

Municipio A:

Plan Municipal de Turismo

Primera versión

Mayo, 2025.

Equipo técnico:

Yanet Benoit (Gestora cultural)

Julieta Molina (Pasante de turismo, convenio FHCE - Licenciatura en Turismo/División de Turismo - IM)

Elvira Demasi (Docente Lic. en Turismo, FHCE UdelaR)

Martín Fabreau (Docente Lic. en Turismo, FHCE UdelaR)

Mariciana Zorzi (Docente Lic. en Turismo, FHCE UdelaR)

Concejales Municipales:

Adriana Deambrosi (Alcaldesa)

Gladys Lago (Concejal municipal)

Índice

Introducción	3
Fundamentación	4
Antecedentes	5
1.1 Nivel Nacional	5
1.2 Nivel Departamental	8
1.3 Nivel Local	11
Caracterización	12
Objetivos	15
En el Plan Departamental de Montevideo se proponen los siguientes objetivos específicos para el Municipio A:	15
Estrategias para alcanzarlo:	16
Metodología	16
Ejes de trabajo:	18
Eje 1- Gobernanza turística: articulación, participación genuina y coordinación efectiva	18
Eje 2 - Promoción, comunicación e identidad turística	20
Eje 3 - Mejora de la accesibilidad y conectividad territorial	22
Eje 4 - Seguridad para el desarrollo turístico	24
Eje 5 - Fomento de eventos y dinamización cultural del territorio	25
Eje 6 - Turismo sostenible y cuidado del entorno	27
Referencias bibliográficas	35
Anexos	37

Introducción

El Municipio A abarca una extensa y variada área, tanto en términos socioeconómicos como en el uso del suelo. Se organiza en cinco grandes sectores: la zona oeste del Cerro, que incluye el barrio Cerro hasta Santa Catalina; Nuevo París, La Teja y Pueblo Victoria; Prado (zona noroeste); y Santiago Vázquez.

Aunque las áreas urbanizadas predominan en el municipio, también cuenta con una considerable extensión rural, principalmente destinada a la producción hortifrutícola. Además, posee zonas costeras que, a diferencia de las ubicadas en el centro y este del departamento, mantienen paisajes naturales y poco alterados, como los de Punta Espinillo y Punta Yeguas, entre otros. Está delimitado por: el arroyo Miguelete, las calles Carlos María de Peña, Lecocq, Del Fortín, Tomkinson, De la Granja, Luis E. Pérez, Los Camalotes, Av. de los Deportes, los ríos Santa Lucía y de la Plata.

Este Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio A establecerá una hoja de ruta clara para las acciones a implementar en la gestión y consolidación de la actividad turística. Su elaboración se enmarca dentro del proceso de elaboración y puesta en marcha del Plan Departamental de Turismo, donde una de las acciones previstas es que cada municipio de Montevideo desarrolle su propio plan y defina la dirección, las prioridades y las estrategias que se desea seguir en cuanto a su desarrollo turístico.

Al observar el territorio y sus características se puede visualizar un municipio con un notorio potencial turístico, orientado a promover la zona oeste, atraer un mayor número de visitantes, mejorar la infraestructura y garantizar la conservación de sus atractivos. Además, se busca fomentar un modelo de turismo que, desde el ámbito municipal, sea económicamente sostenible, respetuoso con el medio ambiente y que valore y potencie la cultura local.

Este plan también tiene como objetivo destacar la relevancia de la participación activa de los habitantes en el proceso de desarrollo turístico, fomentando iniciativas relacionadas con el turismo social, la creación de productos turísticos locales y la gestión de recursos, tales como tienda de souvenirs, gastronomía autóctona y el apoyo a artistas locales, entre otras. Además, se busca promover una comunicación

fluida y el establecimiento de alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas, con miras a una planificación sostenible a largo plazo.

Fundamentación

El Plan Municipal de Desarrollo Turístico del Municipio A tiene como objetivo consolidar una estrategia integral que aproveche de manera responsable los recursos naturales del territorio, al mismo tiempo que reconozca y ponga en valor su patrimonio cultural e histórico, promoviendo la participación activa de la comunidad. Este enfoque busca garantizar un desarrollo turístico sostenible, equilibrando el crecimiento económico con la conservación de los recursos y la inclusión social.

La creación de un plan municipal turístico es fundamental para el municipio A por diversas razones. En primer lugar, permitirá aprovechar el potencial turístico de la región de manera organizada y con visión de futuro, evitando el uso desmedido de recursos naturales o el manejo inadecuado de áreas con valor cultural. Al integrar prácticas responsables, se asegurará la preservación del entorno natural y cultural, lo que a su vez garantizará la atracción de turistas interesados en la sostenibilidad y la autenticidad.

Por otro lado, el turismo sostenible promovido por este plan tiene la capacidad de diversificar la economía local, generando fuentes de empleo y oportunidades para pequeños emprendedores, como guías turísticos, artesanos y productores de gastronomía local, sin comprometer la calidad de vida de los habitantes. Al incorporar a la comunidad en el proceso de toma de decisiones, se fomenta el sentido de pertenencia y el compromiso con la actividad y el cuidado del patrimonio, lo que fortalece el tejido social y promueve un desarrollo equitativo.

Además, la implementación de un plan turístico municipal permite revitalizar el legado histórico del municipio, promoviendo su historia y tradiciones de manera que se conviertan en productos turísticos que no solo atraigan visitantes, sino que también eduquen y sensibilicen sobre la importancia de preservar ese patrimonio para las futuras generaciones. Esto también contribuye a posicionar al municipio A como un destino que ofrece una experiencia enriquecedora, auténtica y diferenciada.

Por último, el desarrollo de un plan municipal turístico busca incentivar la colaboración entre los sectores públicos y privados. Establecer alianzas estratégicas favorece la creación de infraestructura adecuada, la mejora de los servicios turísticos y la promoción efectiva del destino. En este sentido, cabe mencionar que por medio de un plan municipal se facilita la obtención y utilización racional de los recursos económicos y permite el desarrollo de un turismo responsable y de calidad.



Figura 1: Fortaleza del Cerro. Fuente: Municipio A.

Antecedentes

1.1 Nivel Nacional

En el marco del desarrollo turístico de Uruguay, el Plan Nacional de Turismo Sostenible 2030, coordinado por el Ministerio de Turismo (MINTUR), se llevó a cabo con la colaboración de una gran cantidad de actores del sector turístico, tanto del ámbito público como privado. Para su elaboración, se tomó como referencia el Plan de Turismo Sostenible 2009-2020 y, a partir de su revisión, se estableció una visión para el futuro, la cual es:

Uruguay, alineado con los valores de desarrollo sostenible, ofrece a sus ciudadanos y visitantes: naturaleza, patrimonio, cultura, calidad de vida, democracia, seguridad, respeto por la diversidad, inclusión social y accesibilidad turística, en el marco de una sociedad con calidez humana. Es un país con un sector turístico dinámico, calificado, creativo y consolidado por su gobernanza, que utiliza las tecnologías más avanzadas. (MINTUR, 2019, p. 35)

El plan se estructura en tres ejes estratégicos, cada uno con objetivos y líneas de acción específicas. Además, se definieron metas concretas para evaluar, en 2030, el grado de avance en el alcance de estos objetivos.

Eje 1: Planificación, gestión del territorio y diversificación de la oferta turística

Ordenamiento territorial: Promueve una planificación integral de los destinos turísticos para garantizar un desarrollo equilibrado y sostenible, respetando las características de cada territorio.

Gestión del territorio: Se enfoca en un uso eficiente del espacio, priorizando la sostenibilidad ambiental y el respeto a las comunidades locales.

Diversificación de la oferta: Busca ampliar y enriquecer las opciones turísticas del país, sumando alternativas como ecoturismo, turismo rural y turismo cultural, más allá del tradicional turismo de sol y playa.

Eje 2: Empleo, emprendimiento, formación e inclusión social

Empleo: Fomenta la generación de puestos de trabajo de calidad dentro del sector turístico, garantizando condiciones laborales justas y el respeto por los derechos de los trabajadores.

Emprendimiento: Apoya a nuevos emprendimientos turísticos, impulsando la creatividad y el desarrollo de propuestas innovadoras que contribuyan a la diversificación de la economía local.

Formación: Prioriza la capacitación constante de los trabajadores del sector, asegurando que cuenten con las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos del futuro.

Inclusión social: Busca que los beneficios del turismo lleguen a toda la

sociedad, promoviendo la integración de sectores vulnerables y la reducción de desigualdades.

Eje 3: Marketing, promoción y comunicación

Marketing: Desarrolla estrategias para posicionar a Uruguay como un destino atractivo y sostenible en mercados internacionales clave.

Promoción: Impulsa la difusión de los destinos uruguayos a nivel nacional e internacional, resaltando su identidad y compromiso con la sostenibilidad.

Comunicación: Mejora la interacción con los turistas a través de medios tradicionales y digitales, brindando información clara sobre la oferta turística y las mejores prácticas en sostenibilidad.

Este plan sirve como un marco de referencia para los planes y políticas turísticas a nivel local. En el caso del Municipio A, se busca adaptar los principios y estrategias que propone el plan nacional a las necesidades y características particulares de nuestro territorio, promoviendo un desarrollo turístico sostenible, inclusivo y capaz de generar beneficios tanto para los residentes como para los visitantes.

Otro antecedente de índole nacional es el documento titulado “Hacia una estrategia nacional de desarrollo, Uruguay 2050”, publicado en el año 2019 por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP). En este estudio se presentan distintos escenarios futuros para el país y se establece cómo el turismo puede contribuir a la construcción de un mejor futuro alineado con estos escenarios.

A partir de este estudio, se identificaron siete factores en base a tres categorías de análisis que determinan el tipo de desarrollo turístico posible en nuestro país. Todos los elementos aquí mencionados tienen relación directa con el modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI).

Valor local: Incorporar el turismo en la educación desde edades tempranas, promover el reconocimiento de íconos culturales y fomentar el desarrollo de programas que potencien el patrimonio y la identidad local dentro de la oferta turística.

Generación de capacidades: Mejorar la formación en turismo mediante la integración de nuevas competencias, la creación de plataformas de aprendizaje en línea y la consolidación de un espacio de trabajo conjunto entre el sector público,

privado y académico.

Infraestructura: Desarrollar infraestructura específica para el turismo, fomentar inversiones en proyectos clave y mejorar la accesibilidad en los destinos prioritarios.

Gobernanza: Crear mecanismos de planificación y gestión turística en colaboración con el sector público y privado, asegurando una administración eficiente y el financiamiento adecuado para la gestión de los destinos.

Ambiente y cambio climático: Incorporar la sostenibilidad en las políticas públicas, desarrollar programas de educación ambiental y aplicar medidas efectivas de mitigación y adaptación ante el cambio climático, especialmente en la franja costera.

Promoción de destinos: Potenciar la investigación sobre los perfiles de los visitantes y consolidar estrategias de promoción turística que refuercen el posicionamiento de Uruguay como un destino sostenible.

El estudio concluye con cinco posibles escenarios de desarrollo turístico, destacando uno basado en un modelo de turismo verde, alineado con la visión del municipio. En este escenario, la gobernanza y la promoción de destinos se integran para impulsar proyectos de desarrollo local y fomentar un turismo responsable, con plataformas digitales que pongan en valor áreas protegidas y especies prioritarias.

En definitiva, este plan busca que Uruguay siga creciendo como destino turístico de manera equilibrada, sostenible y con oportunidades para todos.

1.2 Nivel Departamental

En el departamento de Montevideo, durante la década de 1920, se estableció un pequeño puerto en el oeste, que ofreció amarras para tres “vaporcitos” que realizaban el transporte turístico entre Ciudad Vieja y la Villa del Cerro, un servicio que facilitaba la conexión con los atractivos del oeste de la ciudad.

Uno de los hitos más significativos de esta época fue la creación del Balneario Municipal en 1924, ubicado en las costas del oeste de Montevideo. Junto con el balneario, se construyó el emblemático Dunas Hotel, lo que marcó el auge de la zona como destino turístico. En 1923 también se inauguró el Balneario Pajas Blancas, que contaba con el Hotel Viejo, el cual hoy se encuentra en estado de abandono pero sigue siendo un símbolo del desarrollo turístico de la época.

Durante este período, la Intendencia de Montevideo también apostó al turismo con la construcción del Parador del Cerro, que llegó a recibir visitantes y artistas internacionales. Este esfuerzo se complementa con mejoras en la caminería, especialmente en el acceso al Museo Militar de la Fortaleza del Cerro “J.G. Artigas”, un importante atractivo turístico y cultural de la zona.

En 1942, se fundó el Museo FOICA como homenaje a los trabajadores de la industria frigorífica, consolidándose como un espacio de memoria histórica. Este museo ha sido un punto de interés tanto para los vecinos como para turistas locales e internacionales.

Esta reseña histórica es parte de la identidad cultural de este municipio. En el año 2023, se presentó el Plan de cultura del Municipio A 2023 - 2030. En este Plan, que se construyó de forma participativa, se pone en valor el patrimonio cultural y natural del oeste. A decir:

“Incentivar al empoderamiento del espacio público y nuevos espacios físicos a fin de generar nuevas “centralidades”. Este punto establece la creación de una ruta turística con “mojones culturales” como también la producción de espectáculos y eventos.

“Visibilizar, fomentar y apoyar el circuito cultural de la zona de Montevideo Rural”. El diseño y la implementación de estrategias co-diseñadas con la comunidad rural para promover el desarrollo del sector, es parte del nuevo plan de cultura.

“Promover la participación de la ciudadanía en la identificación y valoración de bienes y manifestaciones patrimoniales en el Municipio e incentivar la generación de propuestas para su difusión”.

“Reconstruir” la historia de los barrios en conjunto con las comunidades para re-conocer y re-valorar los bienes, manifestaciones y espacios hacen a la valoración del patrimonio transformables en atractivos turísticos.

Por otro lado, un antecedente clave que justifica la realización de este plan municipal, es el Plan Departamental de Turismo de Montevideo (PDT). La División Turismo de la Intendencia de Montevideo (IM), en el marco de sus responsabilidades, desarrolló este Plan Departamental con una visión hacia 2035,

estableciendo estrategias orientadas a un desarrollo turístico ordenado y sostenible para la ciudad. El objetivo principal de este plan es prevenir y mitigar los efectos de la turistificación, asegurando al mismo tiempo los derechos de la ciudadanía, que son el centro de este proceso.

La creación del plan implicó un proceso participativo, donde se llevaron a cabo diversas instancias de diálogo con los municipios y otros actores clave del sistema turístico. En línea con la implementación del modelo de gestión de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), el plan se organiza en torno a seis ejes estratégicos: Gobernanza, Tecnología, Accesibilidad, Democratización del acceso al ocio y al turismo, Innovación y Sostenibilidad.

El aspecto operativo del plan está reflejado en un plan de acción trianual, que detalla las actividades, los responsables de cada tarea y los indicadores necesarios para un seguimiento adecuado y la correcta implementación de los objetivos propuestos.

Finalmente, este plan deja en claro que sólo será efectivo si se logra una adecuada articulación entre los tres niveles de gobierno y las diversas áreas de trabajo implicadas, como movilidad, accesibilidad, desarrollo sostenible, comunicación, planificación, cultura, urbanismo, entre otras, a nivel municipal, departamental y nacional.

El alcance de este PDT es departamental, es decir, se implementa en el segundo nivel de gobierno, pero su elaboración se desarrolló directamente en el territorio, con la participación de los pasantes de la Licenciatura en Turismo, y tomando en cuenta las realidades específicas de cada uno de los ocho municipios, incluidos los Centro Comunales Zonales y sus respectivas comisiones. Y plantea que se espera que cada municipio, dentro de su autonomía, sea capaz de planificar y gestionar la actividad turística en su territorio, fomentando la generación de sinergias entre el segundo y tercer nivel de gobierno. Además, se plantea que las políticas locales definidas por el Gobierno Municipal incluyan este PDT, teniendo en cuenta el proceso participativo realizado durante las fases de relevamiento, elaboración y discusión del plan.

1.3 Nivel Local

En el ámbito local, a lo largo del tiempo se han llevado a cabo diversas iniciativas turísticas. A mediados del siglo XX, la Comisión de Fomento del Cerro desarrolló proyectos turísticos que incluyeron la organización de tours guiados a cargo de Ma. Emilia Pérez Santarcieri, con el objetivo de promover la zona y sus atractivos.

Durante la primera década del siglo XXI, varias organizaciones sociales y centros culturales como el Teatro Florencio Sánchez y el Liceo N° 11 - B.M. de Zabala impulsaron proyectos que acercaron a la comunidad local a los atractivos turísticos del municipio. Estos proyectos no solo incentivaron el emprendedurismo, sino que también promovieron la transmisión cultural entre los residentes y los visitantes.

En 2021, se llevó a cabo el proyecto “Cerro, patrimonio y su gente. ¡Vive lo que nos identifica!”, una iniciativa comunitaria que permitió recorrer el Cerro durante dos fines de semana. Más de 200 turistas, junto a una veintena de emprendedores, participaron activamente en el evento, que fue posible gracias a la colaboración de vecinos y estudiantes, quienes trabajaron voluntariamente en la organización. Este proyecto destacó la participación activa de la comunidad y promovió el turismo cultural local. Como parte de esta iniciativa, se ofrecieron cursos de anfitrionía turística dictados por la IMM, los cuales contribuyeron a fortalecer la capacidad de los residentes para recibir a los turistas.

En 2022, se continuó con la propuesta de turismo cultural pedagógico, dirigida a estudiantes del Liceo N° 11 - B.M. de Zabala. Este proyecto permitió involucrar a una nueva generación en el desarrollo del turismo cultural, reafirmando el compromiso con la formación y el acercamiento de los jóvenes a los valores patrimoniales y turísticos de la zona.

En los últimos años, el municipio ha impulsado diversas iniciativas que integran los atractivos naturales, culturales e históricos del área. A través de eventos culturales, recorridos guiados y actividades educativas, se ha promovido un turismo más inclusivo y sostenible, involucrando activamente a los residentes en la creación de propuestas turísticas que fortalecen la identidad local.

Estos antecedentes reflejan un proceso histórico de desarrollo turístico en el municipio, que ha tenido sus altos y bajos, pero que, en su conjunto, demuestra el

gran potencial turístico del oeste de Montevideo. Gracias a su ubicación estratégica, su patrimonio natural y cultural y su rica historia, la región cuenta con los recursos necesarios para revitalizar su oferta turística. Este legado, sumado a los recursos aún presentes, constituye una base sólida sobre la cual se puede construir el futuro del turismo en el municipio, con un enfoque sostenible y participativo.

Caracterización

Desde sus inicios, el municipio A ha sido un territorio rico en recursos naturales, lo que incentivó el poblamiento de su zona oeste y permitió el desarrollo de actividades económicas como la industria y la ruralidad. Este crecimiento estuvo estrechamente vinculado a la llegada de inmigrantes, quienes contribuyeron a conformar comunidades con una identidad cultural única y atractiva que caracteriza la región.

Un ejemplo de ello fue Samuel Lafone, un industrial inglés que llegó al Río de la Plata en 1825. Se destacó por sus inversiones en tierras y el desarrollo de la industria saladeril en Uruguay. En 1841, adquirió el Rincón de la Teja, donde estableció un saladero que se convirtió en uno de los más prestigiosos de la región. También fundó el Pueblo de la Victoria en 1842, impulsando su crecimiento con infraestructura y planificación urbana. Sus propiedades fueron vendidas al Banco Mauá en 1861, recompradas por su hijo Hope Lafone en 1866 y finalmente transferidas a la Sociedad La Teja en 1867 (Barrios, 1971). Por otra parte, más al oeste, la “Estancia del Rey”, fue cedida por la Corona de España al Brigadier. Xavier de Viana que, luego de sucesiones, el Sr. Damián Montero adquiere estas tierras hasta iniciar el proceso fundacional de la Villa Cosmópolis un 9 de septiembre de 1834, donde más adelante, F. Lecoq, A. Aguirre y Martínez, adquieren los terrenos.

El municipio es un territorio cargado de historia, cultura y belleza natural, con un gran potencial para el desarrollo de un turismo sostenible que pueda aprovechar su rica diversidad de recursos. Desde sus atractivos naturales hasta sus patrimonios históricos y culturales, el municipio ofrece una amplia gama de posibilidades turísticas, adecuadas para diversos intereses, desde los amantes de la naturaleza y la historia hasta los interesados en las tradiciones y festividades locales.

Según Barrios, en la publicación Montevideo, Los Barrios II (1971), la Villa del Cerro fue un pilar del desarrollo económico de Uruguay, albergando la industria saladeril y

frigorífica. Su identidad estuvo marcada por el intenso trabajo en estas fábricas, el comercio de carnes y una fuerte conciencia obrera. Sus habitantes, humildes y trabajadores, conservaron tradiciones arraigadas, enfrentaron duras condiciones laborales y protagonizaron huelgas que impactaron al país. Además, Barrios describe al Cerro como una combinación única de lo cosmopolita y lo tradicional, fusionando el Uruguay rural con el urbano. Citando textualmente al autor: “es una síntesis del Uruguay rural y del Uruguay urbano, una imagen simbólica del país, en el ruedo de una bahía universal”.

Uno de los principales atractivos del municipio es la del Humedal de Santa Lucía, un ecosistema natural protegido de gran valor ecológico, conocido por su biodiversidad y su relevancia para el avistamiento de aves. Esta zona, que también ofrece espacios ideales para el senderismo y la educación ambiental, constituye un atractivo para los turistas interesados en el ecoturismo y la conservación de la naturaleza.

Las playas del oeste y el Parque Lecocq son otros lugares destacados del municipio que permiten a los visitantes disfrutar de paisajes naturales únicos, actividades recreativas y educativas, y momentos de relax en un entorno lleno de belleza y tranquilidad.

Dentro del municipio, la Fortaleza del Cerro se erige como uno de los patrimonios más importantes de Montevideo. Construida en el siglo XIX, esta fortaleza jugó un papel crucial en la defensa de la ciudad durante diversos conflictos históricos. Hoy, la fortaleza alberga el Museo Militar de la Fortaleza del Cerro, que ofrece a los visitantes una muestra completa sobre la historia militar del país, incluyendo armamento, uniformes y documentos históricos que permiten entender mejor las diversas etapas bélicas de Uruguay.

Además de su valor como sitio histórico y cultural, la Fortaleza del Cerro ofrece vistas panorámicas espectaculares de Montevideo y el Río de la Plata, lo que la convierte en un destino popular tanto para los turistas locales como internacionales.

Asimismo, el municipio cuenta con sitios de gran significado como el Memorial de los Desaparecidos, lugar destacado sobre la memoria histórica de Uruguay. Este sitio rinde homenaje a las víctimas de la dictadura cívico-militar (1973-1985), un

período oscuro de la historia del país, marcado por la represión y la violación de los derechos humanos. El memorial es un espacio de reflexión y sensibilización, que atrae a visitantes interesados en el turismo de memoria y la educación sobre derechos humanos. Este monumento no solo permite recordar el sufrimiento de muchos uruguayos, sino que también se presenta como un símbolo de la lucha por la justicia y la memoria colectiva.

Por otro lado, es relevante mencionar que el municipio cuenta con el único pueblo que permanece en el territorio de Montevideo, Santiago Vázquez, el cual es otro de los principales focos turísticos del municipio. Este pueblo tiene una rica historia que lo vincula con los primeros asentamientos en la región, y su patrimonio está marcado por espacios emblemáticos e históricos como el Parque Segunda República Española y la casa de Alfredo Zitarrosa, donde vivió uno de los artistas más queridos del país. Vale agregar, que Santiago Vázquez es un punto de partida ideal para explorar la riqueza natural de la zona, como el Humedal de Santa Lucía y las áreas cercanas, que permiten a los visitantes combinar el turismo cultural con el ecoturismo. En este sentido, el pueblo no solo se destaca por su belleza natural, sino también por su capacidad para mantener y promover sus raíces culturales.

Una de las principales festividades que se celebran en Santiago Vázquez es la Fiesta del Río, un evento anual que se ha consolidado como uno de los grandes atractivos culturales y turísticos de la zona. Esta fiesta, es una celebración de la identidad local, la cultura popular y las tradiciones de la región. Durante esta festividad, los residentes y turistas se reúnen para disfrutar de música, danzas, gastronomía típica y actividades recreativas en un ambiente festivo y comunitario.

El Municipio A tiene una historia rica en inmigración, que ha sido un factor fundamental en la configuración social, cultural y económica del territorio. Esta herencia inmigrante ha dejado una profunda huella en la cultura local, reflejada en la gastronomía, las festividades, la arquitectura y las costumbres. A través de la preservación de estas tradiciones, el municipio ha logrado crear una identidad que sigue viva en la actualidad. Las fiestas tradicionales, como la Fiesta del Río, son ejemplos claros de cómo la diversidad cultural sigue influyendo en la vida cotidiana de los habitantes.

Por último, el territorio del municipio ha experimentado una mejora en la infraestructura en los últimos años, aunque aún enfrenta algunos desafíos relacionados con la accesibilidad. Las chacras turísticas, salones de fiestas y centros recreativos en áreas rurales se han consolidado como importantes atractivos para el turismo local y regional, especialmente para aquellos residentes de Montevideo que buscan un escape a la naturaleza. Sin embargo, la conectividad vial y la calidad de los servicios turísticos en algunas zonas, como en el acceso a las playas, necesitan ser mejoradas para facilitar una mayor afluencia de turistas. Además, las infraestructuras de servicios turísticos, como alojamiento, restaurantes y actividades complementarias, están en crecimiento, pero requieren de una planificación adecuada para garantizar un desarrollo sostenible.

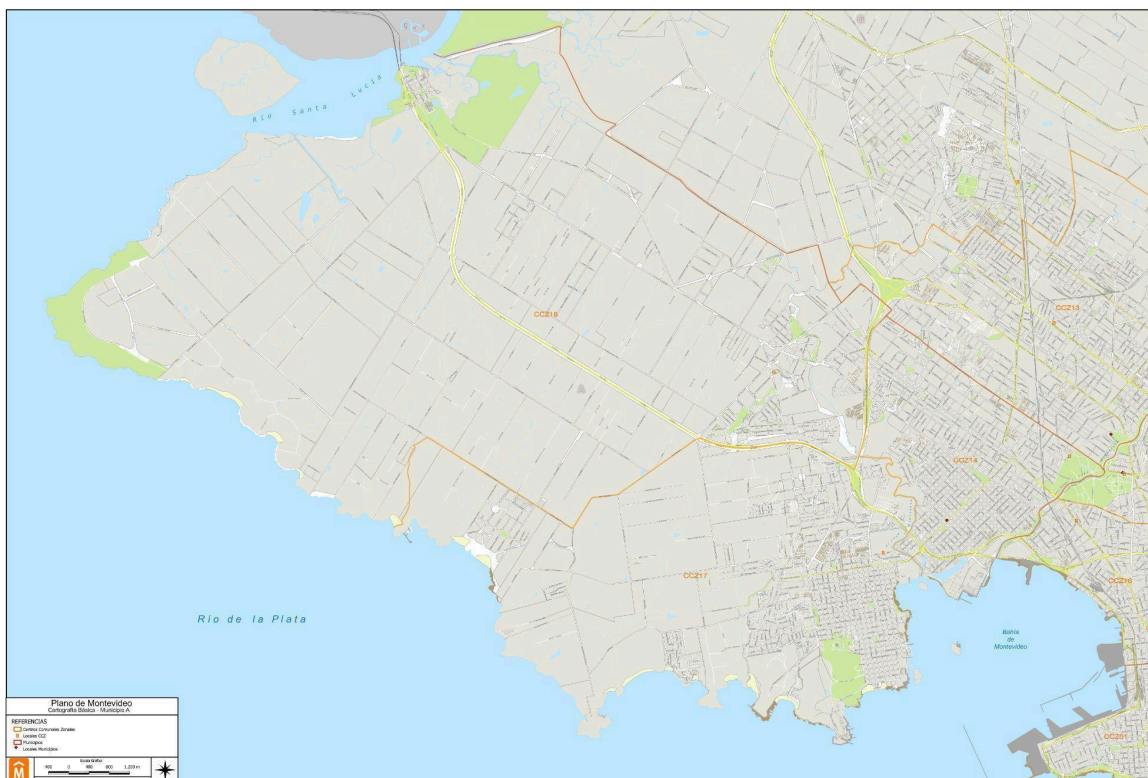


Figura 2: Plano Municipio A. Fuente: IMM

Objetivos

En el Plan Departamental de Montevideo se proponen los siguientes objetivos específicos para el Municipio A:

- Promoción turística de la zona oeste.

- Fomentar alianzas público-privadas para el desarrollo turístico.
- Impulsar el turismo social.

Objetivo del Plan Municipal de Turismo:

Fomentar el desarrollo turístico sostenible en la región oeste de Montevideo, Generar un impacto positivo en la economía local, la inclusión social y el bienestar comunitario.

Estrategias para alcanzarlo:

- Promover los atractivos turísticos de la zona oeste
- Fomentar alianzas público-privadas
- Impulsar el turismo social
- Impulsar el turismo rural y el ecoturismo
- Crear rutas turísticas accesibles (para personas con discapacidad, mejora de infraestructura, señalética)
- Incentivar a la generación de infraestructura acorde al desarrollo turístico
- Fomentar la participación de la comunidad local en actividades turísticas

Metodología

El Plan Municipal de Turismo adoptó una metodología combinada, incorporando tanto enfoques cualitativos como cuantitativos para lograr una comprensión integral de las necesidades y potencialidades del municipio. Esta metodología se centró en la recopilación de información precisa y actualizada, en un trabajo de campo en relación directa con los/las hacedores del turismo del oeste, entrevistas, encuestas, análisis de documentos que plasman la historia del turismo local, como antecedentes básicos de la actualidad que hoy tenemos.

En primer lugar, desde el enfoque cualitativo, se realizó una revisión exhaustiva de fuentes primarias y secundarias. Entre las principales fuentes se incluyen el Plan Departamental de Turismo de Montevideo y el Plan de Cultura del Oeste 2023 - 2030 como también diversos documentos del Municipio A de acciones aisladas que se realizaron en el área de turismo. Estos materiales proporcionaron el marco teórico necesario para la elaboración del plan y permitieron conocer antecedentes, estrategias previas y elementos relevantes para el diagnóstico de la situación actual del municipio en términos turísticos.

A continuación, se llevaron a cabo salidas de campo con el fin de obtener información de primera mano sobre la realidad del municipio. La primera salida se centró en visitar las chacras y establecimientos turísticos locales, donde se entrevistó a los propietarios o responsables de cada lugar, se realizó registro fotográfico, análisis y características de los diferentes establecimientos. Las entrevistas fueron importantes para conocer las características de la oferta turística existente, las expectativas de los empresarios y las demandas de los visitantes, Se valorizaron los encuentros como una instancia de presentación del equipo y de invitación a trabajar juntos/as en el 1er. Plan de turismo del oeste.

La segunda salida de campo se focalizó en recorrer los principales recursos naturales turísticos, como playas y parques con el objetivo de evaluar su estado actual y los servicios disponibles en la zona. Esta actividad permitió obtener una visión directa sobre las condiciones de infraestructura, la calidad de los servicios y las necesidades de mejora en estos puntos de interés turístico.

Por otro lado, desde el enfoque cuantitativo, se utilizó la encuesta como herramienta principal para la recopilación de datos. Se diseñaron dos tipos de encuestas: una dirigida a los atractivos turísticos del municipio y otra a los servicios turísticos. Las encuestas incluyen tanto preguntas cerradas como abiertas, lo que permitió obtener información tanto cuantificable como descriptiva sobre las percepciones, necesidades y expectativas de los involucrados en el sector turístico.

El objetivo de las encuestas fue capturar información precisa de los actores clave del sector turístico, incluidos los prestadores de servicios y los gestores de atractivos. Los resultados obtenidos de estas encuestas fueron esenciales para obtener una visión objetiva sobre la oferta y demanda turística, y para integrar estos datos en la construcción de las estrategias del plan.

Adicionalmente, se organizaron reuniones periódicas del equipo de trabajo, que permitieron estructurar las líneas de acción a seguir. En particular, se realizó un primer encuentro con los prestadores turísticos del área para construir de manera colaborativa las bases del plan y fomentar un enfoque participativo. Este encuentro fue crucial para alinear los intereses y necesidades de los diferentes actores del sector, y para asegurar que las propuestas de desarrollo fueran acordes a las realidades locales y a las expectativas de los habitantes y empresarios.

En resumen, la metodología adoptada para la elaboración de este documento integró una combinación de fuentes teóricas, trabajo de campo directo y recolección de datos cuantitativos, todo ello dentro de un marco participativo que involucró activamente a los prestadores turísticos y a la comunidad local en el proceso. Esta aproximación permite contar con un diagnóstico certero y una base sólida para la implementación de estrategias de desarrollo turístico sostenibles y de calidad.



Figura 3: Hotel del Prado. Fuente: Municipio A.

A continuación, se exponen los ejes estratégicos del presente plan, junto con las líneas de trabajo, objetivos, acciones e indicadores propuestos para su implementación.

Ejes de trabajo:

Eje 1- Gobernanza turística: articulación, participación genuina y coordinación efectiva

La gobernanza turística en el Municipio A requiere avanzar hacia una mayor articulación entre los actores públicos, privados, comunitarios y académicos que integran el territorio. Actualmente, se identifica una débil comunicación y escasa coordinación entre estos actores, lo que obstaculiza la generación de propuestas conjuntas y sostenibles en materia turística.

Fue posible percibir un gran interés de la comunidad por participar y contribuir al desarrollo del turismo local. Este potencial debe canalizarse a través de mecanismos que promuevan la participación genuina, la toma de decisiones compartidas y la implementación de acciones concretas. Para ello, es importante que el Municipio A asuma un rol activo como articulador y facilitador en el desarrollo de las propuestas turísticas, promoviendo instancias de encuentro, formación y apoyo.

Este eje propone el diseño de un modelo de gobernanza turística participativo, con herramientas claras de diálogo y planificación, que priorice la acción efectiva por sobre la reunión sin resultados y que reconozca los saberes, intereses y capacidades del territorio.

1.1 Línea: Fortalecimiento de la articulación y la participación turística local

Objetivo: Consolidar una estructura de gobernanza turística en el Municipio A que promueva la articulación entre actores, impulse la participación ciudadana y favorezca el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles en el territorio.

Acciones:

- 1.1.1 Conformar una mesa de turismo como espacio de articulación entre actores públicos, privados y sociales, con funcionamiento regular, agenda clara y capacidad de incidencia en las políticas turísticas del municipio.
- 1.1.2 Brindar acompañamiento y apoyo a proyectos y procesos de desarrollo turístico establecidos y emergentes.
- 1.1.3 Desarrollar un trabajo de mapeo abierto y permanente, con actores claves, identificación de recursos turísticos y relevamiento de iniciativas emergentes con potencial de desarrollo.
- 1.1.4 Promover instancias de capacitación dirigidas a actores locales, con foco en herramientas de gestión turística, diseño de experiencias y estrategias de formalización y sensibilización.
- 1.1.5 Fomentar alianzas estratégicas con instituciones educativas, organismos de cooperación y organizaciones sociales para fortalecer las capacidades del territorio.

Indicadores:

- 1.1.1.1 Crear un núcleo de trabajo de al menos 15 actores claves del rubro.
- 1.1.2.1 Relevar al menos 5 iniciativas emergentes con potencial turístico.
- 1.1.2.2 Elaborar un informe con estos datos.
- 1.1.3.1 Mapear al menos 20 proyectos turísticos.
- 1.1.4.1 Llevar a cabo al menos 3 capacitaciones anuales con distintas temáticas pertinentes al turismo para agentes y prestadores turísticos.
- 1.1.4.2 Realizar al menos 2 talleres de anfitrionía turística abiertos a vecinos/as como anfitrionía turística.
- 1.1.4.3 Alcanzar al menos 30 personas por evento.
- 1.1.5.1 Lograr al menos 3 propuestas turísticas colaborativas por año.

Eje 2 - Promoción, comunicación e identidad turística

El Municipio A cuenta con un valioso patrimonio natural, cultural e histórico que lo posiciona como un territorio con gran potencial turístico. Sin embargo, actualmente se enfrenta a una escasa visibilidad, una identidad turística poco definida y una débil estructura de comunicación, como lo demuestran los estudios, lo que ha contribuido a que muchas oportunidades queden desaprovechadas.

En los encuentros con los prestadores turísticos se identificó que, a pesar de que el municipio es percibido como “el secreto mejor guardado de Montevideo”, no existe una estrategia clara ni coordinada para promover sus atractivos. La falta de interconexión entre actores, la dispersión de la información y las dificultades para ejecutar propuestas debilitan el posicionamiento del destino y dificultan la planificación de la oferta turística. A esto se suma la estigmatización de algunos sectores del territorio, lo que afecta negativamente su imagen y su inserción en el ámbito del turismo.

Este eje propone construir una identidad turística propia para el Municipio A, con una narrativa positiva, coherente y representativa de su diversidad y riqueza. Asimismo, busca fortalecer los canales de comunicación existentes y desarrollar una estrategia integral de promoción que permita visibilizar la oferta del territorio, mejorar su imagen, atraer visitantes y consolidar su posicionamiento como destino turístico.

2.1 Línea: Posicionamiento e identidad turística del Municipio A

Objetivo:

Diseñar e implementar una estrategia de promoción y comunicación turística integral que visibilice la oferta del Municipio A, fortalezca su identidad territorial y favorezca su inserción en el sistema turístico de Montevideo.

Acciones:

- 2.1.1 Desarrollar una marca turística del Municipio A, con identidad visual, narrativa y valores representativos del territorio.
- 2.1.2 Diseñar e implementar una estrategia de comunicación digital en redes sociales y página web, con contenidos actualizados, accesibles y atractivos.
- 2.1.3 Crear una agenda turística unificada del municipio, que incluya eventos, actividades y servicios disponibles, promoviendo su difusión en las plataformas digitales del municipio.
- 2.1.4 Promover alianzas con medios de comunicación, colectivos culturales y referentes del territorio para potenciar la difusión de contenidos turísticos.
- 2.1.5 Capacitar a referentes locales en herramientas de comunicación y marketing turístico digital.
- 2.1.6 Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto de las acciones de promoción y ajustar las estrategias según los resultados.

Indicadores:

- 2.1.1.1 Generar al menos 5 publicaciones mensuales de contenido actualizado y atractivo en redes sociales y página web.
- 2.1.1.2 Lograr un incremento anual del 10% en la cantidad de seguidores en redes sociales.
- 2.1.1.3 Obtener un aumento del 20% de las interacciones (likes, comentarios, compartidos) con respecto al año anterior.
- 2.1.1.4 Al menos 12 eventos y actividades listadas anualmente.
- 2.1.1.5 Al menos 1 actualización mensual.
- 2.1.1.6 Llevar a cabo al menos 3 alianzas estratégicas anuales.
- 2.1.1.7 Realizar al menos 10 contenidos difundidos anualmente.
- 2.1.1.8 Capacitar al menos 30 referentes locales anualmente.
- 2.1.1.9 Generar al menos 2 informes evaluativos de forma anual.

Eje 3 - Mejora de la accesibilidad y conectividad territorial

El Municipio A enfrenta diversas dificultades relacionadas con la accesibilidad, especialmente en términos de transporte público y conectividad hacia los principales puntos de interés turístico. Las limitadas líneas de ómnibus, con baja frecuencia y falta de cobertura en algunas áreas clave como la Fortaleza del Cerro, dificultan el acceso a estos atractivos. A su vez, la infraestructura existente no siempre cumple con los estándares de accesibilidad para personas con movilidad reducida, lo que representa una barrera para la inclusión en las actividades turísticas.

En los encuentros con actores relacionados al turismo del municipio, se destacó la necesidad de mejorar la conectividad y la accesibilidad física en los puntos turísticos. Asimismo, la falta de servicios básicos en varias zonas con alto potencial turístico impide que estos lugares puedan ser aprovechados plenamente, tanto por los turistas como por los residentes.

Este eje tiene como objetivo mejorar la infraestructura de transporte y accesibilidad del Municipio A, promoviendo un acceso más inclusivo y eficiente a los atractivos turísticos, y fortaleciendo los servicios básicos en zonas relevantes del territorio.

3.1 Línea: Accesibilidad y conectividad en el territorio.

Objetivo: Mejorar la accesibilidad y la conectividad en el Municipio A, garantizando un acceso más eficiente a los puntos turísticos y con servicios básicos.

Acciones:

- 3.1.1 Promover la mejora de la frecuencia y conectividad del transporte público hacia los principales atractivos turísticos del municipio.
- 3.1.2 Gestionar intervenciones en infraestructura para garantizar accesibilidad física, como la instalación de rampas, senderos accesibles y señalización.
- 3.1.3 Impulsar la instalación de servicios básicos (sanitarios, iluminación, mobiliario urbano) en zonas con alto potencial turístico.
- 3.1.4 Coordinar con el área de movilidad para optimizar las rutas y circuitos turísticos, asegurando su cobertura e inclusión.

- 3.1.5 Mejorar la señalización en los puntos turísticos, asegurando que sea clara y accesible para personas con discapacidades visuales o auditivas.
- 3.1.6 Implementar auditorías de accesibilidad en los principales puntos turísticos, para identificar barreras físicas y de servicios para corregirlas.
- 3.1.7 Incorporar la accesibilidad en todos los nuevos desarrollos turísticos y proyectos de infraestructura del municipio.

Indicadores:

- 3.1.1.1 Aumentar la frecuencia de ómnibus en al menos 2 líneas que conecten con los principales atractivos turísticos.
- 3.1.1.2 Realizar al menos 5 intervenciones de accesibilidad en el territorio por año.
- 3.1.1.3 Aumentar en un 20% los atractivos turísticos con acceso físico adecuado.
- 3.1.1.4 Instalar al menos 3 servicios básicos en al menos 2 sitios con potencial turístico.
- 3.1.1.5 Realizar al menos 2 instancias de coordinación interinstitucional por año.
- 3.1.1.6 Diseñar o mejorar al menos 2 circuitos turísticos accesibles y conectados por transporte público.
- 3.1.1.7 Instalar señalética accesible en al menos 3 puntos turísticos del municipio.
- 3.1.1.8 Realizar al menos 1 auditoría de accesibilidad anual con los prestadores turísticos.
- 3.1.1.9 Elaborar un informe con recomendaciones de mejora en cada auditoría realizada.
- 3.1.1.9 Incluir criterios de accesibilidad en el 100% de los nuevos proyectos turísticos presentados.

Eje 4 - Seguridad para el desarrollo turístico

La seguridad es una condición fundamental para garantizar una experiencia turística satisfactoria y fomentar el uso y apropiación del espacio público por parte de la comunidad. En el Municipio A, la inseguridad fue uno de los problemas más señalados por los actores locales como una amenaza directa para el desarrollo del

turismo. Esta percepción afecta tanto a residentes como a visitantes y limita el potencial de lugares emblemáticos como la Fortaleza del Cerro, que carece de presencia policial específica o dispositivos de seguridad adaptados a su valor turístico.

En varios puntos del municipio, la falta de vigilancia, la ausencia de dispositivos preventivos y la percepción de riesgo desalientan la circulación en espacios con potencial turístico. Esta situación se ve agravada por la falta de una estrategia coordinada entre instituciones, operadores turísticos y la comunidad, dificultando la construcción de un territorio más seguro y acogedor.

Este eje busca promover una estrategia de seguridad turística integral, con un enfoque comunitario, preventivo y coordinado, que permita mejorar la percepción del territorio, proteger a quienes lo habitan y visitan, y generar entornos más seguros y hospitalarios.

4.1 Línea: Seguridad turística y recuperación de la confianza territorial

Objetivo: Mejorar la seguridad en los espacios turísticos del Municipio A mediante acciones integradas de prevención, coordinación institucional y participación comunitaria, que fortalezcan la confianza en el territorio y habiliten el desarrollo de propuestas turísticas sostenibles.

Acciones:

- 4.1.1 Instalar cámaras de videovigilancia en zonas estratégicas del circuito turístico, garantizando la protección del patrimonio y de las personas.
- 4.1.2 Fortalecer la presencia de equipos de vigilancia y patrullaje.
- Impulsar intervenciones urbanas que fomenten el uso del espacio público y la convivencia (juegos, arte urbano, ferias vecinales).
- 4.1.3 Generar campañas de comunicación que contribuyan a mejorar la percepción del territorio y reducir estigmas sobre determinadas zonas.
- 4.1.4 Capacitar a operadores turísticos, referentes barriales y vecinos en estrategias de prevención, resolución de conflictos y protocolos de actuación.
- 4.1.5 Establecer protocolos de emergencia y seguridad específicos para actividades turísticas y eventos masivos en el territorio.

- 4.1.6 Realizar diagnósticos periódicos sobre la percepción de seguridad, en diálogo con los prestadores turísticos, para ajustar las políticas y medidas implementadas.

Indicadores:

- 4.1.1.1 Instalar al menos 5 cámaras de videovigilancia en puntos turísticos definidos como prioritarios.
- 4.1.1.2 Incrementar en un 20% la frecuencia de patrullajes en zonas turísticas.
- 4.1.1.3 Realizar al menos 3 intervenciones urbanas participativas por año en espacios turísticos.
- 4.1.1.4 Lanzar al menos 2 campañas anuales que visibilicen aspectos positivos del territorio.
- 4.1.1.5 Capacitar al menos 30 personas por año en temas de seguridad turística y convivencia.
- 4.1.1.6 Elaborar y difundir al menos 2 protocolos específicos de actuación en eventos y circuitos turísticos.
- 4.1.1.7 Aplicar al menos 1 encuesta anual sobre percepción de seguridad.
- 4.1.1.8 Incorporar los resultados en los ajustes de las políticas y acciones implementadas.

Eje 5 - Fomento de eventos y dinamización cultural del territorio

El Municipio A cuenta con un valioso capital cultural, social y comunitario que, sin embargo, no siempre se traduce en una agenda de actividades visibles ni sostenidas en el tiempo. La escasa programación de eventos y propuestas culturales limita la apropiación del espacio público, reduce las oportunidades para el disfrute colectivo, y restringe la capacidad del territorio de posicionarse como un destino turístico activo.

Durante los encuentros con actores del sector, se destacó la falta de actividades que promuevan la circulación, generen sentido de pertenencia y atraigan visitantes. También se evidenció la necesidad de fomentar instancias que integren a diferentes barrios y colectivos del municipio, fortaleciendo la identidad local y diversificando la oferta turística.

Este eje propone fomentar la realización de eventos culturales, recreativos, deportivos y turísticos como herramienta para dinamizar el territorio, promover el encuentro comunitario y visibilizar los atractivos con los que cuenta el municipio.

5.1 Línea: Dinamización del territorio a través de eventos y actividades culturales

Objetivo: Promover la realización de eventos culturales, recreativos y turísticos que fortalezcan el posicionamiento del Municipio A, generen oportunidades para el desarrollo local y favorezcan la apropiación del espacio público por parte de la comunidad.

Acciones:

- 5.1.1 Diseñar una agenda anual de eventos culturales, deportivos y turísticos, en articulación con colectivos locales, instituciones y prestadores.
- 5.1.2 Impulsar festivales temáticos que visibilicen los patrimonios del territorio (naturales, históricos, culturales).
- 5.1.3 Apoyar iniciativas comunitarias que propongan actividades abiertas al público.
- 5.1.4 Promover la descentralización de actividades culturales y artísticas hacia zonas con menor acceso a la oferta actual.
- 5.1.5 Incorporar criterios de inclusión, accesibilidad y sostenibilidad en la planificación y desarrollo de los eventos del municipio.
- 5.1.6 Evaluar el impacto de los eventos realizados para identificar buenas prácticas y mejorar futuras ediciones.
- 5.1.7 Establecer alianzas con centros culturales, escuelas, organizaciones sociales y medios locales para la organización y difusión de eventos.

Indicadores:

- 5.1.1.1 Elaborar y publicar al menos una agenda anual con eventos del municipio.
- 5.1.1.2 Participación de al menos 10 organizaciones locales en el diseño de la agenda.
- 5.1.1.3 Realizar al menos 3 festivales temáticos anuales.
- 5.1.1.4 Apoyar al menos 6 iniciativas comunitarias por año.
- 5.1.1.5 Realizar al menos 3 actividades anuales en zonas con menor acceso a ofertas culturales.

- 5.1.1.6 Alcanzar al menos 6 acciones conjuntas entre actores aliados.
- 5.1.1.7 Aplicar criterios de accesibilidad e inclusión en al menos el 80% de los eventos organizados o apoyados.
- 5.1.1.8 Incorporar prácticas sostenibles en el 50% de los eventos.
- 5.1.1.9 Elaborar un informe anual con resultados, aprendizajes y recomendaciones de mejora.

Eje 6 - Turismo sostenible y cuidado del entorno

El desarrollo turístico en el Municipio A debe considerar de manera prioritaria la preservación del patrimonio natural, el uso responsable de los recursos y el fortalecimiento de una cultura de sostenibilidad ambiental y social. El territorio cuenta con áreas costeras, humedales, espacios verdes y zonas rurales que tienen un gran potencial para el ecoturismo y las actividades al aire libre, pero que también requieren protección activa para evitar su degradación.

Durante los encuentros con actores locales, se destacó la necesidad de integrar la dimensión ambiental a las estrategias turísticas del municipio, promover buenas prácticas entre visitantes y prestadores, e impulsar iniciativas que fortalezcan la relación respetuosa entre comunidad, entorno y turismo. La sostenibilidad aparece, así, como un eje transversal que puede potenciar la calidad de la experiencia turística y generar beneficios a largo plazo para el territorio.

Este eje propone fomentar un modelo de turismo responsable y sostenible, que ponga en valor el entorno natural del Municipio A, promueva prácticas cuidadosas con el ambiente, y contribuya al bienestar de la comunidad local.

6.1 Línea: Promoción de un turismo sostenible, responsable y ambientalmente consciente

Objetivo: Integrar criterios de sostenibilidad ambiental y social en el desarrollo turístico del Municipio A, fortaleciendo la conservación del entorno, el uso responsable de los recursos y la participación comunitaria.

Acciones:

- 6.1.1 Promover prácticas de ecoturismo y turismo de naturaleza en zonas con valor ambiental como la costa oeste, los humedales de Santa Lucía y el área rural.
- 6.1.2 Establecer criterios ambientales para la habilitación de propuestas turísticas en espacios naturales (gestión de residuos, capacidad de carga, infraestructura mínima).
- 6.1.3 Fomentar la movilidad sostenible en circuitos turísticos, priorizando opciones como caminatas, bicicletas y transporte colectivo.
- 6.1.4 Impulsar actividades de educación ambiental vinculadas al turismo en coordinación con centros educativos, colectivos ambientales y organizaciones sociales.
- 6.1.5 Impulsar el uso de materiales reutilizables o biodegradables en ferias, eventos y servicios turísticos.
- 6.1.6 Estimular la incorporación de buenas prácticas ambientales en emprendimientos turísticos (eficiencia energética, gestión del agua, reciclaje).
- 6.1.7 Promover el desarrollo de rutas interpretativas y señalización ambiental que pongan en valor el patrimonio natural y promuevan el conocimiento del entorno.
- 6.1.8 Diseñar e implementar un plan específico de gestión de residuos en playas y zonas costeras, con instalación de contenedores diferenciados, campañas educativas y acciones de limpieza comunitaria.

Indicadores:

- 6.1.1.1 Apoyar al menos 3 iniciativas de ecoturismo por año.
- 6.1.1.2 Definir y publicar un protocolo ambiental para habilitación de actividades turísticas en espacios naturales.
- 6.1.1.3 Incorporar al menos 2 circuitos turísticos accesibles a pie o en bicicleta por año.
- 6.1.1.4 Realizar al menos 4 actividades educativas al año en coordinación con centros educativos y organizaciones sociales.
- 6.1.1.5 Involucrar a un mínimo de 5 instituciones por año en estas actividades.
- 6.1.1.6 Incorporar criterios de sostenibilidad en al menos el 60% de las ferias y eventos turísticos.

- 6.1.1.7 Realizar al menos 2 capacitaciones anuales sobre prácticas sostenibles dirigidas a emprendedores turísticos.
- 6.1.1.8 Lograr que al menos 5 emprendimientos adopten alguna medida ambiental por año.
- 6.1.1.9 Instalar señalización en al menos 5 puntos turísticos con valor ecológico.
- 6.1.1.10 Instalar contenedores diferenciados en al menos 3 puntos estratégicos de la costa.
- 6.1.1.11 Realizar al menos 2 jornadas de limpieza comunitaria al año.



Figura 4: Playa del Cerro. Fuente: Municipio A.

Seguimiento y monitoreo

De este documento se desprende un plan de acción que incluye actividades, responsables e indicadores, constituyendo una herramienta fundamental para el seguimiento y monitoreo del presente Plan Municipal de Turismo. Este proceso será coordinado por el equipo de trabajo del municipio, con la participación de la pasante de turismo en el marco del convenio entre la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, la Licenciatura en Turismo, la División de Turismo y la Intendencia de Montevideo; y el acompañamiento de docentes de la UDELAR.

El horizonte temporal del plan se extiende hasta el año 2035, contemplando una instancia de revisión a los tres años de su implementación. Su sostenibilidad dependerá del compromiso de los actores involucrados y de su capacidad de adaptación a los diferentes contextos y gestiones municipales.

Más allá del control del cumplimiento de las acciones previstas, el sistema de seguimiento y monitoreo buscará evaluar la relación entre el desarrollo turístico y la mejora en la calidad de vida de la comunidad del Municipio A, promoviendo así un enfoque integral y participativo.



Figura 5: Puente de la Barra de Santa Lucía. Fuente: Municipio A.



Figura 6: Hotel del Prado. Fuente: Municipio A.

Glosario

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”

Desarrollo sostenible

Modelo de crecimiento que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer los recursos de futuras generaciones.

Turismo sostenible

La OMT señala que “el turismo sostenible busca atender tanto las necesidades de los turistas como las de los destinos turísticos, creando así una relación de protección mutua y mejorando las oportunidades para el futuro” (OMT, 2001).

Ecoturismo

Actividad turística basada en la observación y disfrute de la naturaleza, con un enfoque en la conservación y la educación ambiental.

Planificación turística

Un destino, sitio o localidad si desea orientar el desarrollo local hacia el turismo precisa de un método que haga que los esfuerzos invertidos y los recursos utilizados, tanto propios como externos, sean optimizados al máximo y uno de esos métodos o instrumentos es la planificación estratégica (OIT-CIF, 2004; OIT-CIF, 2014a; Fundación DEMUCA, 2009).

Accesibilidad

Según el Ministerio de Turismo: en el marco de las disposiciones de la Ley Nacional de Turismo N° 19.253 de fecha 28 de agosto de 2014, el Ministerio de Turismo prioriza en sus políticas y acciones la mejora de la experiencia turística para las personas con discapacidad, así como la generación de las condiciones necesarias para que el ejercicio turismo, el cual es consagrado como derecho humano resulte accesible para todos.

Turismo social

Iniciativas que buscan hacer el turismo accesible a todos los sectores de la sociedad, especialmente a grupos vulnerables.

Ordenamiento territorial

Proceso de planificación y regulación del uso del suelo con el fin de garantizar un desarrollo equilibrado.

Infraestructura turística

Conjunto de instalaciones, servicios y equipamientos necesarios para el desarrollo del turismo en una región.

Patrimonio cultural

Conjunto de bienes materiales e inmateriales que representan la identidad histórica y cultural de una comunidad.

Atractivo turístico

Lugar, actividad o característica que motiva el interés de los visitantes.

Participación comunitaria

Involucramiento de los habitantes locales en la toma de decisiones y acciones relacionadas con el desarrollo turístico.

Turismo rural

Actividad turística desarrollada en zonas rurales, vinculada a la cultura, la naturaleza y la producción local.

Alianzas público-privadas

Cooperación entre el sector público y el privado para desarrollar proyectos de interés común, en este caso, turísticos.

Conservación ambiental

Conjunto de estrategias y acciones destinadas a proteger los recursos naturales y la biodiversidad.

Diversificación económica

Estrategia que busca generar nuevas fuentes de ingresos y empleo a partir del turismo.

Identidad cultural

Conjunto de valores, tradiciones y expresiones propias de una comunidad que la diferencian de otras.

Ruta turística

Recorrido planificado que agrupa atractivos y servicios turísticos en función de un tema o interés específico.

Señalética

Conjunto de señales y elementos informativos que facilitan la orientación y el acceso a los atractivos turísticos.

Gestión del turismo

Administración de los recursos, servicios y estrategias para el desarrollo eficiente del sector turístico.

Referencias bibliográficas

Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 8(1), 50-56.

Barrios, A. (1971). *Los barrios II: Montevideo. N.º 08*. Biblioteca Nacional de Uruguay. <http://bibliotecadigital.bibna.gub.uy/jspui/handle/123456789/37878>

Da Cunha, N., Campodónico, R., Maronna, M., Duffau, N., & Buere, G. (2012). *Visite Uruguay del Balneario al País Turístico 1930-1955*. Editorial Ediciones de la Banda Oriental.

Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>

Intendencia de Montevideo, Descubrí Montevideo, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación y Udelar. (2024). *Plan Departamental de Turismo. Horizonte 2035. Montevideo: hacia la consolidación como destino turístico inteligente y cercano*. <https://www.descubrimontevideo.uy/sites/default/files/2024-09/Plan%20Departamental%20de%20Turismo.pdf>

Intendencia de Montevideo. (2025). *Plan departamental de turismo. Horizonte 2035: Montevideo hacia la consolidación como destino turístico inteligente y cercano*. División Turismo.

Ministerio de Turismo. (s.f.). *Turismo accesible para todos*. Ministerio de Turismo de Uruguay.

<https://www.gub.uy/ministerio-turismo/politicas-y-gestion/programas/turismo-accesible-para-todos#:~:text=En%20el%20marco%20de%20las,necesarias%20para%20que%20el%20ejercicio>

Ministerio de Turismo. (2020). *Plan Nacional de Turismo Sostenible 2030*. Ministerio de Turismo de Uruguay. https://www.gub.uy/ministerio-turismo/sites/ministerio-turismo/files/documentos/publicaciones/min_lib_Plan2030_WEB-10MB_abr2019_2.pdf

Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Revista Visión Gerencial*, 1, 135-158.
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Oficina de Planeamiento y Presupuesto. (2018). *Estudio prospectivo en turismo a 2050*.
https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/documentos/2019-06/13_Estudio%20prospectivo%20en%20Turismo.pdf

Rucci, A. (2018). *Discapacidad en el MERCOSUR: La accesibilidad turística como una propuesta de desarrollo regional* (Tesis de maestría, Universidad Nacional de La Plata). Repositorio Institucional UNLP.
https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/66822/Documento_completo_.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 8(18), 1-8.
file:///C:/Users/imm/Downloads/Dialnet-TurismoPlanificacionEstrategicaYDesarrolloLocal-8068944.pdf

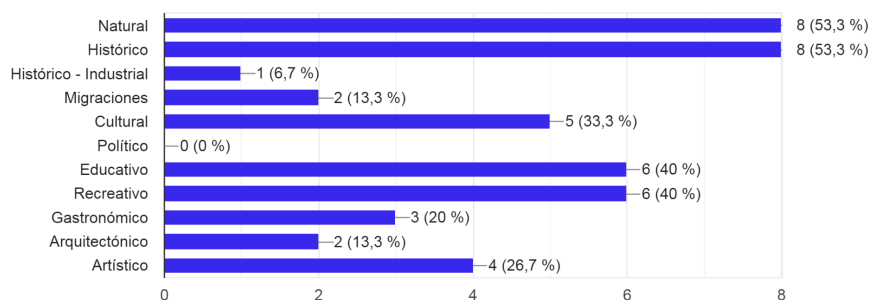
Anexos

Análisis de los estudios realizados

1- Encuesta - atractivos turísticos:

Tipo de atractivo turístico (puede marcar más de una opción)

15 respuestas



Según los datos recabados, en el área de atractivos turísticos, predominan en el Municipio A la categorización de natural e histórico. Lo que podría sugerir que el municipio se enfoca o destaca en el turismo relacionado con la naturaleza y la historia que ha sido forjadora de la identidad barrial, confirmando la tendencia que ha tenido el desarrollo turístico en el oeste.

Atractivos turísticos naturales:

Esto habla de la gran extensión de paisaje natural que presenta esta región, sea a través del "Montevideo Rural", o de sus parques y playas. Según estudio de la Intendencia de Montevideo:

1. Playa del Cerro: 37, 834 km²
2. Playa del Nacional: 50,378 km²
3. Santa Catalina: 12,762 km²
4. Pajas Blancas: 49,589 km²
5. Punta Yeguas Grande: 73,180 km²
6. Punta Yeguas Chica: 25,306 km²
7. Playa de los Cilindros: 6,501 km²
8. La Colorada: 15,548 km²
9. Zabala: 45,591 km²
10. Punta Espinillo: 54,624 km²

Muelles y pesqueros:

1. Club de Pesca Villa del Cerro
2. Puntas de Sayago

3. Puertito Greco
4. Muelle Mailhos
5. Punta González

Parques:

- Débora Céspedes
- Parque Vaz Ferreira
- Parque 7 Hectáreas
- Parque público Punta de Yeguas
- Parque Municipal Punta Espinillo
- Parque 2da. República Española.
- Parque F. Lecocq
- Parque Tomkinson
- Cerro De Montevideo

Plazas parqueizadas:

- Plaza Samuel Lafone
- Plaza de los inmigrantes.
- Espacio verde Plaza N°11

Área protegida:

- Humedales de Santa Lucía

Atractivos turísticos naturales privados:

- Parque Temático Biomas
- Caminos del Agua
- Club Alemán de Remo
- La Baguala
- Museo Interactivo Vitruvio
- Club de Golf del Uruguay

El 53% de los atractivos turísticos del Municipio A son recursos naturales, como playas y espacios verdes, promoviendo el turismo social. También destaca por su herencia industrial y cultural, influenciada por la migración europea, aunque aún falta un fomento turístico adecuado.

Se reconocen y ubican:

- Centro Cultural Casa de la Pólvora
- Museo Militar “Fortaleza Gral. Artigas”
- Museo de los trabajadores de la industria frigorífica AJUPEN-FOICA

- Club Alemán de Remo
- Centro 11 Cultural Oeste
- Primer museo obrero del país (trabajadores de la industria frigorífica)
- Escuela N°29 y N°30
- PTI
- Caminos del Agua
- La Baguala
- Parque Segunda República Española
- Viejo Hotel de Pajas Blancas
- Casa de Alfredo Zitarrosa
- Memorial de los Detenidos Desaparecidos
- Hotel La Barra
- Plaza del Inmigrante
- Escuela donde estudió A. Zitarrosa

El 53% de la muestra destaca la identidad cosmopolita del Municipio A, resultado de su rica historia de colectividades activas, cuyos centros comunitarios representan un potencial turístico aún no plenamente aprovechado.

Atractivos turísticos educativos: Los recursos naturales e históricos del Municipio A se han utilizado con fines educativos por escuelas, liceos y universitarios, destacándose edificios históricos por su arquitectura y valor cultural. También existen parques temáticos que promueven la conservación ambiental como eje educativo.

Atractivos turísticos recreativos: El 100% de los atractivos encuestados son recreativos, pero solo el 40% lo reconoce. Se consideran recreativos los lugares de esparcimiento, ocio, diversión y culturales, como plazas, playas, museos y espacios naturales.

Plazas:

- Plaza Tres Ombúes
- Plaza Samuel Lafone
- Plaza de los Inmigrantes
- Plaza del Cementerio
- Plaza de Deportes N°6
- Plaza de Deportes N°10

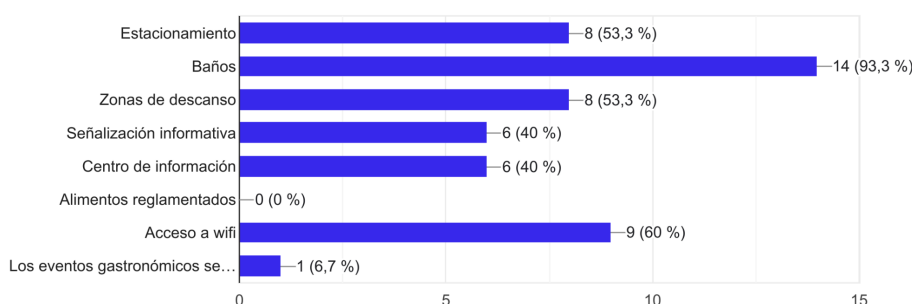
- Plaza de Deportes N°11
- Plaza Cristóbal Colón

Parques:

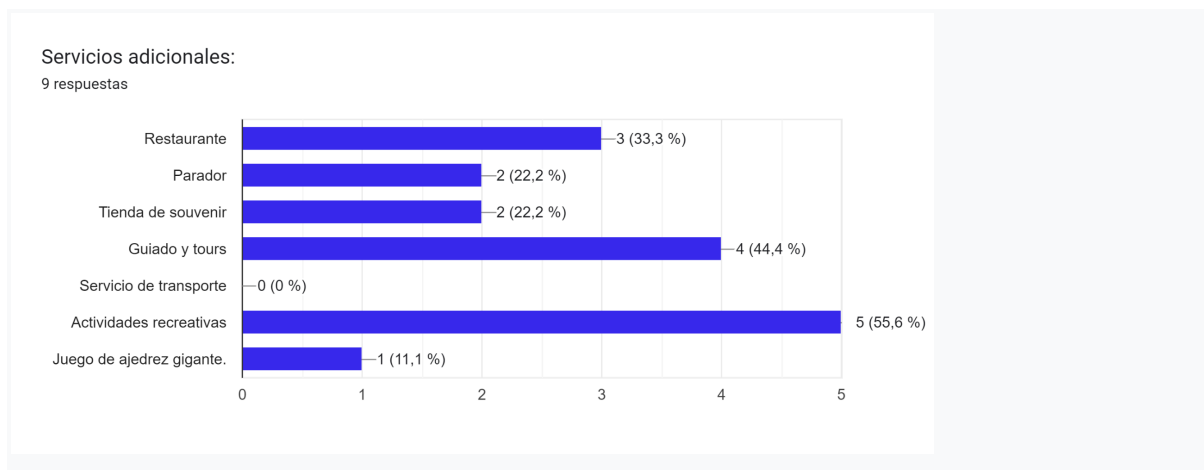
- Débora Céspedes
- Parque Vaz Ferreira
- Parque 7 Hectáreas
- Parque público Punta de Yeguas
- Parque Municipal Punta Espinillo
- Parque 2da. República Española.
- Parque F. Lecocq
- Parque Tomkinson

Análisis de la prestación de servicios: La encuesta enviada a empresas tuvo una baja respuesta, con solo cuatro prestadores, lo que evidencia una falta de “conciencia turística” en el oeste y una débil identificación como parte del sector turístico. Por tanto, los resultados no reflejan la verdadera oferta de servicios turísticos en el municipio. Sin embargo, al analizar las respuestas de los responsables de atractivos (15 encuestados), la situación se percibe de manera diferente.

Servicios y facilidades:
15 respuestas



La cantidad de emprendimientos con alimentos reglamentados destaca el valor del servicio gastronómico en el oeste. Muchos productores elaboran de forma artesanal en sus hogares, y lograr la reglamentación implica contar con cocina aprobada por Bromatología y carné de manipulación de alimentos.



El transporte es una problemática señalada, ya que las combinaciones de ómnibus desde la terminal del Cerro pueden dificultar las visitas familiares a playas. Además, muchos restaurantes carecen de formalidad y reglamentación. Como fortaleza, se destaca la buena conectividad en todos los puntos y la oferta de actividades recreativas y de entretenimiento, que suman atractivo a los destinos.

Observaciones de las salidas de campo: En la primera salida, se constató que el Municipio A posee muchos establecimientos turísticos cercanos entre sí y con gran potencial, aunque falta conocimiento mutuo sobre las ofertas y coordinación entre ellos. Se percibió una actitud positiva hacia la creación de un plan turístico conjunto entre el sector público y privado.

En la segunda salida, centrada en las playas del oeste, se observó que, salvo la playa La Colorada con su parador, las demás carecen de servicios turísticos. Todas cuentan con guardavidas y baños públicos, pero se detectaron problemas como falta o deterioro de señalización y mala gestión de residuos, con acumulación de basura en varias playas.

Resultados del 1° encuentro con prestadores turísticos (17 de diciembre de 2024): El encuentro, realizado en el Centro Cultural 11 con 13 participantes, fue productivo y facilitó el intercambio de ideas y contactos. Los asistentes destacaron el potencial turístico del municipio y la importancia de un plan de coordinación. Un prestador agradeció las propuestas de la Intendencia para visibilizar el oeste de Montevideo. Se debatieron cuatro preguntas clave sobre el turismo en el Municipio A, generando un intercambio de opiniones. Los prestadores describieron su oferta destacando el

valor de la naturaleza, el patrimonio, la autenticidad y la accesibilidad. Los principales problemas identificados fueron la inseguridad, dificultades de movilidad, mal estado de instalaciones, falta de una "policía turística" en puntos clave, carencia de servicios turísticos y débil comunicación entre actores del sector.

Resultados del 2º encuentro con prestadores turísticos (27 de marzo de 2025): El encuentro, realizado en el Centro Comunal Zonal N°14, reunió a operadores turísticos, representantes municipales y emprendedores locales para reflexionar sobre el desarrollo turístico del Municipio A. Se presentó un audiovisual y se revisaron temas de la reunión anterior. Se expusieron los ejes de trabajo a través de un esquema de árbol, destacando la sostenibilidad y otros ejes relevantes como gobernanza, turismo accesible, tecnología e innovación. Se debatieron tres preguntas fundamentales:

1. ¿Cómo visualizas el Municipio A turístico?: Se destacó la necesidad de mejorar la comunicación, articulación entre actores y una estrategia de promoción clara. Se mencionó un grupo de emprendedoras interesadas, pero con falta de conocimientos y herramientas, y la necesidad de una oferta turística más amplia y segura.
2. ¿Qué acciones conjuntas podemos hacer?: Se subrayó la importancia de generar visibilidad, crear una identidad turística sólida y fomentar la colaboración. La comunidad mostró interés en participar, pero es esencial coordinar esfuerzos y evitar reuniones sin resultados concretos.
3. ¿Cuáles son las dificultades o desafíos a enfrentar?: El principal obstáculo fue la falta de inserción del municipio en la actividad turística. Se destacó la falta de accesibilidad, problemas de comunicación, burocracia, cambios de autoridades y falta de continuidad en proyectos. Además, se mencionaron desafíos de seguridad, conectividad y estigmatización de la zona.

Propuestas y conclusiones: Se propuso crear una mesa de turismo para coordinar acciones entre los sectores público y privado. El municipio debería actuar como articulador y posicionar el turismo como un producto específico. A pesar del gran potencial de los atractivos del municipio, muchos no están adaptados para el turismo debido a la falta de servicios básicos. Finalmente, se concluyó que el

municipio necesita mejorar los servicios y estrategias de promoción para desarrollar el turismo de manera sostenible.