



Montevideo, 2 de junio de 2021

Análisis de la oferta turística de Montevideo en un año de pandemia

En el Observatorio Turístico de Montevideo, la División realiza un relevamiento de la oferta turística de forma mensual de acuerdo con categorías definidas y en base a un protocolo metodológico. Esto permite que a un año de la pandemia se pueda realizar una evaluación sobre el impacto en las distintas categorías. La comparación se realiza desde enero de 2020, considerando un mes normal en el turismo montevideano, y marzo de 2021, cuando se cumplió un año de pandemia en Uruguay.

Es importante aclarar que la caída de la oferta que se indica en esta nota no implica necesariamente cierres definitivos. La unidad de análisis son las empresas abiertas al público de las categorías relevadas.

En cuanto al alojamiento, la categoría más golpeada es *Bed and Breakfast y Hostels*, la cual en el período mencionado tuvo una caída del -62% en su oferta, seguida por los hoteles 3 estrellas con una caída del -53%. El resto se mantuvo en niveles cercanos a -8%. Es de destacar un impacto mayor en diciembre de 2020 para los 4 y 5 estrellas donde se perdieron importantes ofertas a nivel de destino, específicamente algunos que impactan directamente en el segmento MICE (siempre en el rango del -8% para todo el período analizado).

En lo que se refiere a restaurantes y bares, la caída ha sido del -15%, siendo una categoría que ha tenido cierres y aperturas de distintos emprendimientos, es decir, ha habido cierto recambio aún en contextos de caída. La mayor se dio entre los meses de febrero y marzo de 2020, para luego estabilizarse y comenzar a caer de forma menos abrupta entre agosto de 2020 y marzo de 2021.

Las rentadoras de vehículos tuvieron una caída del -17%, lo cual en términos absolutos significa una baja de 3 empresas.

Las bodegas no han tenido impactos significativos más allá de los cierres puntuales de actividades en picos de contagios. Los establecimientos rurales se mantuvieron estables e incluso hubo una apertura en dicho período.

Las agencias de viajes han sido muy golpeadas, cayendo en un -43% en todo el período. En este caso, no se distinguen entre agencias receptoras y emisoras, aunque vale destacar que mayormente han cancelado oferta agencias que proveían paseos temáticos receptivos.

En cuanto a las actividades, las vinculadas al tango han sufrido una caída del -40% y la oferta de cicloturismo cayó un -60%.

Existen otras categorías que no han sufrido cambios sustanciales que valga la pena destacar.

Este relevamiento incorporará cambios en el futuro que permitirán seguir conociendo el sector turístico de Montevideo. La transparencia, el compartir conocimiento e información son pilares básicos en la construcción conjunta del sector turístico del departamento.