

TURISMO EN URUGUAY

Evolución a partir de 1990

*Rossana Campodónico**
Universidad de la República
Montevideo / Salto, Uruguay

Resumen: *El presente artículo intentará dar cuenta de la evolución del turismo en Uruguay tomando como punto de partida que en el primer volumen de la Revista "Estudios y Perspectivas en Turismo" se publicaba un artículo interesante de Mónica Vasconi sobre la conceptualización del turismo desde la perspectiva de la geografía tomando como caso de estudio zonas del Departamento de Colonia (Uruguay). Transcurridos treinta años, parece oportuno analizar ¿cuáles han sido las continuidades y cuáles los cambios que se dieron en este período? Y cómo éstos han aportado al concepto de "Uruguay, país Turístico". Por lo que, se indagará sobre la definición de políticas / acciones que implicaron comenzar a diversificar la oferta turística – centrada fuertemente en la modalidad de "sol y playa" - y cómo a partir del caso de Colonia, otras regiones se han ido incorporando lentamente y con diferente grado de desarrollo al sistema turístico uruguayo.*

PALABRAS CLAVE: *turismo, política, diversificación oferta, Uruguay.*

Abstract: *Tourism in Uruguay: Evolution from 1990. The present article will try to give an account of the evolution of tourism in Uruguay taking as starting point that in the first volume of the Magazine "Studies and Perspectives in Tourism" an interesting article by Monica Vasconi was published on the conceptualization of tourism from the perspective of the geography taking as a case study areas of the Department of Colonia (Uruguay). After thirty years, it seems opportune to analyze what have been the continuities and what the changes that occurred in this period? and how they have contributed to the concept of "Uruguay, a tourist country". There fore, the definition of policies / actions that involved starting to diversify the tourist offer – focused strongly on the modality of "sun and beach" - and how from the case of Colonia, other regions have been slowly incorporated and with different degree of development to the Uruguayan tourist system.*

KEY WORDS: *tourism, politics, diversification offer, Uruguay.*

INTRODUCCIÓN

Este artículo pretende analizar cómo fue la evolución del turismo en Uruguay a partir de la década de 1990. Para ello se parte de un artículo publicado en el primer número de la revista titulado "Aproximación a la conceptualización de la Geografía del Turismo. El caso de un área del departamento

* Magíster en Desarrollo y Gestión del Turismo por la Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Profesora e investigadora del Área de Estudios Turísticos de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República, Uruguay. Directora del Departamento de Turismo, Historia y Comunicación (CENUR Litoral Norte) de la Universidad de la República. Dirección Postal: Universidad de la República, Rivera 1350, Salto, Uruguay. E-mail: campodon@gmail.com

de Colonia (República Oriental del Uruguay)” de Mónica Vasconi. En el mismo se tomaba como unidad de análisis el caso del Departamento de Colonia (Uruguay), lo cual resulta sumamente significativo dado que el turismo en el país se centraba en ese momento – fundamentalmente- en la modalidad de “sol y playa” teniendo como símbolo emblemático a Punta del Este.

La autora toma como base los datos oficiales correspondientes a la temporada 1988-89 expresando lo siguiente: “En 1989 llegaron a Colonia del Sacramento 461.167 personas de las cuales sólo el 2% visitó la ciudad” (Vasconi, 1991: 28), lo que significa que únicamente 9.223 personas estuvieron como turistas. Al tiempo que analiza y describe las principales localidades del departamento desde el punto de vista turístico como ser el Barrio Histórico de Colonia del Sacramento (el cual recién será declarado Patrimonio de la Humanidad en 1995), Carmelo y Colonia Suiza, entre otras. Ese número tan bajo de visitantes de la ciudad ha llevado a F. Thul (2014, citado por Falero & Campodónico, 2014) a afirmar que la misma presentaba las siguientes características:

El lugar que ocupaba Colonia en este sistema turístico era el de ser el principal puerto de entrada de turistas al país por vía fluvial. Los estudios de la época lo reconocían como un atractivo potencial, por lo que había que trabajar en él para que se efectivizara. Su rol no era más que ser un zaguán de paso hacia las playas del este y la capital nacional (Thul, 2014 citado por Falero & Campodónico, 2014: 144).

Esta afirmación da cuenta de la posición de Colonia en el sistema turístico como lugar de entrada del turismo argentino y de paso hacia la costa rioplatense y atlántica, que era lo central en dicho sistema. Pero sin lugar a dudas, a partir de la década de 1990 varios cambios comienzan a esbozarse -en algunos casos con resultados positivos en otros no tanto- en materia turística en el país, lo cual hace que surjan ciertos interrogantes, a saber: ¿qué estaba pasando en el sistema turístico uruguayo cuando el artículo fue publicado? ¿Cuáles eran las políticas y la planificación turística que se adoptaron al respecto? ¿Cuáles eran las prioridades que el país tenía en el desarrollo turístico?

A los efectos de dar respuesta a los interrogantes planteados, se adopta una metodología de corte cualitativa basada en la revisión bibliográfica y de fuentes de la que se dará cuenta a lo largo del texto así como de un trabajo de reflexión propio.

CONSIDERACIONES TEÓRICAS

El estudio de la evolución del turismo en Uruguay requiere de algunas conceptualizaciones que son previas al análisis propiamente dicho, dado que en este período se intenta continuar con una política turística que se sustenta en un proceso planificador iniciado en la década de 1960. Éste intentaba superar las limitantes de la estacionalidad e incorporar nuevas zonas del país al sistema turístico uruguayo, ampliando así las regiones más allá de la franja costera -rioplatense y atlántica- lo que se había denominado “Uruguay, país turístico”

En este contexto, se abordará la problemática desde la política turística y qué se entiende por ella. En primer lugar, antes de entrar en lo turístico propiamente, se comparte lo expresado por Landau (1977) cuando sostiene que toda política propone una intervención para modificar alguna circunstancia por lo cual afirma que: *“Si está bien formulada contendrá una descripción de la condición del estado deseada y del conjunto de medios que prometen realizar esa condición (es decir, alcanzar sus metas). Debería quedar claro que las proposiciones políticas están en tiempo futuro (...)”* (Landau, 1977 citado por Aguilar, 1992: 278). Esto significa que existe una voluntad de modificar o crear una nueva situación a partir de un determinado estado de la cuestión.

Las posiciones anteriores son vinculantes con lo argumentado por Dror (1970) cuando afirma que es a partir de las estrategias de política general las que determinarán líneas directrices que se adoptarán en las políticas específicas. Esto permite llegar a las definiciones de lo que es la política turística en sí, para lo cual se parte de lo expresado por Monfort Mir (2000: 7) que la entiende como *“(...) una herramienta básica de la organización administrativa pública del turismo”*. Si bien ésta es una definición muy sencilla se entiende necesario complementarla con lo argumentado por Montaner Montejano (2002: 17) cuando refiere a los pilares en los que se fundamenta la política turística, los cuales son *“(...) la ordenación, planificación, promoción y control de la actividad turística de un país llevados a cabo por los poderes públicos que se convierten en agentes turísticos a través de los órganos de la Administración Pública.”*

De acuerdo con ello, la planificación se convierte en un elemento clave en el proceso de la definición de la política turística. Según lo expresado por Del Acebo & Schlüter (2012: 339) se define planificación turística como:

(...) un proceso racional de toma de decisiones que implica una reflexión sobre las condiciones y repercusiones económicas, sociales, culturales, políticas y ecológicas de un territorio. Al mismo tiempo sienta las bases para las acciones futuras en la esfera del turismo con el propósito de establecer criterios, normas y programas de desarrollo y las vías y medios para alcanzarlos. La planificación turística debe ser flexible y adaptable a las circunstancias que pueden presentarse global y sectorialmente.

El objetivo principal de la política turística a partir de la década de 1990 en Uruguay se centró en la diversificación en la oferta turística ya que el tradicional turismo de sol y playa estaba determinado por una fuerte estacionalidad. Este último aspecto es sumamente problemático para el turismo y ha tenido distintos abordajes por parte de numerosos autores (Butler, 1994; 2001; Koenig & Bischoff, 2004; Mill & Morrison, 1992).

Butler (1994: 332) define la estacionalidad como *“(...) un desequilibrio de tiempo en el fenómeno del turismo, que se puede expresar en dimensiones del número de visitantes, el gasto, el tráfico en las carreteras y otros medios de transporte, el empleo y los ingresos en las atracciones.”*

En un sentido semejante, Ruschmann (1997) la conceptualiza como la concentración de las actividades turísticas en el espacio y el tiempo. Por lo cual, la estacionalidad implica la concentración del turismo en determinados períodos del año, así como de actividades, el uso y la saturación de los recursos. En opinión de Neves *et al.* (2007) una de las soluciones para minimizar la estacionalidad es mediante la diversificación de la oferta turística que posibilite el flujo de turistas durante la mayor parte del año, así como el desarrollo de productos turísticos complementarios a la estacionalidad. Esto también implicaba la identificación de nuevos segmentos de mercado para atraer a los turistas al destino fuera de la temporada alta. Partiendo de estas premisas teóricas se realizará el análisis del sistema turístico uruguayo a partir de la década de 1990.

CONTEXTO

La década de 1990 está signada por las políticas neoliberales en la mayor parte de los países de Latinoamérica, a lo cual Uruguay no es ajeno. Esto se reflejó claramente en los lineamientos adoptados por el Partido Nacional que gobernó entre 1990 y 1995 y las acciones del Partido Colorado que estuvo al frente del gobierno entre 1995 – 2000, las que tuvieron repercusiones en algunos cambios que intentaron introducirse en la política turística.

En opinión del economista F. Antía (2003) en el período 1985-2000 –que incluye a dos gobiernos del Partido Colorado y el ya mencionado del Partido Nacional- se puede observar un crecimiento económico más acelerado que el que se dio en los treinta años anteriores considerando que las condiciones iniciales eran muy adversas y que en el mismo se produjeron reformas económicas y si bien en el último bienio la economía cayó en recesión, entre 1985-2000 se considera que el PBI creció 3.1%. En cuanto a la actividad turística, importa destacar lo sostenido por Antía (2003) cuando refiere al crecimiento de la Inversión Extranjera Directa (IED) – siendo el subrayado obra del autor- cuando expresa que:

(...) en los noventa se apoyó principalmente en la dinamización de la realizada en emprendimientos productivos, pues la inversión residencial de los no residentes en las zonas balnearias creció levemente. Entre los sectores perceptores de la inversión extranjera entre 1985-2000 destacan: el sector agropecuario (forestación y arroz), el agroindustrial (papel, tops de lana, frigoríficos, tabaco, cerveza, agua mineral y lechería) el industrial (química fertilizantes y neumáticos) el de energía (gas natural), el turístico (hotelería), el del comercio minorista (supermercados) y el de servicios financieros (Antía, 2003: 141-2).

Esto será importante a tener en cuenta en el desarrollo del sistema turístico en la época en cuestión dado que se legisló dentro de esta lógica, señalándose algunos ejemplos significativos para el fomento del turismo, a saber: el Decreto 68/91 sobre Complejos Turísticos, el Decreto 451/92 Reglamento de Camping organizado y los proyectos de inversión en actividades promovidas (Ley N° 16.906 de 1998).

Desde el punto de vista de la organización política, luego de restablecida la democracia en el país en 1985, al año siguiente se creó mediante la Ley N.º 15.851, art. 83 (1986) el Ministerio de Turismo (en adelante MINTUR), otorgándole así un marco institucional adecuado al país. Sobre este tema mucho se había discutido a nivel político, si bien desde la década de 1930 el órgano que reguló la actividad turística fue la Comisión Nacional de Turismo (en adelante CNdT) hasta 1967, sobre el final de su actuación se comenzó a reclamar que se debía mejorar la institucionalidad del turismo dado el peso que la actividad tenía en la vida del país. Esto fue parte, también, de varias de las recomendaciones de las numerosas asesorías nacionales e internacionales que actuaron a partir de esta década y se puede afirmar que entre 1971 y 1986 se encontraron informes de 8 consultoras internacionales que tenían entre sus objetivos, en términos generales, superar las limitantes de la estacionalidad, aumentar el número de turistas, generar nuevos productos así como incorporar nuevas regiones al sistema turístico uruguayo, entre otros.

En este contexto se dio la creación del MINTUR, estableciéndose sus competencias mediante el artículo 84 de la citada ley, las que se detallan a continuación: 1) la política nacional del turismo; 2) las cuestiones atinentes al turismo y lo que se relaciona con ello en materias atribuidas a otros Ministerios; 3) el fomento de las industrias del turismo; 4) el régimen, coordinación y contralor del turismo; 5) el fomento del turismo hacia el país y dentro de él; 6) la infraestructura turística; 7) el fomento, régimen y registro de hoteles, pensiones y afines, organizaciones promotoras y demás prestadores de servicios turísticos; 8) las cuestiones atinentes a la atención del turista; 9) las zonas turísticas; 10) los congresos, conferencias, cursos, exposiciones, ferias y concursos referentes a su especialidad y promoción y estímulo de su realización; y 11) las relaciones con los organismos internacionales de su especialidad (Ley N.º 15.851, 1986).

La década de 1990 entonces estuvo enmarcada en las decisiones políticas que adoptara el novel ministerio creado en 1986. Si bien las competencias estaban claramente explicitadas por la ley de creación, Campodónico (2017) ha señalado que el MINTUR desde sus orígenes tuvo una baja asignación presupuestal y una falta de personal técnico lo que dificultó su accionar. Al bajo número de funcionarios se agregaba que muchos provenían de otras reparticiones del Estado, en una política de recursos humanos que se basaba en la redistribución de funcionarios públicos y no en las competencias específicas.

ANÁLISIS

La dimensión política

A partir de mediados de la década de 1960 y las siguientes se había planteado el tema de la necesaria regionalización del país como una estrategia de la planificación a los efectos de incorporar nuevas zonas al sistema turístico del país e intentar revertir los efectos de la estacionalidad (Figura 1).

Figura 1: Mapa de Uruguay



Fuente: AnnaMapa.com

Cuando se habla de regiones, se adopta la definición dada por Hernández (1996 citado por Dunjo, 2013: 4) quien las entiende como:

(...) unidades de análisis que otorgan relevancia al rol que juega el espacio socioeconómico en el desarrollo y la estructuración de un sistema. Son formaciones histórico-sociales que pueden modificarse en el futuro por acción de las políticas; sus fronteras son abiertas a fin de facilitar la implementación de programas interregionales de desarrollo de las mismas.

En 1971, el Gobierno a través de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (en adelante OPP) determinó las prioridades de desarrollo turístico estableciendo cuatro regiones, que serán importantes en el último cuarto de siglo XX. Estas eran: 1. La costa Norte del Atlántico entre Castillos y Chuy; 2. Montevideo y Punta del Este; 3. Colonia; y 4. Zona de baños termales (Figura 2).

Figura 2: Regiones prioritarias de desarrollo turístico en la década de 1970



Fuente: Elaboración propia

La determinación de estas regiones como prioritarias es esencial ya que se mantendrán como un fuerte criterio en el que se trabajará desde los ámbitos públicos y privados en las décadas sucesivas y se puede afirmar que llegan hasta la época actual como puntos de políticas estratégicas del turismo en Uruguay.

La mayoría de las asesorías – realizadas en la década de 1970- sugerían alterar el orden de las prioridades dado que la prioridad N° 2 (Montevideo y Punta del Este) debería ser considerada como la primera, en el entendido que era la región con mayores posibilidades de desarrollo en virtud de su trayectoria y de la infraestructura turística existente. A esto se agregaba, que la evaluación realizada de las otras zonas era de menor importancia. Con respecto a la que era la prioridad 1 del Gobierno (Costa Atlántica de Rocha) una de las asesorías expresaba lo siguiente – aunque era compartido con otros diagnósticos- a los efectos de desestimarla:

Nos referimos a la zona desde La Paloma hasta la Barra del Chuy. No hay duda que esta zona tiene buenas playas y por supuesto que las aguas son mucho mejores que las de las playas del Rio de la Plata (pero con la excepción de La Paloma, que creemos se desarrollara más o menos automáticamente bajo presión del norte y del este desde Punta del Este), la inversión y los costos de infraestructura van a ser muy altos (Smith, 1972: 129).

En cuanto a la prioridad 3 (Colonia) las consultoras consideraban que debería ser la segunda en orden de importancia ya que el desarrollo turístico de esta región podría contribuir con el fortalecimiento de Montevideo y Punta del Este, atendiendo a su posición geográfica que está en el medio del camino entre esa zona y Buenos Aires. A lo que, se sugería que se deberían definir nuevas atracciones y comodidades para retener a los visitantes.

Referente a la prioridad 4 (la región Termal) todos los informes sostenían que debía ser la tercera ya que era la que tenía mayor posibilidad de desarrollar centros de turismo de todo el año, especialmente, Guaviyú (Departamento de Paysandú) y Arapey (Departamento de Salto), lo que significaría trabajar con un mercado completamente distinto del que se había desarrollado en Uruguay tradicionalmente. Además, en el largo plazo esta región era la única zona en Uruguay que tenía un potencial muy definido de gran actividad en la temporada baja. Incluso llegaban a sostener – en algunos casos- que parecería que Guaviyú tendría ventajas en cuanto a competencia sobre el Arapey debido a su proximidad al puente internacional General José Artigas que une las ciudades de Paysandú (Uruguay) y Colón (Argentina) inaugurado en diciembre de 1975.

Desde el punto de vista del ingreso de turistas, la década de 1990 se inicia con un total de 1.267.040 visitantes recibidos en el país, el número de turistas se había mantenido por casi dos décadas y comenzó a incrementarse al final de la misma llegando a la cifra record del siglo, en 1997, cuando el número de visitantes fue de 2.462.532.

En 1992 el MINTUR comienza a dar una discusión sobre cómo debería ser el futuro desarrollo del turismo en el país, cuyas ideas centrales se plasman en un documento titulado “Lineamientos para el desarrollo turístico (documento de discusión)”. En el cual se parte de la premisa que el país no disponía de un documento que contuviera “(...) *en un solo cuerpo doctrinario las orientaciones básicas en materia de turismo y de recreación*” (MINTUR, 1992: 2).

Si bien el documento confirmaba la importancia que tenía Montevideo como destino final, dado que retenía a “(...) *más del 35% de los pasajeros arribados al país durante todo el año, además de un importante porcentaje del resto que pasa por la capital por los más variados motivos*” (MINTUR, 1992: 62), además, entendía que se debían fomentar nuevas modalidades. Entre las cuales refiere, por ejemplo, al turismo de salud sobre el cual se aclaraba que no era exclusivo de Termas sino que se venían dando experiencias en el Argentino Hotel de Piriápolis (Depto. de Maldonado) y en nuevas prácticas en el departamento de Rocha. Complementariamente, se asumía que las nuevas tendencias en turismo se centraban en la naturaleza, la aventura, el aire libre y los deportes. Esto implicaba tomar acciones que pudieran satisfacer esa demanda.

En cuanto al criterio de priorización se establecía que el MINTUR pondría énfasis en aquellos recursos que al ser explotados tuvieran la posibilidad de generar: a) ingreso de divisas debido al turismo internacional, b) ofrecieran las oportunidades de vacacionar fuera de temporada para el turismo interno y social, c) generaran empleo durante un mayor tiempo y d) que debido al contacto con inversionistas y/o turistas posibilitaran el perfeccionamiento de los servicios. Para lo cual era necesario algunas definiciones previas sostenía el documento, como precisar lo que se entendía por planificación: “*La planificación consistirá en predeterminar una vía de acción para poder llegar a un resultado deseado, (...) en la determinación de los objetivos y el establecimiento de procedimientos a seguir para lograr el óptimo desarrollo de la actividad*” (MINTUR, 1992: 47).

A partir de lo cual refiere a lo que entiende por “diversificación” donde no sólo la concibe desde el punto de vista territorial – la incorporación de nuevas regiones - sino como una forma de atender la demanda que las nuevas formas de turismo generaban. Esta cuestión requería mejorar los flujos turísticos para lo que era necesario -entre otras cosas- brindar facilidades al transporte así como la instalación de nuevas líneas aéreas, aeropuertos de alternativa, mejoramiento vial, traslados, marítimos, entre otros.

A la vez que resaltaba la necesidad de impulsar el turismo interno, lo que tenía una doble finalidad: en primer lugar, promover la redistribución del ingreso que, a la vez, contribuiría al disfrute del tiempo libre de la población, y en segundo término debía “(...) *ser concebido como una forma de aprovechamiento no estacional de las infraestructuras existentes como factor integracional y cultural*” (MINTUR, 1992: 44). Entre los criterios que se proponían para lograrlo, Campodónico (2017) ha señalado los más relevantes:

- Optimizar la contribución de esta actividad y de las industrias y servicios vinculadas,
- Procurar para los residentes del país y visitantes, así como para las futuras generaciones, el acceso universal a los beneficios del turismo y a recursos recreacionales adecuados.
- Contribuir al desarrollo de la identidad nacional por parte de sus residentes.
- Preservar el patrimonio cultural de la Nación como parte activa de la vida y el desarrollo de la comunidad.
- Asegurar que las actividades turísticas y de recreación tengan un desarrollo compatible con los intereses nacionales (en la energía, la conservación, la protección al medio ambiente, fauna y flora, y el uso racional de los recursos naturales).
- Armonizar las actividades de fomento turístico del gobierno nacional con las necesidades del público en general, de los gobiernos departamentales y locales, así como de las empresas privadas y organizaciones sociales vinculadas a esta actividad.

En la década de 1990 Uruguay firmó un acuerdo de cooperación con la Comisión de Comunidades Europeas (en adelante CCE) que dio origen a un grupo de trabajo entre el MINTUR y la Asociación Catalana para el Tiempo Libre y la Cultura (en adelante ACTLC). Más allá de las diferentes recomendaciones que de ello surgieron, importa destacar que se determinó una línea de trabajo por productos por primera vez en el país y que eran los siguientes: a) Sol y playa, b) Ciudad y Negocios, c) Termal, Rural y Ecológico, d) Histórico-Cultural y e) Reuniones (MINTUR & ACTLC, 1994). Posteriormente, el MINTUR comenzará a diferenciar el producto Termal del Rural y Ecológico.

Si bien se coincide con Quintana (2018: 88) cuando sostiene que “(...) en este período la planificación no fue una de las funciones que asumió el gobierno en el contexto del turismo (...) [pero] se introducía en el país la concepción de *Productos Turístico*.” También cabe señalar que estos productos -en primera instancia- se trabajaron en determinadas regiones que ya tenían una trayectoria específica y, básicamente, eran las que fueron definidas en décadas anteriores.

Uno de los nuevos productos que surgieron a fines de la década de 1980 pero que adquiere mayor relevancia en la década de 1990 fue el turismo rural. En 1995 se creó la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural (en adelante SUTUR) dentro de la Asociación Rural del Uruguay (en adelante ARU) y resaltando que su misión era:

La Sociedad Uruguaya de Turismo Rural y Natural es una Gremial de la Asociación Rural, desde el año 1995 reunimos a aquellos prestadores de servicios de Turismo en espacios Rurales y Naturales. Es así que hoy en día integran SUTUR, Estancias, Posadas, Restaurantes de Campo, Casas de Campo, Bodegas, Granjas, Cabañas y todo tipo de actividades turísticas. Nuestro objetivo principal siempre ha sido, trabajar en conjunto, como Gremial, para lograr el desarrollo del sector en beneficio de todos. Lo que ha redundado al correr de los años en crecimiento del producto a nivel nacional y del crecimiento individual de nuestros socios. Para ello trabajamos en conjunto con el Ministerio de Turismo (www.turismoruraluy.com, recuperado el 22/4/2019)

Sobre esta cuestión es fundamental la posición del sector privado, en una entrevista realizada por el Semanario Brecha a la empresaria O'Brien, quien expresaba lo siguiente:

En muchas oportunidades turistas europeos me preguntaron cómo podían visitar una estancia en el Uruguay. En ese momento no había nada parecido a una estancia turística, ni aquí ni en Brasil o Argentina. Lo que existía en varios países desde tiempo atrás eran las estancias que recibían cazadores pero eso es otra cosa. Cuando volví de Brasil me propuse ponerla en práctica [...] Las pruebas están a la vista: a medida que decrece el turismo de sol y playa, aumenta el turismo rural (Semanario Brecha, 24/5/1996: 15)

Con respecto a las características del público que visitaba este tipo de establecimientos y sobre su funcionamiento, otro medio de prensa a mediados de la década de 1990 explicaba que:

(...) la mayoría de estos establecimientos funcionan sobre la base de una reserva previa [...] La mayoría de los visitantes [...] proceden del mercado interno y, en menor medida, llegan desde Argentina y Brasil. También se reciben grupos de estadounidenses y europeos, mayoritariamente, holandeses, italianos y alemanes (Revista Posdata, 29/12/1995: 58).

La dimensión asociativa

En cuanto a lo planteado por el MINTUR sobre la relación entre lo público y lo privado, es importante señalar que en la década de 1990 surgieron los primeros procesos asociativos que determinarán algunas tendencias que se plasmarán en años posteriores. La importancia de los procesos asociativos en opinión de Campodónico & Chalar (2010: 6) radica en que:

(...) la formación de asociaciones en el turismo depende de las circunstancias del entorno y características del sector privado o público para participar y asumir la responsabilidad adicional que se deriva de la asociación, pero es notorio y constante la búsqueda, en las mismas, de un espacio donde confluyan intereses, se eliminen obstáculos y que permitan obtener el mayor beneficio de lo que cada uno pueda aportar (activos y capacidades singulares). Tradicionalmente el turismo, conformado por distintos sectores de actividad, adolece de falta de cooperación intersectorial, de escasa comunicación entre los diferentes actores y con el medio en que se desarrollan.

Dentro de esta concepción fue que en la década de 1990 se constituyeron los primeros agrupamientos en la actividad turística del país teniendo como principal característica que fueron de carácter departamental o local, integrando en su composición a actores públicos y privados.

De acuerdo a lo sostenido por Campodónico (2017), las primeras fueron: Coordinadora Turística de Salto (en adelante CTS) en 1991, Corporación Rochense de Turismo (en adelante CRT) en 1993 y la Corporación Departamental Turística de Colonia (en adelante CDTC) en 1994. Aunque se señala

que existió un antecedente en 1972 que fue la creación de la Comisión de Fomento y Turismo de Colonia (COFOTUCO). Su objetivo era "(...) *propender por todos los medios a su alcance a la realización de toda iniciativa que signifique progreso para la zona o fomente la estabilización y crecimiento de la corriente turística*" (COFOTUCO, 1972: s/p).

A nivel privado existían desde hacía muchas décadas agrupamientos sectoriales pero recién en 1993 se creó uno a nivel nacional como es la Cámara Uruguaya de Turismo (CAMTUR):

(...) que sigue en funcionamiento -habiendo sido conformada por asociaciones sectoriales y regionales; mientras que en 1995 se forma la Federación Nacional de Turismo (FENATUR) a instancia de las agrupaciones de la región Este -concretamente las del Departamento de Maldonado-, a la cual luego se sumaron otras regiones siendo en los primeros tiempos liderada por los operadores del Litoral Oeste, aunque tuvo una trayectoria más breve que la CAMTUR (Campodónico, 2017: 236-7).

No es casual que estos primeros agrupamientos se hayan dado en estas regiones que precisamente eran las que se buscaban desarrollar desde la década de 1970 y que la última en crearse en esta modalidad fue la de Montevideo en 2001: la Corporación Turística de Montevideo (en adelante CORPOTUR). A partir de 2005 devinieron en nuevos formatos (Conglomerados, Clúster o Asociaciones) pero que tenía como valor distintivo un financiamiento específico para los primeros años de implementación ya sea con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo (en adelante BID), o de la Unión Europea (en adelante UE), entre otros.

En el caso de Salto, la creación en 1991 del CTS apuntaba a la conjunción e intereses referidos al turismo termal, los operadores turísticos entendieron que los esfuerzos aislados resultaban poco significativos y lo que realmente podía generar beneficios era el trabajo en conjunto y la unión de esfuerzos para potenciar el turismo en el departamento, donde las conexiones terrestres habían sido mejoradas en la década de 1980 con la culminación del último de los tres puentes internacionales (Salto – Concordia) sobre el río Uruguay lo que permitía una conectividad mejor con el principal mercado emisor (Argentina). Teniendo como uno de sus principales logros realizar la re perforación de los pozos termales de Daymán, mejorando así la calidad del agua.

En cuanto a la CRT, creada en 1993, fue una iniciativa de un grupo de operadores turísticos que entendieron la importancia de asociarse para lograr y potenciar acciones que contribuyan al desarrollo turístico empresarial individual y colectivo. En el entendido que todavía el departamento de Rocha tenía un desarrollo menor que otros dentro de la misma modalidad de turismo de sol y playa, cuestión que tiene sus razones históricas, primero por ser el departamento más al Este del país -frontera con Brasil- donde la construcción de vías de comunicación había sido más lenta. A la vez que, por tener un perfil balneario más agreste y natural –era un destino preferido por los propios residentes- razón por la cual en la planificación de las décadas de 1970 y 1980 había quedado en opinión de las consultoras en la última prioridad.

Sobre la CDTC, creada en 1994, dio respuesta a la inquietud del sector, se señala que Colonia del Sacramento se consolidó como el principal destino turístico del departamento y que durante las décadas de 1970 y 1980 la capital departamental vivió un proceso de "turistificación" impulsado por la reconstrucción de su Barrio Histórico bajo la iniciativa del Poder Ejecutivo a partir de 1968, cuando se creó mediante el Decreto 618/968 el Consejo Ejecutivo Honorario (CEH), encargado de llevar adelante las obras de revitalización del viejo Barrio Sur. Por lo tanto, era una de las prioridades ya señaladas en 1971 y se mantiene en el Plan Nacional de Desarrollo Económico (1973-77) que planteaba la promoción de la región Colonia-Carmelo: zona de interés que contaba con la particularidad de ser el recurso más próximo a Buenos Aires. Se entendía que en ella se podría desarrollar un turismo económico de veraneo y de fin de semana. Como ha sostenido Thul (2014 citado por Falero & Campodónico, 2014: 157) *"El proceso de patrimonialización y turistificación del viejo barrio colonial transformó la zona en su totalidad, creando allí un atractivo turístico en crecimiento."*

La Corporación tenía objetivos bien concretos, entre los que se señalan aquellos concurrentes con esta investigación, a saber: 1) Vincular y fomentar la cooperación de las instituciones públicas y privadas que actúen en el país o en el exterior a los efectos de desarrollar las actividades turísticas; 2) Analizar, mejorar y defender la actividad turística en todos los ámbitos inclusive el laboral, realizando todos los actos y gestiones destinadas a promover en eficiencia y calidad el turismo nacional; 3) Impulsar el desarrollo del turismo departamental en todas sus manifestaciones; 4) Promover el turismo departamental a nivel internacional y 5) Promover el estrechamiento de la amistad entre los empresarios del turismo y la colaboración con los órganos públicos, privados y el público en general.

En 1995, al año siguiente de la creación de la CDTC, el barrio histórico de la ciudad de Colonia del Sacramento fue proclamado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, por considerarlo un testimonio notable, su plan y sus monumentos, de la naturaleza y los objetivos de una ciudad colonial europea. El fundamento dado en su momento fue:

El sitio inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial conserva los elementos necesarios para la expresión de su Valor Universal Excepcional, de acuerdo con los atributos que sustentan este valor. Así, a pesar del paso del tiempo, la antigua Colonia del Sacramento ha mantenido su estructura original y su escala urbana, en lo que respecta tanto a sus edificios como a sus espacios urbanos. En particular, el plan urbano coincide casi exactamente con el de la "Nova Colonia do Sacramento" lusitana, en particular con el período de mayor esplendor correspondiente a la primera mitad del siglo XVIII (<http://whc.unesco.org/en/list/747/> recuperado 2.4.2019).

Esta fue una cuestión fundamental para el posicionamiento actual de Colonia como destino de turismo cultural, propiciando el turismo de fin de semana y el excursionismo tanto de turistas internacionales como de los nacionales, siendo además uno de los destinos importantes para el turismo interno durante todo el año.

Finalmente, esta primera etapa del proceso asociativo culmina con la creación en Montevideo de CORPOTUR en 2001 mediante resolución Municipal 1594/01 bajo la forma de una comisión asesora municipal. Su objetivo era favorecer el desarrollo del sistema, planificando y promoviendo la asociación y la cooperación entre los distintos actores. Dentro de sus competencias se encuentran las siguientes: 1) elaborar la política turística de Montevideo; 2) promover el desarrollo de la oferta turística, recreativa y cultural; 3) promover iniciativas legales y administrativas para el desarrollo turístico; 4) promover y organizar campañas de promoción y difusión; y 5) coordinar actividades y promover el intercambio entre el sector público y el sector privado. (<http://www.impo.com.uy/diariooficial/2001/05/14/documentos.pdf>, recuperado el 17/4/2019)

PLAN NACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE (2009-20)

En 2005 asume el gobierno del país por primera vez un partido de izquierda (Frente Amplio)- en su primer mandato que fue hasta 2010- y se propone cambiar el rumbo de las políticas sectoriales dentro de ellas la turística, con una visión diferente a las que se venían dando hasta el momento. Por lo que se comparte lo sostenido por Quintana (2018: 102-3) cuando expresa que:

Durante la fase de la nueva política pública de turismo comienza a madurar un nuevo modelo de política turística, en sintonía con las políticas públicas en general impulsadas por el gobierno. Se propicia entonces la oportunidad de que el Gobierno central despliegue un nuevo papel en la arena turística, sobre todo en la adopción de nuevos ámbitos de actuación y de relacionamiento con los actores (...).

En este período se firmó un préstamo por U\$S 6.250.000 entre el MINTUR y el BID, el primero para la actividad turística que se suscribió -si bien existen múltiples antecedentes en otros sectores- y que tenía como objetivo la "Mejora de la Competitividad de Destinos Turísticos Estratégicos" (1826/OC-UR), cuestión que se volvía central en esta etapa luego de haber pasado por la crisis económica de 2002. Alguna de la razones que llevaron a la firma de este préstamo se encuentran en tratar de dar sustento para generar un marco pro-activo de desarrollo turístico en el que se diseñaran nuevas ofertas y productos turísticos en las regiones de Colonia, Rocha, Serranías y Región Termal. Las que, a su vez, fuesen capaces de atraer nuevos segmentos de la demanda. Como se observa de las cuatro regiones en las que se actuara con fondos BID, tres ya habían sido definidas y varias acciones se habían implementado reforzando de esta manera lo realizado.

Sobre los resultados finales de este primer préstamo BID se señalan que las principales inversiones y acciones, se centraron en: 1) Restauración del Ventorrillo de la Buena Vista en Villa Serrana (Departamento de Lavalleja); 2) Centro de Interpretación en Colonia del Sacramento (Departamento de Colonia); 3) Complejo Puerta del Polonio y servicios al interior del Cabo, (Departamento de Rocha); 4) Centro Terapéutico Termal en Termas de Almirón (Departamento de Paysandú); 5) Mejoras en

infraestructura en Termas de Arapey (Departamento de Salto); y 6) Estación Fluvial Villa Santo Domingo Soriano (Departamento de Soriano).

Como se puede apreciar en su mayoría coinciden con las regiones que se venían priorizando desde la década de 1970 por entenderlas como estratégicas para el desarrollo turístico y que aún restaba consolidarse como tales, a excepción de las acciones 1 y 6.

Otro resultado del Préstamo MINTUR–BID fue la colaboración del equipo técnico en el trabajo realizado para la elaboración del Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-20 (en adelante PNTS). Como todo plan de turismo sostenible se rige por determinados objetivos ya preestablecidos en lo referente a la planificación. Pero de acuerdo a lo argumentado anteriormente es importante ver lo que se plantea en la Línea 2, *“Innovación y Calidad: Impulso a la Competitividad”* ya que a texto expreso figura en la sub línea 3 – *“Diversificar la Oferta”*.

Así como también refiere al relacionamiento de los distintos sectores dentro de la actividad expresado en la línea 5 *“Turismo como herramienta para la integración Social, territorial y política”* y profundizado en la sub línea 1 alude a la descentralización de la gestión y la participación de los actores, o sea, retomando, importancia del vínculo entre los ámbitos público/privado (Figura 3).

Figura 3: Líneas del PNTS 2009-2020

ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA				
Modelo turístico sostenible, económica, ambiental y socioculturalmente.	Innovación y calidad: impulso de la competitividad.	Incremento de las capacidades, calidad del empleo y compromiso de los actores del sistema turístico.	Marketing y promoción para ampliar y fidelizar la demanda.	Turismo como herramienta para la integración social, territorial y política.
Gestión de los destinos turísticos. Rentabilidad, empleo y desarrollo local. Sostenibilidad como calidad en la experiencia turística.	Apuesta a la Calidad. Modelo de innovación turística. Diversificación de la oferta.	Profesionalización. Responsabilidad empresarial que fomenta el desarrollo profesional y humano.	Mejora de la oferta turística. Posicionamiento a nivel internacional.	Descentralización de la gestión y participación de los actores. Integración de territorios al espacio turístico. Comprensión y satisfacción del derecho humano al turismo y a la recreación.

Fuente: MINTUR (2009)

CONSIDERACIONES FINALES

Se parte de un artículo publicado en 1991 sobre el Departamento de Colonia donde se argumentaba con razón que la ciudad no retenía a los visitantes, sino que era el principal punto de entrada al país por vía fluvial. Esta premisa permitió que surgieran algunas interrogantes como ser ¿Cuáles eran las prioridades que Uruguay tenía para su desarrollo turístico?

Si como sostiene Landau (1977 citado por Aguilar, 1992) toda política propone o conlleva una intervención que genera modificaciones, se intentó dar cuenta que los orígenes de la misma se sitúan en la década de 1960. El objetivo era diversificar la oferta turística y superar la estacionalidad que determinaba el turismo de sol y playa, para lo cual resultó necesario analizar los lineamientos/acciones del MINTUR, creado recién en 1986.

De las prioridades por regiones –señaladas en la Figura 2- se pasa a fines de la década de 1990 a trabajar por una línea de productos a partir de la labor realizada por la agencia catalana ACTLC. Coincidentemente esos productos, en la mayoría de los casos, se vinculaban con las prioridades establecidas para cada una de las regiones, como se puede observar en el Cuadro 1.

Cuadro 1: Relación productos con regiones

PRODUCTOS	REGION	PRIORIDAD
SOL Y PLAYA	FRANJA COSTERA RIOPLATENSE Y ATLANTICA	1
CIUDAD Y NEGOCIOS	MONTEVIDEO - PUNTA DEL ESTE	1
TERMAL,	SALTO - PAYSANDU	3
HISTORICO –CULTURAL	COLONIA - MONTEVIDEO	2 y 1
REUNIONES	MONTEVIDEO - PUNTA DEL ESTE	1
RURAL Y ECOLOGICO	TODO DEL PAÍS	Nuevo

Fuente: Elaboración Propia

A su vez, los procesos asociativos que comenzaron a darse en los primeros años de la década de 1990 fueron generando antecedentes importantes del trabajo conjunto entre públicos y privados en la escala local (departamental). La actividad sostenida de estos agrupamientos llega hasta la actualidad aunque en varios casos con un cambio en las formas de asociación no sólo en lo nominativo sino también en lo estatutario.

En los casos de Colonia, Rocha y Montevideo recibieron aportes financieros importantes en algunos casos (BID, UE o PYMES), lo cual permitió que se implementaran sus primeras estructuras de gestión para luego obtener su propio autofinanciamiento como se puede observar en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Evolución de las asociaciones por regiones

REGION	NOMBRE ORIGIANL	PERIODO DE ACTUACIÓN	EVOLUCIÓN POSTERIOR
SALTO	Coordinadora Turística de Salto	1991-1999	Clúster 2006-2010 Actualmente funciona la Comisión de Turismo del Centro Comercial e Industrial de Salto (CCIS)
ROCHA	Corporación Rochense de Turismo	1993 a la actualidad	Integra la OGD de Rocha en la actualidad
COLONIA	Corporación Departamental Turística de Colonia	1994 a la actualidad	Conglomerado Turístico de Colonia 2006. Integra la Asociación Turística de Colonia en la actualidad
MONTEVIDEO	Corporación Turística de Montevideo	2001- 2006	Conglomerado Turístico de Montevideo 2008. Actualmente funciona bajo el nombre Bureau de Montevideo

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las nuevas modalidades o productos, el primero en cobrar un valor significativo fue el turismo rural, tanto es así que en 1995 ya se había creado su propia agremiación (SUTUR) y en 2002 el MINTUR reglamentó la actividad. Existen muchos factores que potenciaron esta modalidad pero se resaltan dos principalmente: 1) los cambios profundos originados en la demanda, dando origen al surgimiento de un nuevo turista con un perfil distinto al conocido hasta el momento y 2) como un fenómeno de reconversión productiva respecto a la principal actividad económica del medio rural (Campodónico & Da Cunha, 2009).

Paralelamente, el turismo histórico - cultural tendrá su principal baluarte precisamente en la ciudad de Colonia del Sacramento desde la Declaración de Patrimonio de la Humanidad en 1995 y a partir de ese momento tiene un desarrollo sostenido. A partir de fines de la década de 1990 comienzan a diseñarse nuevos productos dentro de la lógica que el MINTUR había establecido y en el caso del turismo cultural se refuerzan las acciones en Montevideo sobre todo con las propuestas que se generan en el CORPOTUR.

Ahora bien, por otra parte, vale la pena resaltar como ha sido la evolución de esas nuevas regiones, es decir, las prioridades fijadas en la década de 1970 que implicaron que devinieran en nuevos productos y/ o en la consolidación de los ya existentes. En el caso de Colonia como destino de turismo cultural, los complejos termales de los departamentos de Salto y Paysandú que pasaran a denominarse de manera conjunta como "Litoral Termal" y Rocha, como una nueva propuesta de la modalidad de sol y playa. En este último caso con un vínculo más apegado a los componentes naturales y la vida agreste que será impulsada primeramente por el turismo nacional, con énfasis en un segmento de jóvenes, para luego dar lugar al turismo regional e internacional.

Por otra parte, no se puede desconocer la labor llevada adelante por los primeros procesos asociativos que surgieron en estas regiones que tenía como objetivo principal el desarrollo turístico de cada territorio y que muchas veces fueron propiciadores de algunos cambios y en otros recurrieron a plantear reclamos y la necesidad de acciones por parte del gobierno, ya fuese el central o departamental.

En la Tabla 1 se exhiben los datos sobre el número de turistas que expresaron que su destino final del viaje era Colonia, Litoral Termal y/o Rocha, dejando establecido que sólo se consideró el flujo de visitantes que corresponde al turismo receptivo.

Tabla 1: Número de visitantes ingresados según destino principal de viaje

Año	Colonia	Litoral Termal	Rocha
2002	82.241	181.617	36.077
2003	79.198	196.658	36.099
2004	99.851	220.459	58.869
2005	109.979	217.749	54.357
2006	99.358	189.439	58.337
2007	112.377	122.837	55.622
2008	158.901	180.566	106.071
2009	222.160	222.082	115.516
2010	235.784	290.850	135.883
2011	271.500	458.011	192.483

Fuente: MINTUR (2012)

A partir de los datos se puede establecer que si bien el desarrollo de las regiones no fue uniforme -dadas las características de cada una así como de la oferta de nuevos productos- se observa a partir de 2008 un crecimiento importante del número de visitantes que en algunos casos duplica a los del año anterior como se visualiza en el caso de Rocha.

Por otro lado, en la región Termal el crecimiento tiene un punto de inflexión en 2011, convirtiéndose, a partir de este momento, en el tercer lugar preferido por los turistas luego de Montevideo y Punta del Este, cuestión que en la actualidad se mantiene.

En el caso de Colonia, que fue la región que inicialmente indujera a la reflexión de este trabajo, se puede observar que de los 9,223 visitantes que señalaba Vasconi para 1991, el número se incrementa a 82.241 en 2002 y a los veinte años de haber sido publicado el artículo los visitantes son 271.500.

Los resultados del análisis dejan en manifiesto que es necesario evaluar las políticas y/o acciones políticas de los gobiernos, que al ser evolutivas por definición, requieren de una visión de los procesos en el mediano y largo plazo. Por esta razón los datos de los turistas ingresados a esas regiones se toman a partir de 2002 y hasta el 2011 lo que permite valorar cuáles fueron los resultados obtenidos con las políticas o acciones adoptadas.

Finalmente, se señala que es necesario que estos estudios integren las dimensiones de lo realizado por otros actores –para el caso de análisis las asociaciones- que influyen, se oponen o reafirman las medidas que se implementan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, L.** (1992) "El estudio de las políticas públicas". Ed. Miguel Ángel Porrúa, Ciudad de México
- Antía, F.** (2003) "La economía uruguaya del restablecimiento de la democracia hasta fin del siglo 1985 -2000". En: Nahum, B. (Coord). El Uruguay del siglo XX. La Economía. Editorial, Montevideo, pp.123-162
- Butler, R. W.** (2001) "Seasonality in Tourism: issues and implications". En: Baum, T. & Lundtorp, S. Seasonality in tourism, Oxford, Pergamont, pp. 5-21
- Butler, R. W.** (1994) "Seasonality in tourism: Issues and implications". In: Seaton, A. (Ed.) Tourism: The state of the art. Chichester, Wiley, pp. 332-339
- Campodonico, R.** (2017) "El desarrollo turístico en Uruguay (1960 -2014)". En: Wallingre, N. (Editora) Desarrollo del turismo en América Latina: fases, enfoques e internacionalización. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, pp. 218-245
- Campodónico, R. & Chalar, L.** (2010) "Contribución a los estudios de asociativismo como herramienta del desarrollo turístico local". VI Seminario de Pesquisa em turismo do MERCOSUL, Caxias do Sul. Disponible en https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/04/C Acceso el 12/4/2019
- Campodónico, R. & Da Cunha, N.** (2009) "Turismo, desarrollo y MERCOSUR". Editorial UIB, Palma de Mallorca
- Comisión de Fomento y Turismo de Colonia – COFOTUCO** (1972) "Estatutos". Colonia
- Del Acebo Ibáñez, E. & Schlüter, R.** (2012) "Diccionario de turismo". Ediciones Claridad, Buenos Aires
- Dror, Y.** (1970) "Prolegomenan to policy sciences". Policy Sciences (1): 135-150
- Dunjo, J.** (2013) "Característica del Turismo en las regiones turísticas argentinas". Congreso El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos, Ushuaia, 5-6 y 7 de Diciembre. Disponible en <http://www.condet.edu.ar/cndt/images/ponencias/Ushuaia2013/completas/Dunjo.pdf> Acceso el 6/4/2019
- Falero, A. & Campodonico, R.** (Comp.) (2014) "Bajo la lupa académica". Universidad de la Republica, Montevideo
- Koenig, N. & Bischoff, E.** (2004) "Seasonality research: The state of the art. International Journal of Tourism Research (7): 201-219

- Ley N.º 15.851** (1986) Disponible en www.impo.com.uy/bases/leyes/15851-1986 Acceso el 30/3/2019
- Mill, R. Ch. & Morrison, A. M.** (1992) "The tourism system: An introductory text." Prentice-Hall, New Jersey
- MINTUR** (2012) "Anuario Estadístico". Montevideo
- MINTUR** (2009) "Anuario Estadístico". Montevideo
- MINTUR & ACTLC - Asociación Catalana para el Tiempo Libre y la Cultura** (1994) "Informe seminario prospectivo del futuro turístico de la República Oriental del Uruguay: Una visión conjunta". Montevideo
- MINTUR - Ministerio de Turismo** (1992) "Lineamientos para el desarrollo turístico". Documento de discusión, Montevideo
- Monfort Mir, V.** (2000) "La política turística: una aproximación". Cuadernos de Turismo (06): 7-27
- Montaner Montejano, J.** (2002) "Políticas y relaciones turísticas internacionales". Editorial Ariel, Barcelona
- Neves, H.; Cruz, A. R. & Correa, A.** (2007) "A sazonalidade da procura turística na ilha de Porto Santo". Revista Portuguesa de Estudos Regionais (17): 25-44
- Quintana, C.** (2018) "Uruguay. De la política de desarrollo turístico al desarrollo de la política turística (1986-2010)." Universidad de la Republica, Salto
- Resolución Municipal 1594** (2001) Disponible en <http://www.impo.com.uy/diariooficial/2001/05/14/documentos.pdf> Acceso el 17/4/2019
- Revista Posdata** (29/12/1995) "Las estancias tradicionales representan un sector de potencialidad turística". Montevideo
- Ruschmann, D.** (1997) "Marketing turístico: um enfoque promocional". Papyrus, Campinas
- Semanario Brecha** (24/5/1996) "Estancias turísticas. A la búsqueda de lo natural". Montevideo
- Smith, C.** (1972) "Siete pasos para acelerar el turismo en el Uruguay". Informe de consultoría, Agencia para el Desarrollo Internacional por la Dirección Nacional de Turismo - Ministerio de Transporte, Washington D.C.
- Sociedad de Turismo Rural del Uruguay** (s/f) Disponible en www.turismoruraluy.com Acceso el 22/4/2019
- UNESCO** (s/f) Disponible en <http://whc.unesco.org/en/list/747/> Acceso el 2/4/2019
- Vasconi, M.** (1991) "Aproximación a la conceptualización de la Geografía del Turismo. El caso de un área del departamento de Colonia (República. Oriental del Uruguay)". Revista Latinoamericana de Turismo 1(1): 18-38

Recibido el 05 de marzo de 2019

Reenviado el 01 de mayo de 2019

Aceptado el 05 de mayo de 2019

Arbitrado anónimamente