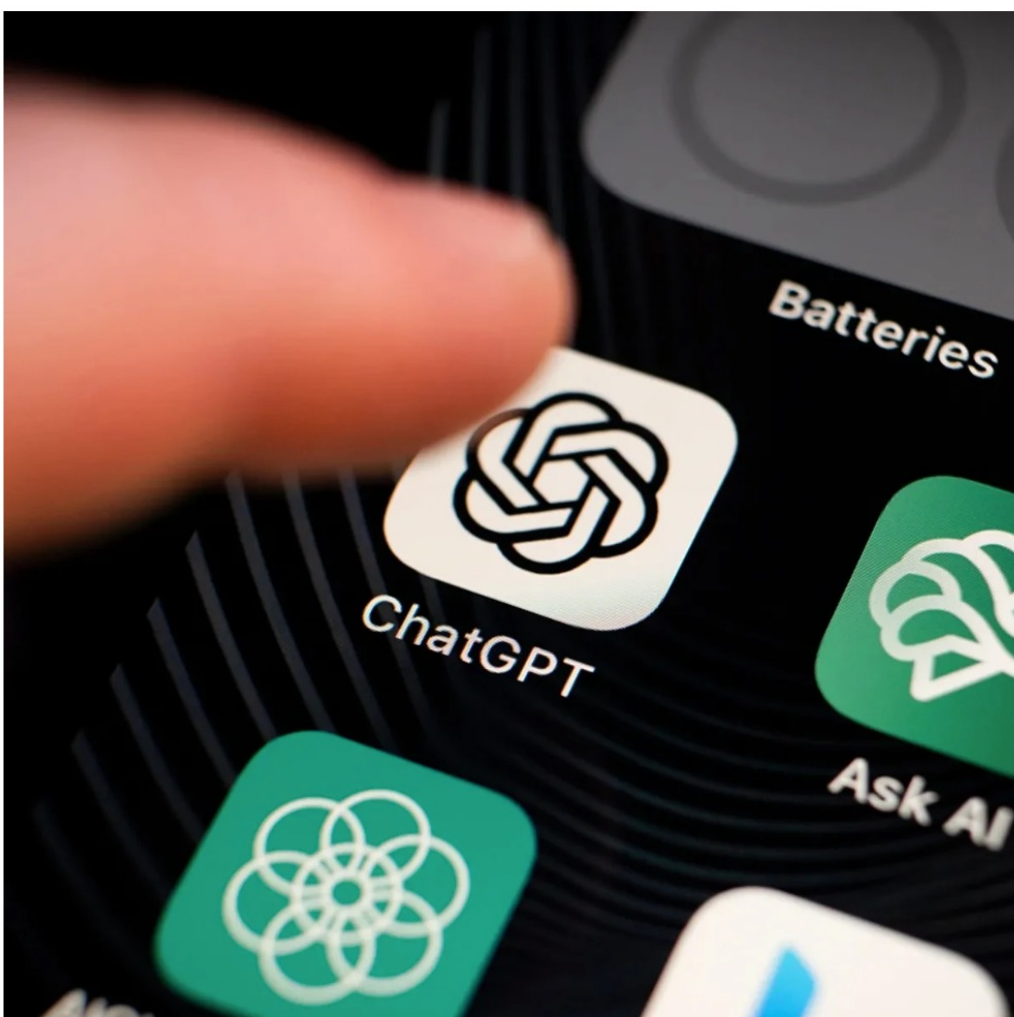


Ministerio de Turismo. Foto: Presidencia.

Tapia también alertó sobre el bajo nivel de **inversión** que recibe el sector. Indicó que apenas el 2% de los proyectos presentados ante la **Comisión de Aplicación de la Ley de Inversiones (Comap)** corresponde al turismo y remarcó que esa cifra refleja el problema de competitividad.

Como una de las propuestas impulsadas por **Camtur**, mencionó la posibilidad de otorgar beneficios similares a los de las zonas francas a grandes parques de entretenimiento, con el objetivo de atraer inversiones que fortalezcan la oferta turística, especialmente para el mercado brasileño durante la baja temporada.

Según explicó, una iniciativa de ese tipo incluso podría captar el 10% de los visitantes que actualmente viajan a **Gramado** cada año, lo que implicaría unos 800.000 turistas brasileños adicionales. Agregó que la idea ya fue presentada ante autoridades del **Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)** y del **Mintur**, que manifestaron interés en el proyecto.



ChatGPT

More, por su parte, planteó que la inteligencia artificial transformará profundamente la promoción turística y sostuvo que el sector debe incorporarla rápidamente.

“La IA es el cambio más grande en la historia de la humanidad”, afirmó. Explicó que las estrategias de posicionamiento deberán adaptarse a las nuevas formas de búsqueda, ya que “hoy la principal cantidad de búsquedas ya no es por **Google** sino por **Gemini** y **ChatGPT**”.

También defendió mantener la marca “Uruguay Natural”, al considerar que resulta más sólida que el nuevo eslogan “Uruguay Sorprende”, ya que el mismo “puede sorprender para bien o para mal”.

Las Más Vistas

- 1 Súper Niño: gobierno prevé dos meses críticos por inundaciones y prepara protocolos para zonas más sensibles
- 2 “Me devolvió el alma”: historias de vida de cazadores uruguayos, entre el monte, las tradiciones y la ley de armas
- 3 Paraguay rechazó la visión de Lula sobre la guerra de la Triple Alianza que también involucra a Uruguay
- 4 Así quedaron las tablas de posiciones de la Anual, Descenso y Torneo Intermedio a solo una fecha del final
- 5 “Hasta diciembre, seguro”: Muslera aseguró continuidad en Estudiantes tras derrota con error que lo comprometió
- 6 Un barrio, cuatro calles, una panadería y un cuadro de fútbol desaparecido recuerdan la hazaña del Plus Ultra
- 7 Mujer de 81 años fue encontrada muerta con diez puñaladas; su nieta de 13 es la principal sospechosa
- 8 Ya sin casi aliados ideológicos en la región, Orsi busca cercanía pragmática con nuevos presidentes de derecha
- 9 Juega fuerte: Damiani asegura que Peñarol tiene 40.000 socios menos y el oficialismo hace frente a los ingresos
- 10 Milei instó en Brasil a salir del “sometimiento zurdo” de Lula y calificó a su gobierno de “basura socialista”

Últimas Noticias

09:13 **De ídolo a leyenda: Flamengo immortalizará a** Georgian de Arrascaeta con una escultura en el museo del club

09:06 **Siniestro de tránsito fatal en ruta 6:** motociclista de 58 años murió tras chocar contra un camión

09:03 **Rubén Botta, tapado de Nacional: el enganche** con paso por Inter de Milán tiene avanzada su llegada al tricolor

09:00 **La crispación política también enferma:** así afecta al bienestar emocional de los jóvenes

08:54 **Murió el hermano de Nicolás Cabré a los 47 años:** el conmovedor mensaje con el que el actor confirmó la noticia

08:35 **Cacique Medina se refirió al regreso de** Muslera y la “incidencia” en el Mundial: “Tuvo una situación compleja”