

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

**MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE DESTINOS
TURÍSTICOS ESTRATÉGICOS EN URUGUAY**

ATN / FG 9445-UR

***INFORME FINAL
(Volumen II)***

PLAN DE ACCIÓN

ROS Development & Planning S.L.

30 de Septiembre de 2006

EQUIPO DE TRABAJO:

Director Técnico:	Josep Ros Santasusana	Economista
Coordinador Barcelona:	Montserrat Giró Torrens	Lic. Administración Empresas
	Javier Baselga Lej	Lic. Letras
	Rainer Brusis	Economista
Coordinador Montevideo:	Diego Capandeguy	Arquitecto
	Thomas Sprechmann	Arquitecto
	Alberto Quintela	Abogado

ÍNDICE

	<i>página</i>
1. ENFOQUE Y CONTENIDO DE ESTA SEGUNDA FASE (VOLUMEN II)	5
2. SELECCIÓN DE LOS “DESTINOS PILOTO”	5-8
3. RESUMEN DE PROYECTOS Y RECOMENDACIONES DEL PROGRAMA	9-25
3.1. Consideraciones previas	9-10
3.2. Síntesis descriptiva de los Proyectos y Recomendaciones	11-25
3.3. Cuadro financiero en US \$	
3.4. Cuadro financiero en UY P	
4. PROYECTOS Y RECOMENDACIONES	
PT-1 Apoyo y Capacitación para PyMES turísticas	
PT-2 Apoyo y Capacitación Turismo en el medio rural	
PT-3 Plan de Marketing Estratégico y Operativo del Turismo	
PT-4 Potenciación del Turismo Idiomático	
PT-5 Acciones para el Desarrollo y Promoción del Turismo de Golf	
PT-6 Potenciación del Turismo del Vino	
PT-7 Acciones Turismo Náutico- Fluvial	
PT-8 Cuentas Satélite de Turismo del Uruguay	
PT-9 Infraestructuras y servicios de apoyo al turismo en el medio rural	
PT-10 Infraestructuras y equipamientos menores para el Turismo Náutico- Fluvial	
PT-11 Fortalecimiento institucional MINTURD	
PT-12 Acciones promocionales específicas a corto y medio plazo	
PT-13 Uruguay Film Comission	
RT-14 Comité Desarrollo Conexiones Aéreas	
RT-15 Desarrollo de un Portal de Turismo de Uruguay	
RT-16 Mejora enseñanzas turísticas	
PR-17 Ecocentro del Polonio	
PR-18 Puerta de Polonio	
PR-19 Mirador de las aguas “Laguna de Rocha”	
PR-20 Puesta en valor Circuito Sierras de Lavalleja	
PR-21 Equipamientos para ruta lacustre Laguna Negra-Reserva Natural Potrerillo	
RR-22 Fortaleza de Santa Teresa	
PS-23 Nueva pileta cubierta termolúdica Arapey	
PS-24 Reingeniería servicios y empresas municipales de turismo	
RS-25 Recomendaciones sobre accesibilidad al Cluster Salto- Paysandú	
PC-26 Gran Centro de Interpretación “Uruguay Experience”	

- RC-27 Articulación Nueva Terminal Fluvial con Centro Histórico y CI
- RC-28 Recomendaciones sobre el Real de San Carlos
- RC-29 Recomendaciones sobre posibles usos para la Capilla Narbona
- RM-30 Definición de nodos, highlights y ejes turísticos
- RM-31 Potenciación del Museo Torres García
- RM-32 Centro de Congresos y Convenciones de Montevideo
- RM-33 Revitalización del Montevideo Convention Bureau
- RE-34 Definición del modelo de desarrollo oferta turística de Punta del Este
- RE-35 Planes reguladores de la Barra y San Ignacio

Anexos

VOLUMEN II . PROPUESTAS Y PROYECTOS DE INVERSION

1. ENFOQUE Y CONTENIDO DE ESTA SEGUNDA FASE (VOLUMEN II)

- A partir de la Primera Fase (Volumen I) del Estudio “*Mejora de la Competitividad de los destinos turísticos estratégicos en Uruguay*” en que se realizó una Diagnósis a nivel nacional, se identificaron los clusters geográficos que configuran el mapa turístico del país, con su diagnóstico específica y se definieron las líneas estratégicas tanto a nivel nacional como a nivel de destino, esta Segunda Fase (Volumen II) se enfocará cara a la definición de propuestas de actuación para alcanzar los objetivos que persigue este Programa del BID.
- Estas propuestas hacen referencia a los siguientes aspectos:
 - La definición de los “destinos piloto”
 - Los proyectos de inversión (a financiar con cargo al presente Programa del BID)
 - Las recomendaciones de política turística, que se consideran de interés, pero que por diversas razones no se financian con cargo a este Programa.

2. LA SELECCIÓN DE LOS “DESTINOS PILOTO”

- Dadas las limitaciones presupuestarias del Programa y con el fin de conseguir el máximo efecto dinamizador para todo el país de las inversiones a financiar a su cargo, el Banco planteó el mismo distinguiendo dos tipos de acciones y proyectos de inversión:
 - Las de *carácter transversal*, que afectan a todos los destinos del país (p, ejemplo. un programa de asistencia y capacitación a las PyMES turísticas, mejora de la accesibilidad internacional, etc.).
 - Las *territorializadas en un destino turístico* (pero que también pueden tener un efecto dinamizador para todo el país), que se concretan en determinados proyectos para dicho destino.
- Al objeto de evitar una excesiva dilución de las inversiones y por tanto de pérdida de su efecto dinamizador por falta de masa crítica, se optó por seleccionar determinados “destinos piloto” que son los que concentrarían dichas inversiones territorializadas, y de esta forma evitar una excesiva dilución de sus efectos.

- Si bien la existencia de acciones transversales implica que todos los destinos del país se beneficiarán del presente Programa, no es menos cierto que la selección de “destinos piloto” implica la necesidad de priorizar determinados destinos sobre otros.
- El enfoque con que se ha realizado esta selección y priorización, ha sido el considerar criterios de interés general del país, es decir en qué medida estas inversiones territorializadas, no solo contribuyen a la mejora del sistema turístico local, sino y sobretodo, en qué medida contribuyen a la mejora de la competitividad turística de todo el país.
- Para ello se han tenido en cuenta tanto en la selección de los “destinos piloto” como en las inversiones, los objetivos prioritarios que el Programa del BID se ha propuesto alcanzar:
 - Incremento de los flujos de entrada internacionales (en turistas y en divisas)
 - Diversificación de los mercado de origen (y por ende, reducción de la dependencia del mercado argentino),
 - Diversificación de los productos turísticos (y por ende, menor dependencia del “sol y playa”),
 - Reducción de la estacionalidad,
 - Incremento del gasto medio y valor añadido por turista,
 - Reequilibrio territorial,
 - Mejora de la Imagen turística del país.
- Además en la selección final de los “destino piloto” se han tenido en cuenta otras circunstancias, como el que un determinado destino ya tuviera en curso de ejecución o previsto, determinadas inversiones o planes de mejora con otras fuentes de financiación (Gobierno de la República, Cooperación Internacional, Instituciones financieras de desarrollo, inversores privados, etc.), y que por tanto no sería tan necesaria ni imprescindible la financiación con cargo al presente Programa del BID.
- No se considera el denominado “Uruguay rural”, dado que no es un destino en sentido estricto, sino una forma de designar el resto de territorio uruguayo, que por sus características (gran extensión territorial, dispersión, heterogeneidad, falta de masa critica, etc.), lo hace inoperante para designarlo como “destino piloto”. Las acciones para mejorarlo turísticamente vendrán dadas sobre todo por los proyectos de carácter transversal y por otras acciones puntuales y específicas en el marco de otros Programas y Políticas.
- Las consideraciones para la selección de los “destinos piloto” quedan reflejadas de forma sintética en el siguiente cuadro:

CUADRO COMPARATIVO DE LOS EFECTOS DE LOS DIVERSOS CLUSTERS SOBRE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA

CLUSTER	Incremento flujos internacionales	Diversificación mercados	Diversificación productos	Reducción estacionalidad	Incremento gasto y Valor Añadido	Mejora imagen país	Reequilibrio territorial
COLONIA	Muy Alto. Pieza estratégica	Muy Alto. Pieza estratégica	Muy Alto. Por su variedad de recursos y ubicación	Muy Alto. Por su variedad de recursos y ubicación	Alto. Por su variedad de recursos y ubicación	Muy Alto. Pieza estratégica Ciudad Patrimonio Cultural Humanidad.	Alto. Por su función de puerta de entrada y “vitrina” todo el país.
ROCHA	Alto. Por su potencial sin explotar	Medio. Puede atraer segmentos cualificados de turismo internacional	Alto: Por su potencial en turismo ecológico y “sol y playa” diferente.	Medio. El clima condiciona su producto más importante	Alto. Si califica su oferta, podría optar por captar segmentos de gama alta y media – alta.	Alto. Es quizás la imagen icónica ideal del Uruguay ligado a la naturaleza.	Alto. Puede contribuir a la mejora económica y social de un Departamento periférico.
LITORAL TERMAL	Alto Concentrado en el mercado argentino. Se trata de evitar que pierda estos flujos	Medio. Centrado en el mercado argentino. Se trata de evitar que pierda este mercado	Medio. Se centra en el producto termal, si bien puede diversificar sus modalidades: termolúdico, wellnes y salud, etc.	Alto. Por su recurso y clima puede operar todo el año.	Medio. Se trata de evitar la pérdida de nivel de gasto y en la medida de lo posible incrementarlo.	Medio. No es demasiado relevante para los mercados de larga distancia.	Muy Alto. Si no se mejora la competitividad del destino, puede entrar en crisis todo el sector y el Departamento.
MONTEVIDEO	Alto. Pieza estratégica	Muy Alto. Pieza estratégica	Muy Alto. Por su variedad de recursos	Muy Alto. Por su variedad de recursos y ubicación.	Alto. Por su variedad de recursos y ubicación	Alto. Capital del país.	Medio. De sus efectos se beneficia principalmente el propio cluster.
PUNTA DEL ESTE	Alto. Centrado en el mercado argentino y regional	Medio. Centrado en el mercado argentino.	Alto. Por su variedad de recursos y equipamientos y ubicación	Alto. Por sus recursos y equipamientos puede reducirla sustancialmente.	Alto. Por las características de su clientela y posicionamiento.	Alto para los mercados regionales. Medio para los internacionales l/d.	Bajo. Concentración de sus efectos en un destino ya consolidado.

No se considera el denominado “Uruguay rural”, dado que no es un destino per se, sino una forma de designar el resto de territorio uruguayo, que por sus características (gran extensión territorial, dispersión, y falta de masa crítica), le hace inoperativo para designarlo como “destino piloto”. Las acciones para mejorar turísticamente vendrán dadas sobre todo por los proyectos de carácter transversal y por otras acciones puntuales y específicas para determinados destinos en el marco de otros Programas y Políticas.

- En base al cuadro anterior y en base a otras consideraciones, el equipo del BID, con el acuerdo del MINTURD y teniendo en cuenta las observaciones técnicas de la consultora, ha designado como “destinos piloto” los siguientes clusters: **Colonia, Rocha, y Corredor Termal Salto- Paysandú.**
- La justificación de su inclusión o no, queda reflejada en el siguiente cuadro:

CLUSTER	JUSTIFICACION DE SU INCLUSIÓN O NO, COMO “DESTINO PILOTO”
COLONIA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sin ninguna duda tal como refleja el cuadro comparativo, es el destino que más puede contribuir a alcanzar los objetivos que se propone el presente Programa, especialmente en lo referente a la captación de los flujos internacionales I/d y en la creación de imagen. El ser <i>Ciudad Patrimonio de la Humanidad</i> y principal puerta de entrada del país, le dan este papel estratégico ▪ Es de destacar el papel que se quiere dar a Colonia, como dinamizador y promotor turístico de todo el país, potenciando el “<i>efecto vitrina o escaparate</i>”.
ROCHA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Destino poco desarrollado y con graves carencias, pero que desde el punto de vista turístico tiene un alto potencial en base a sus costas singulares y espacios naturales. Necesita actuaciones urgentes para poner en valor estos recursos y evitar el peligro de degradación, a través de algunas actuaciones contundentes. ▪ A nivel de imagen puede contribuir de forma importante a poner el país en el mapa turístico internacional
CORREDOR TERMAL SALTO - PAYSANDU	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si bien sus efectos sobre determinados objetivos del Programa no son tan destacados, se justifica su inclusión por la necesidad de mejorar su oferta actualmente muy obsoleta, y en clara desventaja frente a la renovación que han experimentado sus más inmediatos competidores en el Litoral argentino. ▪ De no acometerse un proceso de calificación, se irá perdiendo este mercado (tan solo sustituible parcialmente por el mercado interno). Dado la importancia económica y social del entramado de empresas turísticas y hoteleras vinculadas a los complejos termales, una pérdida de competitividad de los mismos, tendría consecuencias muy graves para toda esta zona.
MONTEVIDEO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es un cluster que por sus potencialidades (recursos, ubicación, infraestructura, etc.) es estratégico y puede contribuir grandemente a la consecución de los objetivos del Programa. ▪ Sin embargo no se incluye como “destino piloto”, debido a que muchas de las mejoras que se deben acometer, están en curso o ya tienen prevista su ejecución y financiación con cargo a otros programas e instituciones.
PUNTA DEL ESTE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Destino importante y maduro, con un gran dinamismo inversor privado y focalizado especialmente en el mercado argentino. ▪ No se incluye como “destino piloto”, dado que por un lado ya tiene un elevado nivel de inversión, especialmente privada. Se formulan recomendaciones para encauzar este desarrollo en orden a conseguir un crecimiento más equilibrado y sostenible y en orden a aprovechar sus potencialidades para reducir la fuerte estacionalidad del destino.

3. RESUMEN DE LOS PROYECTOS Y RECOMENDACIONES DEL PROGRAMA

3.1. CONSIDERACIONES PREVIAS

- En las tablas siguientes se especifican de forma sucinta, las acciones que se proponen en el marco del Plan para la “Mejora de la Competitividad de Destinos Turísticos Estratégicos en Uruguay”, su justificación y objetivos, su importe aproximado y el estado de elaboración en que se encuentran a 30/09/06.

- Dadas las características, objetivos y alcance de este Programa del BID, se distinguen los siguientes tipos de acciones propuestas, que denominaremos de la siguiente forma:

- **Proyectos de Inversión:**

Constituyen el núcleo principal del Plan. Son todas aquellas propuestas y acciones de diversa tipología (obras, asistencia técnica, capacitación, refuerzo institucional, etc.) que se financiarán total o parcialmente con cargo a los fondos del préstamo del BID.

Las propuestas de este grupo, se identificarán con la letra: **P** (proyecto de inversión).

A su vez dichos proyectos de inversión, los distinguimos según su ámbito de actuación territorial:

- **Transversales**

Como su nombre indica son los que afectan a todo el Uruguay y por tanto tendrán incidencia (en mayor o menor grado) en todos los clusters. En su código se incluirá la letra T (transversal). Así se identificarán como **PT**.

- **Específicos para “destinos piloto”**

Son proyectos destinados específicamente a un determinado “destino piloto”. Se incluye una letra en su código que identifica el “destino piloto” al que beneficia. Así tenemos:

- Para el cluster de Colonia: **PC**
- Para el cluster de Rocha: **PR**
- Para el cluster de Salto / Paysandú: **PS**

- **Recomendaciones:**

Son propuestas que se consideran de alto interés para la política turística, pero que no se financian con cargo a este Programa del BID, bien por que no conllevan costos de ejecución, bien por que se estén financiando o se ha previsto financiarlas con cargo a otras fuentes. En todo caso son recomendaciones que la consultora considera de interés explicitar para la mejora competitiva del turismo. Las propuestas de este tipo se identifican con la letra: **R** (recomendaciones).

También como en el caso anterior se distinguen según su ámbito de actuación o influencia territorial:

- **Transversales**

Afectan a la competitividad de todo el sistema turístico del país. Las identificamos con las letras **RT** (recomendaciones transversales).

- **Específicas para destinos**

Recomendaciones destinadas a mejorar la competitividad de un destino o cluster específico. En este caso hemos considerado tanto los “destinos piloto”, como también el resto de destinos. Así tenemos:

Destinos piloto:

- Para el cluster de Colonia: **RC**
- Para el cluster de Rocha: **RR**
- Para el cluster de Salto / Paysandú: **RS**

Resto destinos:

- Para el cluster Montevideo: **RM**
- Para el cluster Punta del Este: **RE**

3.2. SÍNTESIS DESCRIPTIVA DE LOS PROYECTOS Y RECOMENDACIONES

ÁMBITO TERRITORIAL: TRANSVERSAL (TODO EL PAÍS)			
PROYECTOS DE INVERSIÓN TRANSVERSALES			
CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PT-1 Apoyo y Capacitación para PYMES turísticas	<p>Proyecto destinado a reforzar la profesionalización y la competitividad de las PYMES y emprendedores turísticos a través de la realización de cursos combinados con una asistencia técnica, que permita tanto la mejora de la gestión individualizada de cada PYME como el refuerzo colectivo estimulando la creación de redes y/o asociaciones cooperativas en función de intereses afines.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mientras que las grandes empresas, especialmente hoteleras, han experimentado un salto cualitativo importante, a nivel de PYME las mejoras son poco evidentes manteniéndose todavía en gran parte una oferta obsoleta con escaso nivel de profesionalización y eficiencia en la gestión, escaso nivel de profesionalización del personal, y poco aprovechamiento de los incentivos legales y fiscales de la actual legislación. ▪ El nivel asociativo es muy bajo, limitándose a aspectos básicamente gremiales, pero sin considerar enfoques más dinámicos. 	80.945 US\$
PT-2 Apoyo y Capacitación al Turismo en el medio rural	<p>Proyecto de inversión destinado a desarrollar el Turismo en el medio rural, estimulando la aparición de nuevos emprendimientos que reúnan, por un lado unas bases mínimas de calidad y profesionalización y por otro estimular el asociacionismo y redes de cooperación en el sector que permitan evitar el grave problema del fraccionamiento y la falta de masa crítica.</p> <p>El proyecto pivota en unos Cursos de Capacitación del Turismo en el medio rural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar de ser un país agrario y ganadero, el desarrollo del turismo rural en Uruguay es aún muy débil y capta pocos flujos de turistas (básicamente turismo interno, local o regional), si bien existe una oferta de calidad orientada a segmentos de turismo especializado incluso internacional (cabalgatas, caza o la observación de pájaros). ▪ Una de las causas de este limitado desarrollo del t. rural viene derivado de la poca masa crítica de la oferta potencial en el interior del país. ▪ El Proyecto persigue entre otros objetivos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Contribuir a la diversificación de la oferta turística, ○ Fomentar el desarrollo local de las zonas agrarias, ○ Fomentar la creación de estructuras asociativas de empresas con actividades agrario-turísticas, ○ Elevar el nivel medio de la calidad y la competitividad de la oferta existente ○ Mejorar la profesionalización de los actores del t. rural tanto a nivel de gestión como de técnicas de servicio 	111.345 US\$

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PT-3 Plan de Marketing Estratégico y Operativo del Turismo	<p>Se trata de un Plan Integral de Marketing que defina la estrategia de marketing turístico a medio y largo plazo y concrete a nivel operativo el marketing mix de acciones a realizar</p> <p>Este Plan contempla dos niveles: A nivel de país y a nivel de clusters turísticos, con especial énfasis en los "destinos piloto": Rocha, Salto / Paysandú y Colonia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El MINTURD no dispone de un Plan de Marketing Turístico en el sentido estricto. Es decir, de una visión estratégica a medio y largo plazo, con buenas bases de información e investigación de partida, que sirva de base para un plan operativo a corto y medio plazo, en el que se defina con detalle el mix de acciones de marketing a realizar. ▪ A nivel de cluster o zonas turísticas, la situación aún es más preocupante, y a menudo las ideas y planteamientos acerca de los "negocios turísticos" de los que dependen, parten muchas veces de enfoques casuísticos o simplemente reactivos a determinadas situaciones del momento. ▪ Después de sopesar los "pros y contras" con el MINTURD, se consideró más práctico y económico integrar en un solo proyecto los dos niveles territoriales: <i>nivel país</i> y <i>nivel de cada cluster</i> ▪ Se trata de dotar al MINTURD y a las respectivas Sec. de Turismo Departamentales, de un instrumento eficaz y coherente que oriente y optimice su política de promoción tanto a nivel estratégico como operativo. 	256.000 US\$
PT-4 Potenciación del Turismo Idioma	<p>Se trata de un conjunto de acciones específicas para desarrollar y promocionar el producto turístico "Turismo Idioma", es decir la enseñanza del español a extranjeros. A pesar de que no es un producto desarrollado, Uruguay tiene una buena potencialidad para el mismo, especialmente en el mercado brasileño.</p> <p>Estas acciones incluyen la creación de un Club de Producto, organización y gestión de la calidad, desarrollo de la oferta, comercialización y promoción, y formación especializada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar de que el T. Idioma está poco desarrollado en Uruguay, se trata de un producto turístico que tiene una atracción/ interés especialmente alto para el país. Son muy claras las ventajas competitivas de Uruguay para el desarrollo de este producto: buen nivel educativo y cultural general de la población, Universidad e instituciones educativas con solera y prestigio, Ciudades con atractivo cultural y urbano, y dotadas de equipamientos, Seguridad, etc.) ▪ Las acciones que se proponen tienen como objetivos claros: <ul style="list-style-type: none"> ○ Diversificar la oferta (productos) y demanda turística ○ Reducir la estacionalidad en temporada media y baja. ○ Desarrollar una oferta competitiva de t. idioma en Uruguay, concentrándose especialmente en las zonas con mayor potencial de desarrollo ○ Crear un producto turístico diferenciado con respecto a la competencia concentrándose en segmentos de demanda con unos intereses específicos: p.ej. universitarios de Brasil, ejecutivos de empresas con sede en Brasil, etc. 	70.000 US\$

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PT-5 Acciones para el Desarrollo y Promoción del Turismo de Golf	<p>Dada la elevada potencialidad y condiciones que reúne Uruguay para el desarrollo de golf como producto turístico ("Turismo de Golf" son todos aquellos viajes vacacionales en que la motivación principal es la práctica del golf), se proponen una serie de acciones inmediatas para su desarrollo y promoción, para más adelante ser integradas en el Plan de Marketing Estratégico y Operativo del Turismo de Uruguay.</p> <p>Estas acciones incluyen la creación de un Club de Producto, organización y gestión de la calidad, desarrollo de la oferta, y comercialización y promoción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se prioriza el desarrollo y promoción de este producto por su alta atraktividad / interés en contribuir a alcanzar los objetivos propuestos en este Programa: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ideal para reducir la estacionalidad de la temporada turística, especialmente en aquellos destinos como Punta del Este dependientes del "sol y playa" ○ Diversificación de la oferta turística, ○ Diversificación de los mercados. Inicialmente el t. de golf se deberá apoyar en el mercado argentino, e iniciar acciones en el merc. brasileño. ○ Mejora de la competitividad de las empresas y servicios turísticos, vía refuerzo de la calidad. ○ Importante incidencia en la mejora del posicionamiento e imagen como destino turístico de calidad. ▪ Uruguay dispone de 9 campos de golf de buena calidad si bien cuantitativamente es una oferta limitada, no existen factores limitativos a su crecimiento. Además existen otros factores positivos que apoyan su potencial (fácil accesibilidad y proximidad a B. Aires, clima templado, existencia de una masa crítica mínima de campos en un reducido radio -P. del Este-, equipamientos y serv. complementarios acorde con las exigencias del t. de golf. 	60.000 US\$
PT-6 Potenciación Turismo del vino	<p>Se trata de un conjunto de acciones específicas para desarrollar y promocionar el "Turismo Enológico" tanto como producto turístico especializado, como también como oferta complementaria para los turistas y oferta de ocio / cultural para los propios residentes uruguayos.</p> <p>Estas acciones están orientadas especialmente a la estructuración de producto, a la capacitación de las bodegas que quieren operar el turismo y al fomento de la cooperación y el asociacionismo entre bodegas y agentes turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uruguay tiene un buen potencial para el desarrollo del turismo del vino, tanto como complemento y enriquecimiento de otros productos turísticos, como producto singularizado y especializado vinculado a la gastronomía. Una serie de razones avalan este hecho: <ul style="list-style-type: none"> ○ La existencia de una tradición vinícola en el país (si bien poco conocida internacionalmente), con variedades propias y singulares ("tanat"). ○ La buena ubicación de la mayor parte de las bodegas para poder desarrollar con éxito este turismo (Montevideo y Colonia) ○ Algunas bodegas de prestigio ya han estructurado y promocionado visitas con un criterio turístico ○ El creciente interés por parte de muchas bodegas para abrirse al turismo (reciente constitución de la Aso. de Turismo Enológico de Uruguay). ▪ Se trata de crear un producto turístico específico diferenciado de calidad con respecto a la competencia para captar segmentos de demanda de gama alta, y una oferta de ocio / turístico - cultural atractiva para los propios residentes uruguayos, potenciando la imagen de Uruguay como destino de calidad gastronómica diferenciada. 	70.000 US\$

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PT-7 Acciones Turismo Náutico-Fluvial	<p>Se trata de definir un Plan Director integral que permita sentar las bases para un desarrollo equilibrado y sostenible para este tipo de turismo.</p> <p>Ha de considerarse tanto la evaluación de los recursos náuticos y potencialidades para nuevos desarrollos atendiendo a condicionantes técnicos de navegabilidad y ambientales, como evaluación de los potenciales de mercado.</p> <p>Se hará especial hincapié en el producto de puertos deportivos y bases náutico-fluviales, ya que parece que es donde existe una mayor demanda potencial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El conocimiento que se tiene de las potencialidades náuticas de Uruguay es muy bajo. No existe un inventario de recursos y potencialidades, ni tampoco de los condicionantes ambientales y de navegación de los mismos. ▪ Por otro lado si bien la demanda local es muy limitada, la demanda potencial que representa el mercado argentino, y la saturación de instalaciones que hay en este país vecino, señala las oportunidades que representa. ▪ Se propone por tanto la realización de un Plan Director que aborde a nivel país, el desarrollo de este sector con una visión integral, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, y marcando los límites, los ritmos y los condicionantes que han de regir en su desarrollo futuro. 	77.000 US\$
PT-8 Cuentas Satélite en Turismo	<p>Se trata de la elaboración de las Cuentas Satélite de Turismo del Uruguay al objeto de disponer de un valioso instrumento para el conocimiento del impacto y para la toma de decisiones en materia de política turística, adoptando el marco estandarizado, y la metodología desarrollados por la Organización Mundial del Turismo (OMT).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El objetivo general del proyecto es apoyar al Gobierno de la República del Uruguay, y en particular a los Ministerios de Economía y Turismo, para dimensionar la importancia económica del turismo y profundizar en el conocimiento de dicha actividad y su impacto en la economía nacional. ▪ Las CST se pueden definir como una reordenación de datos y estructuras de las Cuentas Nacionales a partir de otras fuentes (generalmente encuestas de demanda) con el objetivo básico de proporcionar una medición completa de la relevancia económica de turismo (a través de indicadores macroeconómicos básicos como: aportación del turismo al PIB, al empleo, al equilibrio de la balanza de pagos) y las interrelaciones entre la estructura de la oferta y el consumo del turismo. 	180.000 US\$
PT-9 Infraestructuras y servicios de apoyo al Turismo en el medio rural	<p>Se trataría de pequeñas obras acotadas de puesta en valor de circuitos menores.</p>		Pendiente de valoración

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PT-10 Infraestructuras y equipamientos menores para el Turismo Náutico-Fluvial	Se trataría de cubrir los posibles déficits de pequeñas infraestructuras (muelles, embarcaderos, amarres, fondeaderos, señalización y servicios de apoyo) para facilitar posibles iniciativas y emprendimientos de circuitos y rutas náutico-fluviales.		Pendiente de valoración
PT-11 Fortalecimiento Institucional MINTURD: Unidad de Inversión y Promoción de Proyectos turísticos	Creación de una unidad de gestión del MINTURD que se focalice en la gestión proactiva de los proyectos turísticos en sus distintas dimensiones.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En principio se acordó incluir este proyecto en el Programa. Sin embargo hasta el momento no se han podido concretar sus contenidos, ya que está condicionado a su definición por parte del MINTURD. 	Pendiente de valoración
PT-12 Acciones promocionales específicas a corto y medio plazo	<p>Se trata de una serie de acciones promocionales específicas utilizando una serie de instrumentos de coste moderado pero que bien manejados pueden tener una alta efectividad, como son: Fam- trips, Wokshops, Pres-trips, Ferias seleccionadas, etc., para actuar de forma inmediata sobre las debilidades más urgentes que presenta Uruguay: desconocimiento y falta de imagen, y escasez de medios en la promoción.</p> <p>Estas acciones permitirán reforzar la actuación del MINTURD en el ámbito promocional, y en cuanto estuviera elaborado, aprobado y en vigor el Plan de Marketing Estratégico y Operativo, se encuadrarían en el mismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El objetivo general es reforzar las acciones promocionales del MINTURD, que dispone de un presupuesto muy limitado, para dar a conocer y posicionar turísticamente Uruguay tanto en los mercados regionales (de forma especial en Brasil) como en los mercados internacionales de larga distancia, utilizando medios selectivos y especializados (Trade y Prensa). ▪ Los objetivos específicos que se persiguen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Crear conocimiento (“awareness”) e imagen de Uruguay como destino turístico en los mercados potenciales, ○ Conseguir una mayor presencia en las propuestas y ofertas de los operadores internacionales, actualmente muy escasa, ○ Dar a conocer los nuevos productos turísticos que se pretende potenciar (diversificación), ○ Incorporar progresivamente Uruguay en los grandes circuitos turísticos de Sudamérica, ○ Conseguir un mayor conocimiento y penetración en los mercados regionales, en especial en Brasil, ○ Ampliar la imagen de Uruguay como destino turístico en Argentina, con nuevos productos y atributos y contrarrestar los efectos negativos de la actual situación de conflictividad, ○ Entrenar al personal técnico del MINTURD en la utilización de una serie de instrumentos de marketing 	495.600 US\$

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
<p>PT-13</p> <p>Uruguay Film Comission</p>	<p>Se trata de desarrollar una agencia o oficina de promoción audiovisual, para promover la imagen del país a través de la captación y facilitación de filmaciones de audiovisuales (films, spots, etc.) que tengan como escenario los espacios urbanos y naturales de Uruguay. Además de un poderoso y barato sistema de promoción internacional, tiene otros efectos positivos tanto sobre la industria turística como sobre otros sectores económicos, por la compra de servicios (servicios audiovisuales, logísticos, actores y figurantes, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uno de los “cuellos de botella” que limitan el crecimiento de los flujos internacionales de turismo al Uruguay es el escaso conocimiento e imagen que se tiene del país como destino turístico. Una de los medios más efectivos y baratos para poner un “destino en el mapa” es convertirse en “plató” de filmación de películas y audiovisuales de amplia audiencia, todo ello a un coste mínimo. ▪ Uruguay puede y debe utilizar este medio como herramienta de creación de imagen y promoción turística, ya que reúne las condiciones para ello: variedad de escenarios naturales y urbanos, buenas condiciones de luz, clima moderado, infraestructura y equipamientos turísticos, una base de servicios de soporte a la industria audiovisual y logística, seguridad, costes moderados, etc. ▪ Otro efecto importante sobre la economía y el empleo del país, es que la continuidad y consolidación de esta actividad, propicia la generación de un “cluster” de industrias locales auxiliares vinculadas a la actividad audiovisual. ▪ Si bien ya existe un organismo con competencias en el tema bajo la órbita del M° de Educación y Cultura, se trataría de potenciarlo y ampliar su enfoque como instrumento de promoción e imagen turística del país con una incorporación activa del MINTURD. 	<p>60.000</p> <p>US\$</p>

RECOMENDACIONES DE CARÁCTER TRANSVERSAL

CÓD/ NOM PROY.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
RT-14 Comité Desarrollo Conexiones Aéreas	<p>Se trata de formular una serie de directrices y recomendaciones para que la Comisión Nacional de Política Aeronáutica (en proceso de reestructuración) para que realice una política proactiva de captación de nuevas conexiones aéreas del Uruguay con los principales mercados emisores. Implica acuerdo institucional y una unidad de apoyo y asistencia técnica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uno de los principales “cuellos de botella” para el desarrollo turístico de Uruguay y sobretodo para su diversificación hacia nuevos mercados es la difícil accesibilidad aérea internacional que tiene el país: escasas conexiones, pocas frecuencias, y precios caros. ▪ Se impone por tanto como una de las prioridades para el desarrollo turístico, el desarrollar una política proactiva de captación de operadores aéreos (marketing aeroportuario), siguiendo el modelo de muchas otras ciudades y destinos turísticos internacionales. ▪ El momento es especialmente oportuno atendiendo a la aparición de un entorno cambiante como son la fuerte competitividad del sector del transporte aéreo, y la aparición de las aerolíneas de bajo coste. 	<p>No se financia dentro del Programa BID</p>
RT-15 Desarrollo de un Portal de Turismo del Uruguay	<p>Se pretende impulsar la competitividad del Modelo Turístico Sostenible de Uruguay y mejorar el posicionamiento del país en los principales segmentos de demanda prioritarios, a través del aprovechamiento de las nuevas tecnologías y las oportunidades que ofrece el entorno internet, mediante la creación de un Portal de Turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El medio internet ha tenido unos avances muy importantes en los últimos 5 años en el ámbito de la promoción y comercialización de los destinos turísticos. ▪ Como principales objetivos estratégicos para el desarrollo de un portal de turismo de Uruguay se establecen los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollar y ofrecer contenidos de información de alto valor añadido tanto para el cliente/usuario/turista, como para todos los agentes involucrados en el sector. ○ Reforzar el tejido empresarial y la colaboración institucional, facilitando una visión conjunta del destino y una plataforma de trabajo colaborativo. ○ Contribuir a la diversificación de la demanda turística del destino, a través de una mayor promoción de productos turísticos prioritarios en el ámbito online. ○ Facilitar la comercialización online del destino, a través del desarrollo de un adecuado modelo de colaboración público-privada. 	<p>No se financia dentro del Programa BID</p>
RT-16 Mejora de las enseñanzas turísticas	<p>Se trata de definir algunos lineamientos y recomendaciones acerca de la mejora del sistema de enseñanzas turísticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Está pendiente de información adicional por parte del MINTURD. 	<p>No se financia dentro del Programa BID</p>

ÁMBITO TERRITORIAL: CLUSTER ROCHA

PROYECTOS DE INVERSIÓN CLUSTER ROCHA

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
<p>PR-17</p> <p>Ecocentro del Polonio</p>	<p>El Ecocentro del Polonio consiste en un centro interpretativo - lúdico sobre la naturaleza oceánica y sobre la historia local de Cabo Polonio en el Departamento de Rocha.</p> <p>Se localizará en parte del predio de la ex lobería, contiguo al Faro. Este sitio es la cabecera de un área natural protegida que se encuentra en la denominada Reserva de Biosfera Bañados del Este.</p> <p>El emprendimiento combinará los elementos lúdico – recreativos con un elevado componente de divulgación, de educación ambiental y de energías renovables.</p> <p>Este proyecto se concibe como una operación estrella de reposicionamiento y recualificación del recurso singular en que se localiza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cabo Polonio es uno de los recursos turísticos más categóricos del Uruguay y constituye uno de los emblemas del turismo de naturaleza de este país. Actualmente esta signado por cierta degradación, por una falta de equipamientos cualificados, por múltiples cautelas ambientales y urbanísticas y por un incipiente proceso de actos de gobierno cara a su reposicionamiento. ▪ Se trata de fortalecer el rol de Cabo Polonio como recurso turístico de primer orden no solo para Rocha sino también para todo el Uruguay, con ciertos objetivos específicos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Atenuar la fuerte estacionalidad que afecta al lugar ○ Rehabilitar un capital productivo local, interpretando el lugar y ordenando el espacio de cara a desencadenar un proceso de mejora de este recurso turístico activando otras operaciones de equipamiento turístico y de calificación territorial. ○ Contar con un adecuado equipamiento y con servicios acordes con la potencialidad turística del área, diversificando la actual oferta de amenidades del Polonio ○ Introducir y educar al visitante en el cuidado del medio ambiente, la cultura oceánica y rochense, ○ Motivar y promover la visita al sitio, su permanencia y la visita a otros destinos turísticos del clúster. 	<p>562.282 US\$</p>
<p>PR-18</p> <p>Puerta del Polonio</p>	<p>Intercambiador, centro de acogida y actividades turísticas para acceder al Polonio con fin de regularizar y categorizar su acceso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Complemento indispensable del anterior, necesario para ordenar y regular los flujos y servicios turísticos de transporte al área protegida (camiones todoterreno), proveer información y área de aparcamiento y servicios, y actuar como un elemento de imagen y captación sobre la ruta principal. 	<p>206.467 US\$</p>

CÓD/ NOM PROY.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PR-19 Mirador de las aguas "Laguna de Rocha"	Se trata de un mirador elevado al Océano Atlántico y la Laguna de Rocha, complementado con senderos de interpretación y el ordenamiento del acceso de automóviles.	<ul style="list-style-type: none"> Se justifica porque pone en valor un lugar de alto valor paisajístico y ecológico. 	Pendiente de valoración
PR-20 Puesta en valor Circuito Sierras de Lavalleja	Se trataría de poner en valor un circuito turístico que contemple en principio la calificación del Ventorrillo de la Buena Vista, acondicionamiento y señalización de rutas y de lugares de interés panorámico (Miradores).	<ul style="list-style-type: none"> Se justifica para incorporarlo al cluster de Rocha, como circuito de excursión tanto para los turistas ubicados en los clusters de Rocha y Punta del Este, como para el turismo interno. 	Pendiente de valoración
PR-21 Equipamientos para Ruta Lacustre Laguna Negra- Reserva natural Potrerillo	Se trataría de recuperar y adecuar los muelles de embarque de la ruta lacustre por la que se accede a la Reserva Natural del Potrerillo. Implicará mejora de muelle, área de descanso, espera y resguardo.	<ul style="list-style-type: none"> Enriquece el producto de visita a la Reserva del Potrerillo (avistaje de aves, de carpinchos, etc.), recuperando la navegación por la laguna, y combinándola con el transporte 4x4 y a caballo. Permitirá resolver el actual problema de acceso a la Reserva del Potrerillo condicionada actualmente por un predio privado. 	Pendiente de valoración

RECOMENDACIONES CLUSTER ROCHA

CÓD/ NOM PROY.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
RR-22 Fortaleza de Santa Teresa	Recomendaciones sobre posibles usos de la Fortaleza de Santa Teresa, localizada estratégicamente en el principal acceso terrestre al Uruguay desde Brasil, con un soporte arquitectónico en excelente estado de conservación.	<ul style="list-style-type: none"> Esta Fortaleza cercana a la frontera con Brasil, está bien conservada y su estado actual bien justifica la visita. Sin embargo no se prevén actuaciones de mayor porte. 	No se financia dentro del Programa BID

ÁMBITO TERRITORIAL: CLUSTER SALTO-PAYSANDU

PROYECTOS DE INVERSIÓN CLUSTER SALTO-PAYSANDU

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
<p>PS-23</p> <p>Nueva pileta cubierta termolúdica del Parque Municipal de Arapey</p>	<p>Construcción de una nueva pileta cubierta y su entorno creando un complejo termo- lúdico de alta calidad y atracción para operar con éxito todo el año.</p> <p>Esta oferta termo - lúdica será la operación estrella para concretar una urgente mejora competitiva de todo el parque termal.</p> <p>Se ubicará dentro del actual parque termal de Arapey, en su borde este, en el sitio del actual conjunto cerrado, actualmente subutilizado por su baja prestación y obsolescencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arapey, a pesar de ser el centro termal más calificado y con más potencial para los objetivos del programa, no tiene una piscina techada ni cerrada de calidad, como sí la tienen los complejos de Daymán en el Dpto. de Salto y de Guaviyú en el Dpto. de Paysandú. ▪ De no realizarse ésta y otras obras de calificación podría caer todo el producto base, con afectaciones adversas en el tipo y cantidad de turistas a recibir, lo cual podría minimizar la cantidad y gasto de los turistas regionales a captar. ▪ Se persigue el fortalecimiento en la captación de segmentos calificados del turismo en este recurso de baja estacionalidad. ▪ Atenuar o revertir el proceso de envejecimiento de la oferta termal en Uruguay, con incierto posicionamiento competitivo en relación al Litoral Argentino. Ambas ofertas compiten por los mismos segmentos turísticos regionales. ▪ Contar con un adecuado equipamiento acorde con la potencialidad turística del área, que permita inducir la mejora y captación de otras of. complementarias (como spa, nuevas residencias, etc.), hoy inexistentes o deficitarias. 	<p>715.822 US\$</p>

CÓD/ NOM PROY.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
PS-24 Reingeniería de los servicios y empresas municipales de turismo de Salto y Paysandú	<p>Se trata de una Asistencia Técnica para proceder a una profunda reorganización de los servicios municipales de turismo de estos dos Departamentos, que se encargan directamente de la explotación de los complejos termales que son la razón de ser de estos destinos turístico.</p> <p>Esta reingeniería ha de implicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La segregación y deslinde de lo que son las actividades turísticas de carácter administrativo ▪ Definición de la formula jurídica más adecuada de las actividades empresariales o mercantiles que presta el Dpto (unid. de negocio) ▪ Organización interna y de gestión de estas unidades de negocio, con el objeto de mejorar su eficiencia, rentabilidad y calidad de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las Secretarías de Turismo de los Departamentos de Salto y Paysandú, además de las funciones habituales y típicas de este tipo de instituciones, tienen a su cargo la gestión de los complejos termales de sus respectivas municipalidades ▪ La explotación de estos complejos turísticos municipales generan un déficit de explotación considerable, déficit de carácter estructural ya que no se aplican criterios de gestión empresariales, sino que se aplican criterios de carácter administrativo ▪ El proceso de inversión y renovación de las termas será estéril, sino se actúa sobre la propia organización y gestión de los complejos termales, tanto para mejorar su gestión económica y financiera que reduzca y/ o elimine el déficit, como para que tengan una visión más empresarial y un enfoque más orientado al mercado para hacer frente a la creciente competencia de los destinos competidores de la Región especialmente los argentinos de la región del Litoral / Entre Ríos y los brasileros de los estados vecinos. 	64.963 US\$

RECOMENDACIONES CLUSTER SALTO-PAYSANDÚ			
CÓD/ NOM PROY.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
RS-25 Recomendaciones sobre accesibilidad al Cluster de Salto-Paysandú	Se trata de formular una serie de recomendaciones para garantizar la accesibilidad turística al Cluster de Salto.		No se financia dentro del Programa BID

ÁMBITO TERRITORIAL: CLUSTER COLONIA

PROYECTOS DE INVERSIÓN CLUSTER COLONIA

CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
<p>PC-26</p> <p>Gran Centro Interpretación “Uruguay Experience”</p>	<p>Se trata de crear un Gran Centro de Interpretación en Colonia denominado “Uruguay Experience”. Será un emprendimiento de alto poder de atracción, en el que se expondrá el potencial turístico de Colonia y del país en su conjunto a través de un circuito expositivo muy atrayente basado en el uso de diversas técnicas expositivas, complementado con servicios varios (tienda, cafetería, etc.), y centro de emprendedores.</p> <p>Su ubicación será estratégica, localizada en la cabecera de salida de la Nueva Terminal Fluvial de Colonia del Sacramento, actualmente en proceso de adjudicación, y muy próxima al Barrio Histórico Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Se tratará de un edificio de alta calidad arquitectónica a partir del aprovechamiento del edificio de los antiguos talleres del ferrocarril.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colonia del Sacramento es el recurso turístico más categórico del Uruguay, escaparate del turismo cultural de este país, y principal puerta de entrada y recurrente paso obligado al Uruguay de los visitantes internacionales. ▪ El emprendimiento se ubica en un punto relevante de la ciudad de Colonia, de fácil accesibilidad peatonal y vehicular en inmediata relación con los nodos turísticos fundamentales. ▪ Su excelente ubicación y la generación de ingresos propios aseguran la sostenibilidad económica del proyecto. ▪ Este proyecto persigue los siguientes objetivos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Dar a conocer Colonia y mostrar y “vender” el resto de los destinos de Uruguay. ○ Operar como un portal de atracción, como un referente simbólico de imagen y arquitectónico por su calidad emblemática y por sus contenidos, con la idea de presentar al país en un calificado nivel internacional. ○ Diversificar y dar complejidad a la oferta turística al contar con un equipamiento y con servicios de alta calificación acordes con la condición de Colonia del Sacramento como Patrimonio Cultural de la Humanidad y su rol de vidriera turística. ○ Fortalecer turística y urbanísticamente el potencial corredor costanero que enlaza a la futura nueva Terminal Fluvial con el Centro Histórico de Colonia de Sacramento, actualmente subutilizado. 	<p>1.204.056 US\$</p>

RECOMENDACIONES CLUSTER COLONIA

CÓD/NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
RC-27 Recomendaciones para la articulación de la Nueva Terminal Fluvial con el Centro Histórico y el Centro de Interpretación	Recomendaciones sobre la aplicación de unos criterios urbanísticos más amigables que permitan una correcta articulación entre el proyecto de Nueva Terminal y el Centro Histórico. Dado que licitación para la construcción de la Nueva Terminal está en proceso, se estima fundamental incorporar estos criterios de integración.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es imprescindible formular estas recomendaciones para que haya una correcta integración y articulación entre el proyecto de Nueva Terminal y Área Portuaria con el Centro de Interpretación propuesto. ▪ Ahora todavía se está a tiempo de incorporar estos criterios. Más adelante la situación sería irreversible. 	No se financia dentro del Programa BID
RC-28 Recomendaciones sobre el Real de San Carlos	Se trata de evaluar la realización de una intervención patrimonial acotada, que permita activar su integración a la oferta turística de dicho conjunto monumental (ejemplo único en la región), simbólico y de alta valoración en la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dado el alto contenido simbólico y cultural de este monumento (antigua plaza de toros), se formularán algunas recomendaciones o alternativas cara a su conservación y mantenimiento. 	No se financia dentro del Programa BID
RC-29 Recomendaciones sobre posibles usos para la Capilla Narbona	Sugerencias y posibles alternativas para valorizar y rentabilizar turísticamente el edificio y el predio de Capilla Narbona, propiedad del Ministerio de Turismo.		No se financia dentro del Programa BID

ÁMBITO TERRITORIAL: RESTO DE CLUSTERS “NO PILOTOS”

RECOMENDACIONES CLUSTER MONTEVIDEO			
CÓD/ NOM PROJ.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
RM-30 Definición de nodos, highlights y ejes turísticos	Recomendaciones sobre jerarquización de los recursos y circuitos más relevantes de Montevideo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar de no ser “destino piloto”, el equipo técnico de ROS D&P cree que debe formular algunas recomendaciones dado que son elementos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad. 	No se financia dentro del Programa BID
RM-31 Potenciación del Museo Torres Garcia	Recomendaciones sobre un mayor aprovechamiento turístico de este recurso artístico singular	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar de no ser “destino piloto”, el equipo técnico de ROS D&P cree que debe formular algunas recomendaciones dado que son elementos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad. 	No se financia dentro del Programa BID
RM-32 Centro de Congresos y Convenciones Montevideo	Recomendaciones para el desarrollo de un Centro de Convenciones y Congresos en la ciudad de Montevideo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar de no ser “destino piloto”, el equipo técnico de ROS D&P cree que debe formular algunas recomendaciones dado que son elementos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad. 	No se financia dentro del Programa BID
RM-33 Revitalización del Montevideo Convention Bureau	Recomendaciones para la revitalización del Montevideo Convention Bureau para el desarrollo del turismo de congresos en Montevideo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A pesar de no ser “destino piloto”, el equipo técnico de ROS D&P cree que debe formular algunas recomendaciones dado que son elementos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad. 	No se financia dentro del Programa BID

RECOMENDACIONES CLUSTER PUNTA DEL ESTE

CÓD/ NOM PROY.	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN /OBJETIVOS	IMPORTE
RE-34 Definición del modelo de desarrollo de la oferta turística de Punta del Este	Se trata de formular una serie de recomendaciones y advertencias acerca del modelo de desarrollo turístico y el crecimiento de la oferta de este destino no piloto.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La importancia de Punta del Este como destino emblemático y de calidad debe ser preservado. ▪ Las últimas tendencias urbanísticas y el acelerado ritmo de crecimiento de la oferta, especialmente de "turismo residencial", aconsejan realizar algunas recomendaciones en este ámbito. 	No se financia dentro del Programa BID
RE-35 Planes reguladores de la Barra y San Ignacio	Se trata de formular una serie de recomendaciones cara a la elaboración de los planes reguladores de estos destinos vinculados a Punta del Este.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las últimas tendencias urbanísticas y el acelerado ritmo de crecimiento de la oferta, especialmente de "turismo residencial", aconsejan realizar algunas recomendaciones en este ámbito. 	No se financia dentro del Programa BID