



Descubrí  
MONTEVIDEO

# Informe de actividades 2025

**DIVISIÓN TURISMO**

## **Autoridades Intendencia de Montevideo**

Mario Bergara - Intendente

Viviana Repetto - Secretaria General

Camilo Benitez - Director General Desarrollo Económico

Karina Fortete - Directora División Turismo

## **División Turismo IM**

Carolina Fabra

Daniela Machado

Diana Betancurt

Emilio Grispino

Fernando Vilariño

Florencia Pérez

Irene Mazzitelli

Jorge W. Morandeira

Josefina Tonelli

Mercedes Miranda

Nicolás Raffo

Lía Fernández

Patricia Monroy

Sebastián Magallanes

**Pasantes de la Licenciatura en Turismo**

Facundo Ruete

Gimena Morales

Irene Mazzitelli

Julian Macedo

Julieta Molina

Luis Correa

Rocío Pereira

Sonia Silvera

Susan Ramos

## Montevideo: un año de consolidación como destino turístico inteligente

Durante 2025, Montevideo consolidó su posicionamiento como destino turístico inteligente a nivel regional e internacional, alcanzando hitos estratégicos en gobernanza, accesibilidad, innovación y desarrollo territorial.

El trabajo articulado entre sector público, privado, académico y ciudadanía permitió fortalecer el modelo de gestión turística, con foco en la sostenibilidad, la inclusión y la mejora de la experiencia de quienes visitan y habitan la ciudad.

### Logros destacados:

- Obtención del distintivo **Destino Turístico Inteligente (DTI)**
- Reconocimientos internacionales en **FITUR y FIDI**
- Consolidación de espacios de gobernanza (Consejo + Mesa Intermunicipal)
- Activaciones turísticas en los 8 municipios
- Impulso al **enoturismo metropolitano**
- Fortalecimiento del **Observatorio Turístico**
- Desarrollo de estrategias de comunicación y promoción del destino



La División Turismo de la Intendencia de Montevideo tiene como cometido liderar la política pública del turismo del destino, promoviendo su desarrollo sostenible, accesible e innovador.

Durante 2025, el trabajo se orientó a consolidar el modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI), integrando planificación estratégica, uso de datos, articulación territorial y participación de múltiples actores.

El presente informe sistematiza las principales acciones desarrolladas en el marco del Plan Departamental de Turismo, dando cuenta de los avances alcanzados y reafirmando el compromiso con una gestión transparente, eficiente y centrada en las personas.

## Montevideo, Destino Turístico Inteligente

El modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) estructura la gestión turística del destino a partir de cinco ejes clave: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

En 2025, Montevideo alcanzó un hito estratégico al obtener este distintivo internacional, posicionándose como referente en la región.

Este reconocimiento consolida una visión de turismo basada en la planificación, el uso de datos y la mejora continua de la experiencia turística.

### **EJE 1: GOBERNANZA**

Fortalecimiento del modelo de gestión turística a través de la articulación institucional y la cooperación.

Línea: Modelo DTI

Objetivo: Consolidar el modelo DTI en el destino Montevideo.

### ***Principales acciones:***

#### **Certificación como Destino Turístico Inteligente**

Montevideo superó el 80% de los indicadores de SEGITTUR, convirtiéndose en uno de los destinos líderes a nivel global.

#### **Turismo 360**

- Evento internacional realizado en Antel Arena
- Espacio de formación, intercambio y articulación
- Participación de actores públicos, privados y académicos

#### **Brújula Turística**

Herramienta de autodiagnóstico para empresas:

- 14 empresas participantes
- Evaluación en accesibilidad, sostenibilidad, innovación, tecnología y gestión

***Montevideo es uno de los pocos destinos del mundo certificados como  
DTI***

## 1. Monitorear de forma sistemática el funcionamiento y la operatividad del modelo de gestión



### Certificación como Destino Turístico Inteligente

Montevideo superó el 80% de los indicadores de SEGITTUR, posicionándose como uno de los destinos líderes a nivel global y consolidando un modelo de gestión basado en innovación, sostenibilidad, accesibilidad, gobernanza y tecnología.



A su vez, se conformó un equipo interno que integra funcionarios del Servicio de Turismo y de la División Turismo, con referentes para cada uno de los ejes de DTI, a saber: gobernanza, tecnología, innovación, sostenibilidad y accesibilidad; responsables por hacer el monitoreo del proceso, reportar resultados y generar nuevas acciones.

## 2. Consolidar a Montevideo como organizador y sede de eventos de DTI;

**Turismo 360 – Feria Internacional de Destinos Turísticos Inteligentes**

Se realizó la segunda edición del evento en Antel Arena, consolidado como un espacio de formación, intercambio y articulación entre actores del sector turístico a nivel local, nacional e internacional.



### **3. Establecer alianzas con la Academia para el diseño y desarrollo de estrategias en el marco de los ejes de DTI y de las necesidades específicas a mediano y largo plazo;**

Se fortaleció la articulación con el ámbito académico como parte de la estrategia de desarrollo del modelo de DTI, integrando formación, investigación aplicada y apoyo técnico a la gestión pública del turismo.

En diciembre de 2023, la IM suscribió un **convenio con la Universidad de la República (UdelaR)** que habilitó la incorporación de estudiantes pasantes de la **Licenciatura en Turismo**, con acompañamiento docente, para apoyar la elaboración y ejecución del **Plan Departamental de Turismo (PDT)** y de los planes municipales. Esta línea permitió fortalecer la planificación turística con enfoque territorial y consolidar el vínculo entre gestión pública y formación universitaria que tuvo su continuidad en 2025.

### **4. Generar un sello propio de certificación de calidad turística relacionado a los cinco ejes de DTI para fomentar la mejora de las prácticas en el sector privado;**

## Brújula Turística

Herramienta de autodiagnóstico dirigida a empresas turísticas, orientada a promover una gestión más sostenible, accesible e innovadora.

Durante 2025, 14 empresas participaron del proceso y recibieron un informe técnico personalizado.

**Brújula Turística: Orientación para avanzar hacia la mejora continua**

Autodiagnóstico para Empresas Turísticas de Montevideo

Una herramienta gratuita para conocer en qué punto está tu empresa y cómo podés mejorar.

**¿Qué podés evaluar con esta herramienta?**

Si tenés una empresa turística o vinculada al turismo con domicilio fiscal en Montevideo, podés medir tu situación actual en relación con:

- ✓ Gestión
- ✓ Accesibilidad
- ✓ Sostenibilidad
- ✓ Tecnología
- ✓ Innovación

**¿Para qué sirve?**

- ✓ Conocer tus fortalezas
- ✓ Detectar oportunidades de mejora
- ✓ Diseñar una hoja de ruta para crecer
- ✓ Alinearte con el modelo de Empresa Turística Inteligente

En conclusión, prepararte para un turismo más sostenible y competitivo.

Al finalizar el autodiagnóstico, la empresa obtendrá un informe personalizado con recomendaciones.

## 5. Contribuir a la capacitación permanente de los equipos técnicos asociados al turismo del segundo y tercer escalón de gobierno:

### Capacitación del sector

Se desarrollaron instancias de formación en el marco de Turismo 360 y otras actividades, orientadas a fortalecer capacidades en innovación, sostenibilidad, accesibilidad y gestión turística.



Además, se realizó la charla “Patrimonio cultural como activo comunitario: diálogos entre Montevideo y Mar del Plata”, a cargo de la **Mg. Daniela Castellucci**, investigadora y docente de la **Universidad Nacional de Mar del Plata**, realizada en noviembre de 2025, como instancia de formación para el equipo técnico y abierta al sector privado turístico.



Línea: Integración regional

Objetivo: Trabajar en conjunto con otros destinos para optimizar procesos y alcanzar objetivos comunes.

**Principales acciones:**

- Participación activa en la Red de Mercociudades
- Integración a la Red Latinoamericana de Turismo Deportivo
- Participación en FIDI y FITUR
- Obtención de reconocimientos internacionales

Montevideo consolidó su posicionamiento internacional como destino turístico inteligente, accesible y sostenible.

Montevideo integra el **Nodo de Turismo de la Red de Mercociudades**, participando activamente en la **Unidad Temática de Turismo (UTT)** como miembro. Esta integración se concretó a través de la participación en reuniones presenciales y virtuales, así como en

acciones derivadas de los encuentros impulsados por la red y por el Instituto de Mercociudades. Con **propuestas activas en materia de Turismo Accesible a nivel regional** y en lo que refiere a difusión de las actividades que se realizan, por ejemplo para la **Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT)** realizada anualmente en Buenos Aires.

La participación en este ámbito regional permitió fortalecer un espacio de intercambio, cooperación y articulación turística, orientado a consolidar estrategias conjuntas de integración regional, en un contexto marcado por los desafíos del escenario post pandemia y la necesidad de avanzar hacia modelos turísticos más resilientes, sostenibles e inclusivos.

### **1. Integración a la Red Latinoamericana de Turismo Deportivo.**

Desde agosto, Montevideo participa en este espacio regional de cooperación orientado al fortalecimiento del segmento deportivo mediante el intercambio de buenas prácticas, la articulación entre destinos y la promoción de eventos deportivos sostenibles.



### **2. Participación de Montevideo en la FIDI 2025 – Premios, presentaciones y articulación internacional**

Montevideo participó en la **Feria Internacional de Destinos Inteligentes (FIDI) 2025**, realizada del 19 al 22 de marzo en Bonito, Brasil. La delegación de la División Turismo, integrada por Karina Fortete y Nicolás Raffo, presentó cuatro proyectos finalistas en los

**Premios Iberoamericanos de Destinos Turísticos Inteligentes** en las categorías Accesibilidad, Innovación, Promoción y Marketing, y Sostenibilidad Ambiental.

El destino obtuvo dos reconocimientos:

- **Premio a la Accesibilidad** por la Guía de Turismo Accesible de Montevideo.
- **Destino Turístico Inteligente del Año**, por segundo año consecutivo.

Además, se integró un panel sobre Innovación Turística y Gobernanza DTI, compartiendo avances y aprendizajes del proceso de Montevideo.



### **3. Participación de Montevideo en FITUR 2025 – Reconocimientos, presentaciones y promoción del destino**

Del 22 al 26 de enero, Montevideo participó en la 45ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, integrando la delegación oficial de Uruguay junto a autoridades nacionales y operadores turísticos.

En esta instancia Montevideo recibió el premio **FITUR 4all**, reconocimiento internacional a su compromiso con el turismo accesible donde se destacó el circuito turístico accesible, la Guía de Turismo Accesible, el Curso de Turismo Accesible con Perspectiva de Derechos Humanos y los relevamientos de accesibilidad realizados en hoteles, museos y bodegas.

En el espacio Fitur Know-how & Export, se participó en dos instancias técnicas: el panel sobre internacionalización del modelo DTI y una mesa de debate sobre sostenibilidad social y turismo responsable, junto a referentes internacionales.

#### 4. Gobernanza y cooperación internacional

La División Turismo de la IM fortaleció durante 2025 su participación en espacios regionales e internacionales de intercambio, reflexión y difusión de buenas prácticas en materia de turismo sostenible, accesible e inteligente, consolidando el posicionamiento del destino a nivel latinoamericano.

En junio de 2025, Montevideo participó en el **VI Foro Nacional de Turismo Social**, realizado en Lima, Perú, organizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). En representación de la ciudad, la directora Karina Fortete, integró el panel “La accesibilidad en el turismo desde la gestión pública local”, donde presentó la experiencia de Montevideo en el diseño e implementación de políticas públicas orientadas a la accesibilidad turística con enfoque de derechos humanos.



Montevideo también tuvo participación en la décima edición del **Smart City Expo LATAM Congress**, celebrada del 10 al 12 de junio en Puebla, México, uno de los principales foros de la región sobre ciudades inteligentes, innovación y sostenibilidad. En este encuentro, la directora Fortete integró el panel “Turismo sostenible para territorios prósperos”, donde

expuso la experiencia del destino en la gestión turística bajo el enfoque de DTI, destacando el uso de datos para la toma de decisiones, la planificación participativa a través del PDT y la articulación entre sector público, privado y académico.



En el mes de agosto, La División Turismo de Montevideo integró el jurado del concurso **Hotelería Sustentable**, una iniciativa impulsada por la Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina, que busca visibilizar, reconocer y premiar buenas prácticas e ideas innovadoras en materia de sustentabilidad en el sector hotelero de la región, fortaleciendo el compromiso del turismo con el desarrollo sostenible y la innovación.



En setiembre de 2025, Karina Fortete fue invitada a participar del **Foro Nacional de Turismo de San Juan**, un espacio de intercambio y reflexión que reunió a referentes del sector público y privado del turismo de Argentina para debatir sobre los desafíos y oportunidades

del turismo, poniendo en valor la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo territorial como ejes clave para el fortalecimiento de los destinos.

Karina Fortete participó en **InnovaTur Buenos Aires** convocada por su experiencia, en el marco de la décima edición del evento que integró la **Tecweek: Semana de Tecnologías Emergentes y Creativas** del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El encuentro, realizado en Casa Futuro, abordó como ejes centrales las **inversiones turísticas** y los grandes eventos, poniendo el foco en cómo la innovación, la sostenibilidad y la articulación con organismos internacionales, fondos de inversión y bancos de desarrollo contribuyen a la transformación, competitividad y proyección de los destinos turísticos.



En diciembre, Montevideo fue invitada al **Spain Talks Buenos Aires**, un espacio de diálogo e intercambio que reúne a referentes del ámbito institucional, empresarial y cultural para reflexionar sobre los vínculos entre España y la región, abordando temas clave vinculados al desarrollo, la innovación y la cooperación, con especial foco en las oportunidades que se abren para el turismo y los destinos.

#### **5. Participación Internacional en Smart City Destination en Valdivia - Los Ríos - Chile.**

Montevideo participó en esta cumbre internacional la cual fue celebrada del 10 al 12 de

diciembre, la misma reunió a expertos para discutir la innovación en ciudades y destinos turísticos, enfocados en; tecnología, sostenibilidad, movilidad azul (acuática), turismo inteligente y gestión urbana para mejorar la calidad de vida y la competitividad territorial.

Con la participación de la directora de Turismo Karina Fortete el día miércoles 10 en el bloque **“Innovación y Tecnología para Destinos y Ciudades Inteligentes”**, exponiendo el tema: “Montevideo, modelo de destino turístico inteligente en América Latina” y sobre las buenas prácticas de Montevideo como DTI. Este bloque reunió a destacados referentes internacionales y regionales para reflexionar sobre cómo la tecnología puede mejorar la calidad de vida y la industria de los destinos y ciudades del Sur de Chile.

Estas instancias de participación internacional permitieron visibilizar el proceso de transformación turística de Montevideo, fortalecer vínculos de cooperación regional y posicionar al destino como referente en accesibilidad, gobernanza y gestión inteligente del turismo.

## 6. Sesión presencial de la Red Iberoamericana DTI en Montevideo

El 14 de junio de 2025, con participación de autoridades locales, ministerios de turismo, universidades y destinos de la región. La instancia fortaleció el intercambio de buenas prácticas, la cooperación internacional y la gobernanza participativa, reafirmando el compromiso de Montevideo con un modelo turístico innovador, accesible y sostenible.

Línea: Gobierno Municipal

Objetivo: Consolidar el desarrollo turístico en los municipios.

### **Principales acciones:**

- Desarrollo de actividades turísticas en los ocho municipios
- Elaboración de planes municipales de turismo
- Consolidación de la Mesa Intermunicipal de Turismo

Estas acciones permitieron avanzar en una gestión descentralizada, integrando la diversidad territorial del departamento.

## 1. Impulsar la creación de un área de turismo en aquellos municipios que aún no la tienen y fortalecer las existentes;

Se trabajó en conjunto con los Municipios para fortalecer el trabajo turístico en cada zona. Una de las acciones más significativas durante el año fue la organización de actividades culturales y turísticas en cada zona en el marco de la Feria Turismo 360.

Tales activaciones se desarrollaron en los 8 municipios de Montevideo:

A	B	C	CH	D	E	F	G
“Descubrí el oeste”, primera feria de turismo del municipio (110 visitantes y 18 operadores involucrados).	“Descubrí el alma del candombe con el paseo Sur” - Palermo (400 visitantes).	“C Vive el Turismo” (50 visitantes).	Feria cultural y de turismo CH (300 visitantes).	“Visitas al Santuario Nacional del Sagrado Corazón de Jesús” (60 visitantes).	Actividades en Escuela Naval (80 visitantes).	Conociendo el Rincón del Bañado: los humedales desde adentro (40 visitantes - escolares-).	Experiencia Enoturística en el corazón del G (150 visitantes).



A su vez, durante los equipos municipales, docentes y pasantes universitarios definieron propuestas orientadas a descentralizar la oferta turística, poner en valor los atractivos de cada municipio y acercar actividades turísticas a la ciudadanía en todo el territorio. Estas

acciones se enmarcan en la estrategia de fortalecer el rol municipal en la gestión turística y promover un trabajo articulado con la academia.

## **2. Dotar de recursos humanos a los ocho municipios de Montevideo.**

Se realizaron pasantías de estudiantes de la Licenciatura de Turismo en 7 municipios de Montevideo. Las pasantías constituyen una herramienta estratégica de articulación entre la planificación departamental y la gestión municipal, favoreciendo el abordaje territorial del turismo y el vínculo con actores locales, al tiempo que brindan una instancia de formación práctica en gestión pública del turismo, con acompañamiento docente y referentes institucionales.



## **3. Apoyar la elaboración de planes de turismo municipales, tomando en cuenta la planificación municipal establecida en el Presupuesto Quinquenal;**

En relación con esta acción, se vienen desarrollando desde los municipios con apoyo de los pasantes de UdelaR los planes municipales de turismo. El 14 de agosto se realizó en la Sala Dorada de la IM la jornada "Montevideo Turístico Integrado y Cercano: Estrategias Municipales", en la que los municipios presentaron los avances de sus planes de turismo y compartieron líneas de trabajo en clave territorial. La instancia contó con la participación de representantes de los tres niveles de gobierno y permitió avanzar en la conformación de una mesa intermunicipal de turismo, prevista en el PDT Horizonte 2035 y en los planes municipales, orientada a fortalecer la coordinación y la gobernanza turística descentralizada.



#### 4. Intervenir en el desarrollo de acuerdos y alianzas estratégicas que tengan que ver con la actividad turística

Se acompañó la firma de un convenio entre Cutcsa y cada una de las asociaciones que regulará las condiciones generales para la promoción y/o venta de boletos del Bus Turístico “Descubrí Montevideo” para turistas no residentes en nuestro país. AHRU y AUDAVI actuarán como facilitadores institucionales promoviendo entre sus afiliados la adhesión al convenio mediante acuerdos individuales o colectivos.



## **5. Crear una mesa de gobernanza pública que nuclea a los ocho municipios y a la División Turismo**

El lunes 8 de septiembre se reunió la primera Mesa Intermunicipal de Turismo. La instancia tuvo lugar en el municipio C y se constituye como un ámbito de diálogo y articulación entre gobiernos municipales, orientado a planificar de forma descentralizada estrategias y acciones para potenciar el turismo local.



La segunda Mesa Intermunicipal de Turismo se llevó a cabo el lunes 10 de noviembre en el Municipio F, siendo este un espacio de coordinación y planificación que busca fortalecer el desarrollo turístico en todos los municipios de Montevideo. Esta reunión reafirmó el compromiso de construir un Montevideo con turismo de calidad, participativo y con identidad local, donde cada municipio contribuya desde su singularidad a la consolidación del destino.

## **6. Apoyar la realización y difusión de eventos locales en todo el territorio;**

Se fortalecieron herramientas de comunicación como la agenda semanal, la sección Imperdibles y las redes sociales, ampliando la visibilidad de las actividades turísticas en el territorio.





Boletín semanal

**Descubrí actividades en Montevideo**

Del 13 al 19 de octubre

»»»



**Deportes y Encuentros**



15/10 - Proyección de la película "Sangre de campeones"  
Sala Lazaroff (Municipio F) | 18 h

16/10 - Visitas a sitios de interés deportivo de Montevideo  
Salidas 9:30 h y 9:45 h

16/10 - Lanzamiento "Vinos del Estadio"  
Auditorio del Museo del Fútbol | 13 h


18/10 - Tour deportivo por Parque Batlle  
Salida desde el Velódromo Municipal | 14 h

»»»

**Montevideo se vive todos los días**

Conocé la agenda completa en Descubrí Montevideo



IMPERDIBLES

## Incluí estas experiencias ¡Te encantarán!

Conocé las visitas, paseos y lugares imperdibles en tu paso por Montevideo.

La ciudad ofrece al visitante una variada agenda cultural y de recreación, servicios de calidad, paisajes que cautivan, junto a valores tan preciados como la seguridad y la hospitalidad de su gente.

[Explorá más >](#)



IMPERDIBLE

### Vendimia en Montevideo 2026: experiencias para vivir la cosecha

Entre febrero y marzo, la vendimia transforma a Montevideo en escenario de celebraciones que combinan tradición, vino, gastronomía y arte.



IMPERDIBLE

### Verano en la Zavala

Llega la Temporada de verano a la sala Zavala Muniz.

Desde el 22 de enero, seis títulos: *À espera de / Esperando a Godot, El lugar donde nacen las olas, Un hombre torcido, Filtro, Viento blanco, y Verano.*

Funciones: jueves a sábado, 21 horas / Domingo, 19:30 horas.



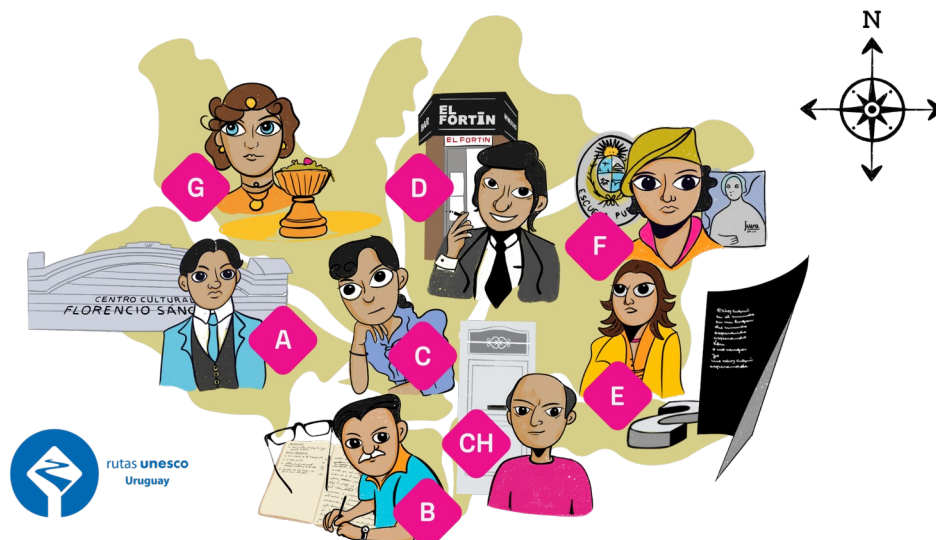
IMPERDIBLE

### Exposición de Tradición Cultural

ESPACIO CULTURA

## 7. Promover formas de articulación intermunicipal para generar propuestas y desarrollar estrategias

Se elaboró el proyecto "Barrios y Versos: Montevideo Literaria", con el apoyo de la Comisión Rutas Unesco. Se trata de una iniciativa turístico-cultural creando un mapa de recorridos literarios que tengan en cuenta lugares, versos y espacios donde hayan pasado diferentes autores literarios representativos.



Línea: Empresas y asociaciones

Objetivo: Contribuir al fortalecimiento de las asociaciones empresariales y gremiales vinculadas al turismo.

**Principales acciones:**

- Apoyo a la Asociación Turística de Montevideo (ATM).
- Implementación de la Tasa Turística y creación del Fondo de Sostenibilidad.
- Desarrollo de herramientas de difusión, como el formulario de actividades turísticas.

**1. Apoyar la elaboración de planes operativos anuales de la Asociación Turística de Montevideo (ATM)**

ATM es un ámbito asociativo formado por el sector privado con participación del MinTur y de la IM. La División Turismo participa de la Comisión Directiva de ATM y colabora en todas las acciones vinculadas a actividades turísticas que son organizadas por la misma, también ofrece apoyo económico para el desarrollo de actividades y el espacio físico donde se encuentra la sede de la Asociación. A través de esto se busca generar alianzas y potenciar el trabajo colaborativo mediante mesas de trabajo para el desarrollo de productos, la promoción y difusión conjunta, el acceso a herramientas y a proyectos de forma prioritaria, entre otros beneficios.



## **2. Implementar una tasa turística y reinvertir en la gestión turística;**

Desde el 1 de octubre de 2025 se implementó el cobro de la Tasa Turística. Se trata de un mecanismo de coparticipación turística a partir del cual se crea el Fondo de Sostenibilidad Turística para fortalecer el desarrollo del sector a través de inversiones estratégicas alineadas al Plan Departamental de Turismo de Montevideo.

La tasa se aplica en todos los alojamientos turísticos y cuenta con el respaldo de la Asociación de Hoteles y Restaurantes del Uruguay (AHRU), que participó en su diseño.

Los establecimientos deben incluir el cobro obligatorio y presentar informes trimestrales de ocupación; el incumplimiento implica sanciones. Como beneficio asociado, los turistas comprendidos por la tasa podrán acceder a boletos bonificados del Bus Turístico y a espectáculos culturales de la IM. La medida es un paso clave para un turismo más sostenible, innovador y competitivo en Montevideo.

## **3. Apoyar la difusión de iniciativas, tales como eventos, actividades y promociones, de asociaciones empresariales que contribuyan a la actividad turística;**

En la página web de *Descubrí Montevideo* se creó un formulario abierto a todas las personas, instituciones, municipios, y demás entidades que deseen proponer actividades o eventos con interés turístico-cultural dirigidos al público en general, disponible en la página Descubrí Montevideo, dentro de la sección “Institucional”, en el menú desplegable “Formularios”. Las actividades propuestas son evaluadas para determinar si son de interés

turístico y/o cultural. Una vez aprobadas, se publican en la página de Descubrí Montevideo, ya sea en el boletín semanal o en la sección “Imperdibles”.

Descubrí  
MONTEVIDEO

Inicio Antes de llegar Qué hacer Planificá tu visita Institucional Tasa turística Bus Turístico

## Formulario de difusión de actividades turística

Datos de la empresa / institución

Nombre de la empresa/organización \*

Persona de contacto \*

Destino Turístico Inteligente

Documentos

Formularios

Foro

Noticias

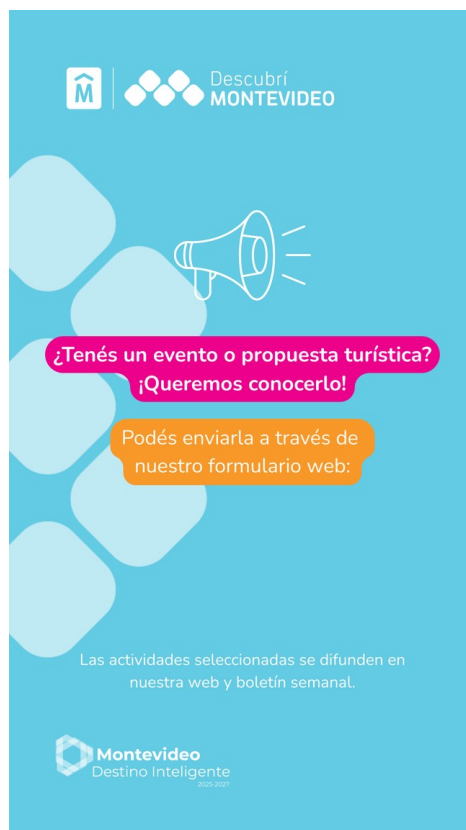
Observatorio turístico

Formulario de recepción de propuestas accesibles en Montevideo

Formulario de difusión de actividades turísticas y culturales

Información de nuevos socios ATM o cambio de datos

Esta herramienta facilita la presentación y redacción de propuestas, asegurando que se cumplan los requisitos y que toda la información necesaria esté accesible para que se pueda difundir o publicar a través de la página web o redes sociales de forma más dinámica, ya que al ir completando el formulario se respetan ciertos criterios establecidos para su difusión.



**4. Facilitar datos e informaciones sobre la actividad turística de Montevideo a las asociaciones empresariales:**

Con el objetivo de fortalecer la toma de decisiones y el acceso a información relevante por parte de las asociaciones empresariales y del sector turístico en general, durante 2025 la División Turismo de Montevideo produjo y difundió de forma sistemática diversos informes y análisis sobre la actividad turística del departamento. Entre ellos se destacan los Informes de Turismo Social correspondientes al primer, segundo y tercer cuatrimestre de 2025, que presentan los avances del programa orientado a garantizar el acceso equitativo al patrimonio cultural, natural e histórico, incluyendo una síntesis anual de resultados.

Asimismo, se pusieron a disposición estudios vinculados al empleo turístico, que permiten dimensionar la evolución del sector y su peso en el mercado laboral, así como el Informe sobre Participación Empresarial en el Fondo DTI (2024–2025), que analiza el involucramiento del sector privado en herramientas de incentivo a la innovación, sostenibilidad y accesibilidad. Durante el año también se elaboraron informes específicos sobre conectividad aérea, tanto de carácter estacional —como Semana de Turismo 2025— como de proyección nacional e internacional, aportando información clave sobre vuelos, asientos, orígenes y aerolíneas.

Complementariamente, se difundieron estudios de percepción y opinión, entre ellos la encuesta al sector privado y la encuesta a la ciudadanía, junto con análisis históricos sobre turismo receptivo, comportamiento de mercados emisores, oferta turística y big data. Este conjunto de información, generado desde el Observatorio Turístico, constituye un insumo estratégico para el sector empresarial, promoviendo una planificación basada en evidencia y fortaleciendo el diálogo público-privado.

## **5. Apoyar capacitaciones en temas de interés para las empresas y emprendimientos pertenecientes a asociaciones**

- ***Capacitación “Herramientas digitales para guías de turismo”***

El 10 de abril de 2025 se realizó la capacitación “Herramientas digitales para guías de turismo”, orientada a fortalecer el uso de recursos digitales en la actividad de guiado turístico. La instancia se enmarca en las acciones de formación y actualización del capital humano del sector, contribuyendo a la profesionalización de los servicios turísticos y a la incorporación de herramientas tecnológicas en la mejora de la experiencia de las personas

visitantes.

El 5 de agosto se realizó una capacitación sobre novedades en **“Herramientas digitales”** de la División Turismo dirigida a socios de la Asociación Turística de Montevideo (ATM). Se contó con la participación de representantes de museos, bodegas, mercados y empresas de transporte.

## 6. Promover alianzas estratégicas con diferentes actores del sector turístico

- ***Jornada “Impulso al turismo: herramientas y oportunidades para tu empresa”***

En el marco de esta acción, el 9 de septiembre se realizó en la Sala Dorada de la IM la jornada *“Impulso al turismo: herramientas y oportunidades para tu empresa”*, dirigida a micro y pequeñas empresas del sector turístico del departamento.

La actividad fue organizada por la División Turismo y contó con el apoyo de la Unidad Mypes de la IM y la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), con el objetivo de acercar al sector turístico instrumentos de financiamiento, programas de asistencia técnica y herramientas de digitalización que contribuyan a la sostenibilidad y el fortalecimiento del entramado empresarial local.

Durante la jornada se presentaron las principales líneas de apoyo de ANDE, entre ellas Semilla ANDE, Validación de Idea de Negocio (VIN), Modo Digital (kits y crédito digital, oportunidades circulares), así como líneas de financiamiento con créditos subsidiados y garantías. Asimismo, la Unidad Mypes expuso los servicios financieros y de acompañamiento técnico disponibles para emprendedoras, emprendedores y microempresas del sector.

La instancia incluyó la presentación de casos de éxito de empresas turísticas que accedieron a estos instrumentos, así como un espacio de consultas orientado a facilitar la postulación a los distintos programas.



- ***Programa de Capacitación para agencias de viaje receptoras – Descubrí Montevideo***

Se creó e implementó el Programa de Capacitación para agencias de viaje receptoras *Descubrí Montevideo*, orientado a promover el conocimiento actualizado de la oferta turística del departamento y a fortalecer su difusión de forma sostenida y coordinada.

El programa generó instancias de intercambio directo entre la División Turismo y las agencias, permitiendo actualizar información sobre atractivos, experiencias y servicios turísticos. Asimismo, contribuyó a visibilizar la diversidad de propuestas de Montevideo, incluyendo patrimonio cultural, gastronomía, enoturismo, naturaleza urbana y turismo deportivo.

Las capacitaciones se realizaron de forma presencial en cada agencia, con una duración aproximada de 120 minutos, y estuvieron dirigidas a los equipos comerciales, reconociendo su rol estratégico en la cadena turística. Durante los primeros meses de implementación participaron las agencias: Amestoy Uruguay, Viajes Buemes, Personal Operadora, Don Agustín Viajes, Ceprotur, ANDA Viajes y Turismo, Buquebus Turismo, Furlong Incoming, Dcom Travel, EGA, Inver.



- **Mesas técnicas y fortalecimiento de alianzas estratégicas**

Asimismo, en el marco de la acción de promover alianzas estratégicas con actores públicos, privados, sindicales y educativos del sector turístico, la División Turismo participó en el panel: *Turismo Sostenible y Tecnologías*, desarrollada en octubre en el marco del proyecto *Laboratorio de Innovación en Turismo*, en el Salón de Actos de la escuela superior de Gastronomía, Hotelería y Turismo (UTU).



Esta instancia tuvo como objetivo generar un espacio de encuentro e intercambio entre instituciones públicas, el sector privado, el ámbito sindical, el sistema educativo y la comunidad, para compartir experiencias, debatir desafíos y riesgos, e identificar aprendizajes vinculados a la incorporación de tecnologías y a la sostenibilidad en el turismo.

Línea: Integración regional

Objetivo: Trabajar en conjunto con otros destinos para optimizar procesos y alcanzar objetivos.

Acciones:

### **1. Desarrollar acciones con universidades de la región a través de la Asociación de Universidades del Grupo Montevideo (AUGM);**

Montevideo impulsó, junto a la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM) y SEGITTUR, una convocatoria internacional de proyectos de investigación en DTI, dirigida a universidades de la región. El llamado promovió investigaciones interdisciplinarias alineadas a los 5 ejes de un DTI; gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, con el objetivo de generar conocimiento aplicado y aportar insumos estratégicos para la gestión del destino. Se analizaron 30 proyectos y se seleccionaron los siguientes:

1. Investigación aplicada basada en la Información Turística y el papel de los Observatorios Académicos de Turismo.
2. Modelo de Inteligencia Turística para la Hospitalidad Regenerativa en Hoteles-Escuela: Articulación entre Universidades, Territorios y Comunidades.
3. Gobernanza Turística: una propuesta metodológica para avanzar hacia un Modelo DTI. Un estudio comparativo entre Mar del Plata (Argentina) y Punta del Este (Uruguay).

Estas acciones consolidan una línea de trabajo sostenida con la academia, orientada a fortalecer capacidades institucionales y a posicionar a Montevideo como referente regional en investigación y planificación turística inteligente.

### **2. Llevar a cabo acciones de posicionamiento regional e internacional en conjunto con otros DTI**

- ***Adhesión a redes DTI y posicionamiento internacional del destino***

En el marco de la estrategia de posicionamiento regional e internacional de Montevideo

como DTI, durante el período se desarrollaron diversas acciones orientadas a fortalecer la cooperación con otros destinos y a proyectar la experiencia local a escala regional e iberoamericana.

En primer lugar, en el año 2025, Montevideo publicó el documento «Montevideo DTI: Sistematización de un proceso de transformación (2023–2025)», con el objetivo de compartir los principales avances, aprendizajes y desafíos del proceso de implementación del modelo de DTI. Esta sistematización recoge el trabajo iniciado en 2022, a partir de la participación en el programa Turismo Futuro del BID y del convenio firmado en 2023 con Segittur, y constituye una herramienta de referencia para otros destinos interesados en desarrollar modelos de gestión turística más innovadores, sostenibles, accesibles e inclusivos.



- ***E-book [Experiencias, aprendizajes y perspectivas de los Destinos Turísticos Inteligentes en Iberoamérica \(2025\)](#).***

La directora de Turismo, Karina Fortete, en conjunto con los docentes de la UdelaR: Martín Fabreau y Mariciana Zorzi, elaboraron el artículo *“Uruguay: Gobernanza colaborativa y*

*cooperación regional para destinos inteligentes”*, publicado en el libro *Experiencias, aprendizajes y perspectivas de los Destinos Turísticos Inteligentes en Iberoamérica* (2025). Esta publicación sistematiza el proceso desarrollado por Montevideo en la implementación del modelo de DTI, destacando especialmente las estrategias de cooperación regional, gobernanza multiactor y articulación interinstitucional impulsadas desde la gestión pública. El artículo posiciona a Montevideo como un caso de referencia a nivel iberoamericano, aportando aprendizajes transferibles a otros destinos y fortaleciendo la inserción del departamento en redes regionales de intercambio técnico y político. Asimismo, contribuye a la construcción de una agenda común orientada a la innovación, la sostenibilidad y la planificación turística integrada, consolidando el trabajo conjunto con otros destinos para optimizar procesos y alcanzar objetivos compartidos en el marco de la integración regional.

- ***Montevideo asume la Secretaría de Relaciones Internacionales de la Red Iberoamericana de DTI.***

Finalmente, como reconocimiento al rol activo y sostenido del destino en los espacios de cooperación internacional, la IM, a través de la División Turismo, fue elegida para asumir la Secretaría de Relaciones Internacionales. Desde este rol, Montevideo tiene a su cargo el impulso de la cooperación multilateral, la coordinación de proyectos conjuntos y la promoción del intercambio de experiencias entre los distintos destinos miembros de la red. Estas acciones fortalecen la proyección internacional de Montevideo, consolidan su liderazgo en el modelo DTI y contribuyen a posicionar al departamento como un referente regional en innovación, gobernanza y desarrollo turístico sostenible.

Línea: Integración metropolitana

Objetivo: Participar del proceso de planificación y gestión turística metropolitana.

### Principales acciones:

#### **Mesa Metropolitana de Enoturismo**

Se conformó como espacio de coordinación entre Montevideo y Canelones, promoviendo el desarrollo del turismo del vino.

#### **Foro de Enoturismo 2025**

Instancia de intercambio que reunió actores del sector, consolidando el posicionamiento del destino en este segmento.

**1. Integrar una mesa de enoturismo de alcance metropolitano que incluya a todas las bodegas interesadas en participar. Fijar una hoja de ruta para la generación de productos colectivos, además de una identidad visual conjunta;**

- ***Mesa Metropolitana de Enoturismo***

Las Intendencias de Montevideo y Canelones conformaron la Mesa Metropolitana de Enoturismo como un espacio permanente de coordinación público-privada, en el marco del Plan Metropolitano de Enoturismo. La Mesa tiene como objetivo consolidar una estrategia común para el desarrollo del turismo del vino, promoviendo la integración territorial, la producción local y la identidad vitivinícola del área metropolitana.



Entre los principales acuerdos alcanzados se destacan la elaboración de un calendario metropolitano de eventos enoturísticos, la construcción de un inventario conjunto de atractivos y servicios vinculados a las bodegas, y el diseño de una hoja de ruta para la generación de productos turísticos colectivos y acciones de promoción conjunta. Asimismo,

se abordaron aspectos vinculados al registro de bodegas ante el MinTur, instancias de capacitación y la articulación con agencias de viaje y transporte.

La Mesa quedó formalmente constituida el 27 de octubre, con la participación de ambas intendencias, asociaciones turísticas departamentales, la Asociación de Turismo Enológico del Uruguay (ATEU) y bodegas de Montevideo y Canelones.



- ***Foro de Enoturismo 2025***

Como instancia de intercambio, visibilización y puesta en agenda del trabajo metropolitano, del 28 al 30 de noviembre Montevideo fue sede del Foro de Enoturismo 2025, organizado por la División Turismo. El Foro reunió a bodegas, agencias, emprendimientos gastronómicos e instituciones públicas y privadas, consolidándose como un espacio de reflexión y articulación del sector. El evento buscó posicionar a Montevideo como destino enoturístico y fortalecer la articulación entre los distintos actores e instituciones del sector.

El 28 de noviembre se llevó a cabo una jornada de charlas, paneles y feria enogastronómica en la Sala Ernesto de los Campos, con temáticas vinculadas a innovación, experiencias urbanas, asociatividad, tecnología y posicionamiento de productos enoturísticos.



El 29 y 30 de noviembre también se realizaron recorridos temáticos por bodegas y espacios enogastroturísticos, con salidas desde la explanada de la IM, participación gratuita y cupos limitados mediante agenda web.

El Foro se enmarca en el proyecto Del Enclave al Entramado, que se encuentra orientado a promover el desarrollo territorial del enoturismo en la región metropolitana. Entre los ejes abordados se destacaron la asociatividad en clave metropolitana, la innovación en experiencias, la aplicación de tecnología al enoturismo y el posicionamiento de productos de valor agregado.

Ambas instancias contribuyeron a avanzar en una estrategia metropolitana de enoturismo, orientada a la coordinación de actores, la generación de productos colectivos y el fortalecimiento del posicionamiento regional del destino.

Línea: Seguimiento y transparencia

Objetivo: Mantener a la ciudadanía actualizada e informada sobre la gestión turística.

### **Principales acciones:**

- Consolidación del Consejo Departamental de Turismo.
- Publicación del presente informe como herramienta de transparencia.
- Desarrollo de estrategias de comunicación institucional.
- Generación de contenidos informativos a través de redes y web.

### **1. Crear un Consejo Departamental de Turismo que integre a los principales actores de la cadena de valor turística (público, privado y ciudadanía);**

- ***Sesión del Consejo Departamental de Turismo de Montevideo***

En el 2025 se avanzó en la consolidación del Consejo Departamental de Turismo como principal espacio de gobernanza público-privada del sistema turístico de Montevideo. Durante el año se realizaron dos sesiones con enfoques complementarios. La primera fue el 17 de junio y tuvo como eje central la presentación de los Planes Municipales de Turismo, elaborados por seis de los ocho municipios del departamento durante el primer semestre. En esta instancia se compartieron los principales lineamientos, diagnósticos territoriales y propuestas de acción de cada plan, destacando el enfoque de desarrollo local y la puesta en valor de los recursos turísticos de cada zona.

La segunda sesión transcurrió el 26 de noviembre, se abordaron avances vinculados al fortalecimiento de productos turísticos estratégicos (enoturismo, turismo cultural, rural, deportivo y religioso), la promoción del patrimonio inmaterial, el impulso al turismo interno y los circuitos locales, así como el desarrollo de señalética turística en Ciudad Vieja y la continuidad del Observatorio Turístico Inteligente.



Asimismo, se informó sobre la implementación de la Tasa Turística, vigente desde el 1.º de octubre, aplicada a turistas extranjeros, y sobre la creación del Fondo de Sostenibilidad Turística, destinado a financiar proyectos estratégicos del sector.

## **2. Efectuar una rendición de cuentas pública sobre lo actuado en cada año;**

El presente informe anual constituye una herramienta de rendición de cuentas a la ciudadanía, dando cuenta de las acciones desarrolladas durante el año 2025 en el marco de las competencias de la División Turismo de la Intendencia de Montevideo. A través de la sistematización de programas, proyectos, informes técnicos y líneas estratégicas implementadas, se procura garantizar el acceso público a la información y fortalecer la transparencia en la gestión.

La publicación de este informe consolida el compromiso institucional con la mejora continua, la eficiencia en el uso de los recursos públicos y la construcción de políticas turísticas que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de Montevideo.

### 3. Participación en reunión en Junta Departamental

El martes 25 de noviembre la División de Turismo asistió a la Junta Departamental de Montevideo, convocada por la Comisión Asesora de Turismo y Deporte.

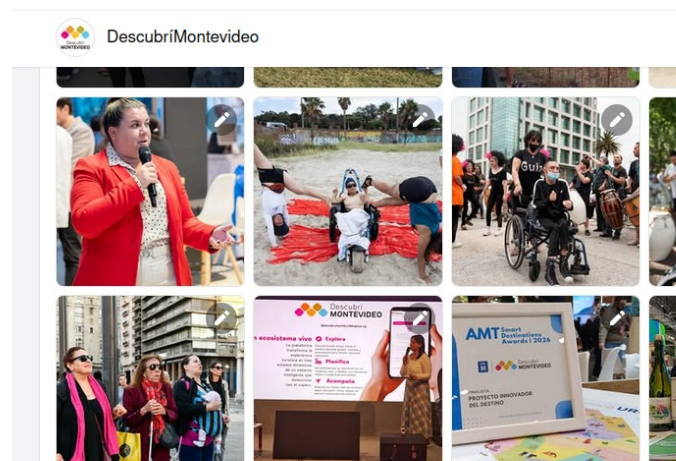
En la comparecencia la directora Karina Fortete, acompañada por el asesor Jorge W. Morandeira, desarrolló la planificación para el año 2025 (que recoge este informe), se detuvo especialmente en los ejes DTI del destino, con especial atención a las acciones de gobernanza como la Mesa Intermunicipal de Turismo, el Concejo Departamental de Turismo de Montevideo y la implementación del Plan Departamental de Turismo y los planes locales. Así mismo, se explicó el procedimiento del cobro de la Tasa turística y la creación del Fondo de sostenibilidad turístico.

Destacó la labor en cada municipio de las/los pasantes de la Licenciatura en Turismo de la Udelar y el apoyo docente para la concreción de los planes mencionados.

Las señoras edilas y los señores ediles realizaron preguntas referidas a la temporada de cruceros, reclamos de las empresas de transporte de pasajeros, bus turístico y visitas al Hipódromo de Maroñas, las que fueron respondidas en el momento.

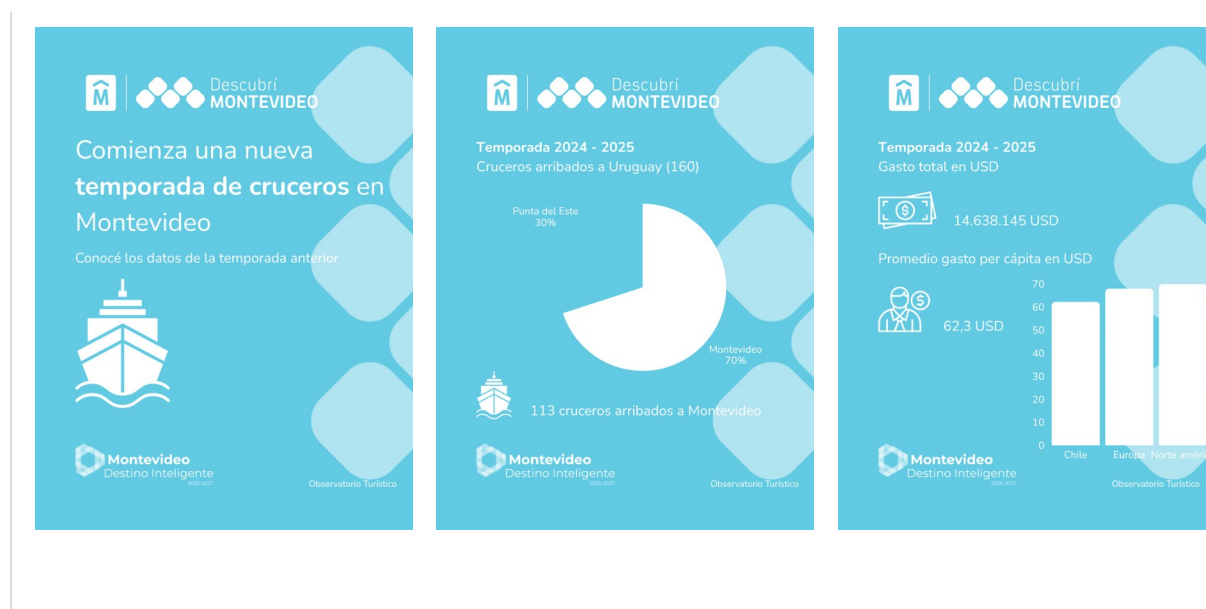
### 4. Compartir información y resultados en diferentes ámbitos de gobernanza;

La información de todas las actividades que son llevadas a cabo se difunden por diferentes canales de comunicación y redes sociales de la división. Además de compartir el trabajo realizado por el equipo de turismo, como también las próximas actividades que se planean realizar en las reuniones intermunicipales y en el concejo departamental de turismo.



#### 4. Desarrollar estrategias comunicacionales acordes a la necesidad de fomentar el seguimiento y la transparencia de la gestión;

En el marco de esta acción se desarrollaron diversas estrategias de comunicación, a saber: una serie de contenidos dirigidos al público en general y al sector turístico en particular, en formato infografía, en Twitter y en LinkedIn de la Intendencia de Montevideo, con información y datos del Observatorio Turístico de Montevideo. Algunos ejemplos fueron: “Actividades de destino 2025”: Bus Turístico y Mirador Panorámico, turismo receptivo en Montevideo, previsión de la conectividad aérea y temporada de cruceros. Además, en Instagram se compartió contenido sobre las actividades vinculadas al turismo social y los recorridos temáticos realizados en distintas fechas especiales.



Además, se creó una sección en la página web del destino para visibilizar toda la información sobre la recaudación e inversión por concepto de tasa turística.

## Tasa turística



### Beneficios

Al abonar la Tasa Turística, se activan beneficios que pueden ser utilizados durante su estadía en Montevideo.



### Normativa

De acuerdo con el Decreto de la Junta Departamental de Montevideo N° 38989 de fecha 12 de diciembre de 2024 y su Reglamentación por Resolución N° 3763/25 de fecha 23 de setiembre de 2025, a partir del 1ero de octubre de 2025 se comenzó a implementar la Tasa Turística.



### Transparencia

La tasa es una contribución que busca que la actividad turística genere un retorno directo para el entorno que la hace posible, asegurando un desarrollo equilibrado que beneficie tanto a residentes como a visitantes.

## EJE 2: TECNOLOGÍA E INTELIGENCIA TURÍSTICA

Incorporación de herramientas tecnológicas y uso de datos para mejorar la gestión del destino.

Línea: Inteligencia turística

Objetivo: Fortalecer el sistema de inteligencia del destino.

### Principales acciones:

#### **Observatorio Turístico**

Se llevó adelante su renovación, incorporando nuevos indicadores, visualizaciones y fuentes de información.

#### **Producción de información estratégica**

Se elaboraron informes sobre:

- Turismo receptivo
- Turismo social
- Empleo turístico
- Conectividad aérea
- Participación empresarial

#### **Visualización de datos**

Se desarrollaron herramientas de acceso a la información para distintos públicos, facilitando la toma de decisiones.

## 1. Robustecer el Observatorio Turístico, agregando nuevas variables y manteniendo actualizados los datos de turismo interno y receptivo del Mintur y otras fuentes;




Durante 2025 se llevó adelante la renovación del Observatorio Turístico de Montevideo, fortaleciendo su rol como herramienta estratégica de gestión e inteligencia turística.

Más info: <https://www.descubrimontevideo.uy/macrodatos/>

La actualización implicó la incorporación de nuevos cuadros, indicadores y visualizaciones, ampliando y sistematizando la información disponible sobre el desempeño del destino. El Observatorio integra datos provenientes de la División Turismo de la IM, el Mintur, el Instituto Nacional de Estadística (INE), fuentes de Big Data y otros organismos relevantes.

## 2. Crear visualizaciones de datos diferenciadas por público, según intereses, dentro del Observatorio Turístico para facilitar el acceso a la información;

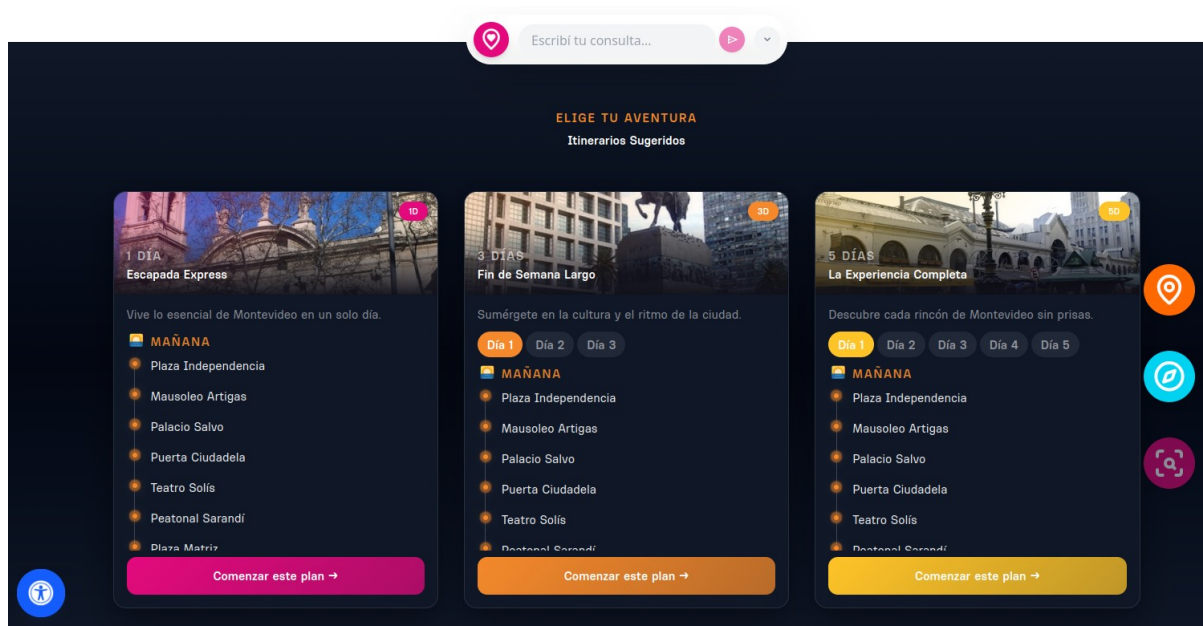
Se desarrollaron visualizaciones de datos diferenciadas según los distintos públicos de interés, con el objetivo de facilitar el acceso, la comprensión y el uso de la información por parte de actores públicos, privados, académicos y de la ciudadanía en general.

<p><b>Indicadores generales del destino</b></p> <p>GTPi: Índice de Percepción Turística Global. Este índice mide el nivel general de la satisfacción del visitante con el destino. Combina los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino</p> 	<p><b>Turismo receptivo en Montevideo</b></p> <p>Conoce cuántos turistas visitan Montevideo, su gasto promedio, duración de estancia y principales países emisores. Explora tendencias, motivos de viaje e impacto económico del turismo en la ciudad.</p> 	<p><b>Conectividad aérea</b></p> <p>La Capacidad Aérea monitoriza el total de plazas aéreas directas programadas para llegar al destino desde los principales orígenes contratados. Se dispone de una programación con anticipación de 11 meses. Los datos están disponibles por país de origen, aeropuertos y aerolínea.</p> 
<p><b>Alojamiento</b></p> <p>Este módulo analiza el nivel de satisfacción con el alojamiento turístico en Montevideo en base a las valoraciones y comentarios de las redes</p>	<p><b>Turismo Social</b></p> <p>En este módulo encontrarás información relacionada con el programa de turismo social realizado por la División Turismo de la Intendencia de</p>	<p><b>Dimensión empresarial y laboral</b></p> <p>Este módulo recoge datos sobre el empleo en el sector turístico: número de trabajadores, características del mercado laboral, formación</p>

La plataforma organiza la información en ejes como indicadores generales del destino, turismo receptivo, conectividad aérea, alojamiento, turismo social, dimensión empresarial y laboral, formación, turismo de cruceros, turismo MICE (Meetings (Reuniones), Incentives (Incentivos), Conferences (Conferencias/Congresos) y Exhibitions (Exposiciones/Ferias), turismo interno, actividades en destino, comportamiento de la demanda y funcionamiento de la Oficina de Turismo.

**3. Mantener actualizados los datos de oferta turística, continuar el relevamiento mensual que hace la División Turismo y difundirlo a través de la página web, del planificador inteligente de visitas y del chatbot;**

Se relevó y actualiza la oferta turística mensualmente, cuya información es difundida a través de la página web institucional, el planificador inteligente de visitas y la webapp descubrimontevideoplus.uy, fortaleciendo los canales digitales de acceso a datos actualizados y confiables.



**4. Implementar un sistema que proporcione datos de ocupación hotelera, así como del alquiler turístico de vivienda por plataforma;**

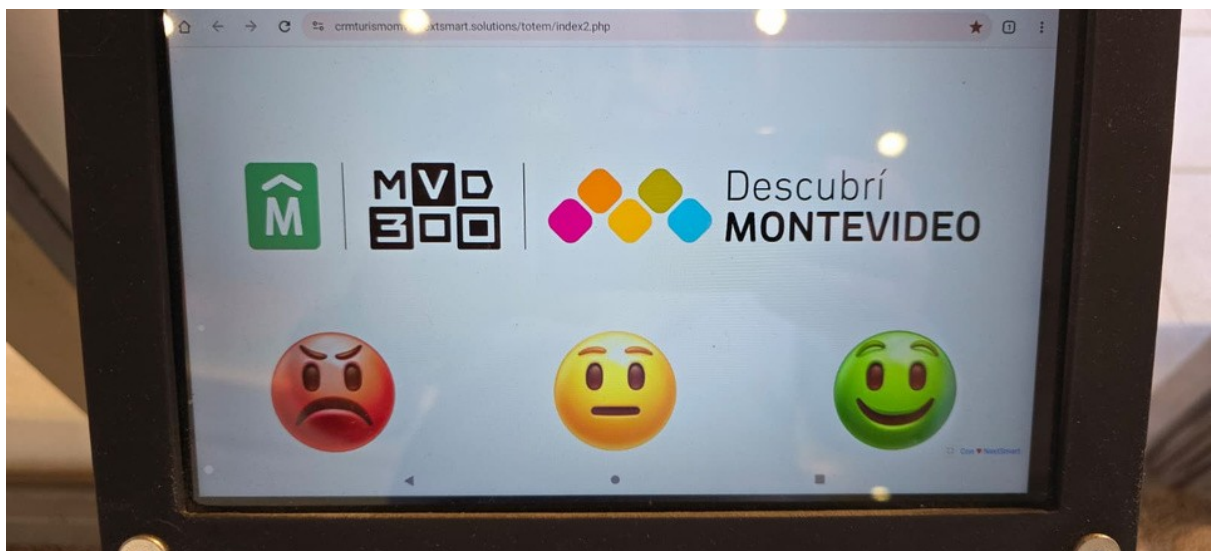
En el marco de la implementación de la Tasa Turística, se establece la obligación de presentar una declaración jurada de carácter trimestral por parte de los establecimientos de alojamiento turístico, la cual contempla información relativa a la ocupación total de hoteles, hostels y viviendas turísticas durante el período declarado. Los datos recabados permitirán disponer de información precisa sobre los niveles de ocupación a escala departamental.

**5. Analizar la información recabada en los principales puntos turísticos y en las oficinas de información turística;**

Durante 2025 se avanzó en la sistematización y análisis de la información generada en los principales puntos turísticos y en las oficinas de información, incorporando herramientas digitales que permiten monitorear la experiencia del visitante y optimizar la gestión del destino.

Las oficinas de información turística utilizaban un sistema CRM que registra consultas, niveles de satisfacción, perfiles de visitantes, procedencia, intereses y demandas frecuentes. Estos datos se integran a los cuadros de seguimiento del Observatorio Turístico de Montevideo.

Asimismo, se encontraba operativo un tótem digital de evaluación de la experiencia en la oficina de información turística de Ciudad Vieja, que permite relevar información sobre el uso del servicio y el nivel de satisfacción de las personas visitantes. Los resultados mostraron una valoración mayoritariamente positiva, destacándose la claridad de la información y la facilidad de uso.



## **5. Implementar herramientas de inteligencia artificial que permitan mejorar la experiencia del visitante.**

Se elaboró una nueva versión de la webapp Descubrí Montevideo Plus. Este desarrollo profundiza un proceso iniciado en 2018, incorporando inteligencia artificial entrenada específicamente con información curada y validada por la División Turismo. La herramienta permite sugerir planes e itinerarios personalizados en función de los intereses, tiempos disponibles y estados de ánimo de las personas usuarias, generando propuestas dinámicas y

adaptativas.



El planificador ofrece itinerarios vivos, con horarios actualizados, descripciones precisas y eventos vigentes, e integra contenidos inmersivos en 360°, favoreciendo una exploración más profunda y experiencial del destino. Asimismo, incorpora funcionalidades de asistencia conversacional a través de un chatbot inteligente, que acompaña a las personas durante su recorrido y puede ir narrando y ajustando la experiencia en tiempo real.

La plataforma integra el Montevideo Pass, fortaleciendo el vínculo con operadores y prestadores de servicios turísticos, y concentrando en un mismo entorno la información, la planificación y las oportunidades de comercialización del destino, en articulación con la Asociación Turística de Montevideo (ATM).

Línea: Digitalización de la oferta turística

Objetivo: Incrementar el uso de herramientas digitales para informar y mejorar la experiencia de los visitantes.

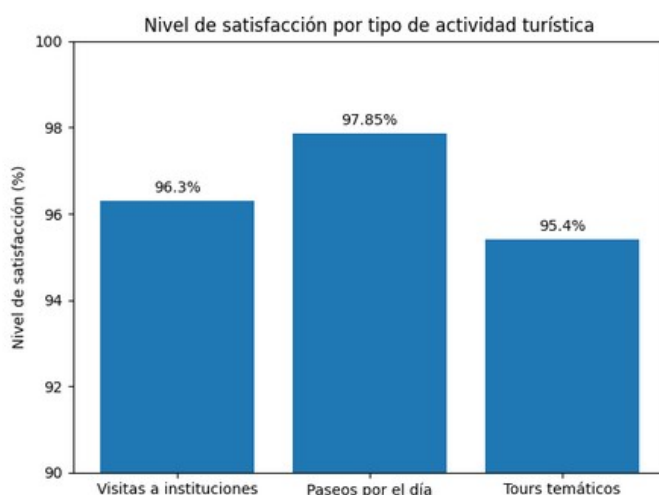
Acciones:

**1. Utilizar soportes tecnológicos e innovadores en los circuitos y actividades en función de**

## las necesidades de los usuarios y de mejorar la experiencia

En el marco de los circuitos, paseos y tours desarrollados, se aplican de forma sistemática encuestas de satisfacción orientadas a evaluar la experiencia de las personas participantes y a recoger sugerencias y comentarios que permitan mejorar continuamente la calidad de las propuestas ofrecidas.

Durante el año 2025, y considerando la suma de las respuestas “bueno” y “muy bueno”, los resultados obtenidos evidencian un alto nivel de satisfacción por parte de los usuarios. En las visitas a instituciones se relevaron 110 respuestas, alcanzando un nivel de satisfacción del 96,3%. En los paseos por el día se obtuvieron 206 respuestas, con un grado de satisfacción del 97,85%. Por su parte, los tours temáticos registraron un total de 444 respuestas, con un nivel de satisfacción del 95,4%.



## 2. Incluir información sobre movilidad urbana en los contenidos turísticos y canales de comunicación

Desde la página de Descubrí Montevideo o las redes sociales de la División Turismo cada actividad, tour temático o paseo que necesite de traslado o medio de transporte se compartió la información de que líneas de ómnibus sirven para llegar a ese destino.



### 3. Ampliar y monitorear el alcance y funcionamiento de las pantallas de autoconsulta

Mantenimiento de las pantallas de autoconsulta para los turistas y actualización de la información. Se monitorea el uso y se evalúa la redistribución de pantallas de acuerdo al flujo de turistas en los distintos puntos turísticos de la ciudad. Las pantallas de autoconsulta se encontraban ubicadas en el Centro de información turística del Mintur; en la terminal Tres Cruces; en el Mercado Agrícola de Montevideo (MAM); en el Edificio “Descubrí Montevideo”, donde se encuentra ubicada la oficina de información turística y la División Turismo; en el Hotel Holiday Inn y también en la Terminal Cruceros.

### 4. Implementar señalética inteligente en los principales puntos turísticos del destino.

Se realizó un llamado para “señalética turística peatonal”, para implementar cartelera que indique los puntos turísticos de Ciudad Vieja, principalmente se va a ubicar en las calles Reconquista, Peatonal Sarandí, calle Rincón, peatonal Calle Colón, peatonal de Pérez Castellano y en la Calle Yacaré esquina de la rambla portuaria.



Línea: Promoción y comunicación turística

Objetivo: Fortalecer los instrumentos de comunicación y promoción turística de acuerdo con los desafíos emergentes.

Acciones:

### 1. Diversificar la demanda turística manteniendo los mercados existentes

Se ejecuta el plan de marketing turístico del destino. En ese marco, se realizaron diferentes campañas. Se mencionan las principales:

Pauta para el partido **final de la Copa Libertadores**, emitido por ESPN para todo Uruguay, Paraguay, Bolivia y Perú, el sábado 29 de noviembre de 2025. Se alcanzó un rating de **14,3%**, ampliamente superior a la segunda programación más vista que llegó a **8,3**.

Además, en diciembre se realizó el lanzamiento de la **campaña de promoción turística para turismo interno**, que puso como eje central la amplitud y diversidad de la oferta del destino bajo el lema *“Venís por una razón, quédate por muchas”*. La iniciativa buscó consolidar a Montevideo como un destino disfrutable durante todo el año, promoviendo la extensión de las estadías y el aprovechamiento integral de la experiencia turística, tanto para quienes visitan la capital por ocio como por otros motivos.



## 2. Promover ampliamente el uso de las herramientas digitales de promoción

Se capacitó a un total 107 personas con el taller de *Herramientas Digitales*. En el mismo se incluyeron pasantes de UTU y estudiantes de UdelaR, agencias de viajes, guías de turismo, personal del Bus Turístico, socios de ATM. El taller consiste en la formación sobre web Descubrí Montevideo, Planificador inteligente de visitas, App Montevideo plus, Pantallas de autoconsulta y circuitos autoguiados virtuales.



Durante junio, julio y agosto, se realizó una campaña de difusión de la Herramientas Digitales, mediante la entrega de cartelera con códigos QR en museos, lugares de interés y

bodegas de Montevideo y área Metropolitana. Se visitaron 62 sitios.

### 3. Mantener presencia de acciones de marketing tradicional;

En el marco de las acciones de marketing tradicional, durante 2025 la División Turismo en articulación con la ATM, mantuvo presencia institucional en eventos de alcance nacional, con el objetivo de promocionar la oferta turística del destino y fortalecer el vínculo directo con el público.

- **Semana Criolla:**

Desde la División se participó con un stand de turismo en la **Semana Criolla**, realizada en el predio de la Rural del Prado durante la Semana de Turismo, uno de los eventos culturales y recreativos de mayor convocatoria del país. La presencia institucional permitió brindar atención personalizada, difundir información turística y promover los distintos productos y experiencias que ofrece Montevideo.



- **FITUR**

Montevideo marca presencia en FITUR 2025 (del 22 al 26 de enero), consolidándose en la mayor plataforma de negocios del sector y punto de encuentro global de la industria. La participación es estratégica, ya que Madrid es el mercado emisor europeo prioritario y la puerta de entrada clave para el turismo hacia la capital uruguaya gracias a su conectividad directa. En este marco, Montevideo reafirma su liderazgo regional al recibir el Premio FITUR 4all 2025, un prestigioso reconocimiento a su compromiso con el turismo accesible e

inclusivo.



- **FIDI, Bonito**

En el marco de la Feria Internacional de Destinos Inteligentes (FIDI) celebrada en Bonito, Brasil, entre el 19 y el 22 de marzo, Montevideo fue reconocida en los Premios Iberoamericanos DTI 2025 siendo galardonada por sus buenas prácticas en los ejes de Gobernanza y Accesibilidad, y consiguiendo por segundo año consecutivo el Premio a Destino Turístico del año. Durante el evento, Montevideo no solo compartió su modelo de gestión basado en datos y sostenibilidad, sino que también fortaleció su rol dentro de la Red Iberoamericana de DTIs, logrando posicionarse de esta manera como un referente técnico en la transformación digital del turismo.



- **Participación en Seatrade Cruise Global 2025**

Como principal destino de cruceros de Uruguay, Montevideo tuvo una presencia estratégica en Seatrade Cruise Global, el evento de referencia para la industria de cruceros a nivel mundial, celebrado del 8 al 10 de abril en Miami. Bajo un stand unificado y coordinado con el Ministerio de Turismo y la Administración Nacional de Puertos (ANP), la capital promociona sus infraestructuras portuarias y atractivos turísticos de cara a las próximas temporadas.



- **Participación en WTM Latin America 2025**

Montevideo tuvo una participación destacada en WTM Latin America 2025, celebrada del 14 al 16 de abril en São Paulo, Brasil. Como feria líder en la región, este evento reúne a los principales profesionales del sector para explorar tendencias y generar oportunidades de negocio de alto impacto. Para la capital uruguaya, la presencia en este foro es fundamental, dado que Brasil representa el segundo mercado emisor más importante para el destino. La conectividad aérea directa y la histórica relación turística con ciudades como São Paulo y Porto Alegre convierten a esta feria en el escenario clave para fidelizar al público brasileño, promover la oferta cultural y gastronómica de Montevideo y fortalecer las redes de comercialización con los mayores operadores del continente.



- ***Meet Up Argentina en Buenos Aires***

Desde el 6 al 8 de agosto se realizó la Meetup Argentina, donde Montevideo buscó reforzar su perfil como sede competitiva en la feria más importante de Argentina para el turismo de reuniones. La participación permitió presentar ante más de 3.600 profesionales del sector la infraestructura y los beneficios específicos que ofrece la ciudad para organizar congresos, ferias y encuentros deportivos. Se concretaron reuniones estratégicas con grandes organizadores y asociaciones internacionales, como la World Association of Agronomist e IRSA, para posicionar a la ciudad en los circuitos internacionales de eventos corporativos y académicos

- ***Participación en FIT América Latina 2025***

Montevideo marcó una presencia estratégica en la Feria Internacional de Turismo (FIT), celebrada del 27 al 30 de septiembre en Buenos Aires. Como el evento de referencia para el sector en la región y uno de los más importantes a nivel global, la FIT constituye la plataforma fundamental para captar al mercado argentino, históricamente el principal emisor de turistas hacia Montevideo. Durante el evento, la capital uruguaya fortaleció una promoción directa al público final. Además, participó en el panel “Ciudades que inspiran y destinos inteligentes: nuevas miradas para la gestión turística” en el espacio Tur Tech, junto a Urbania Lab y el Instituto de Turismo Mercociudades.

- **Participación en Festuris Gramado 2025**

Montevideo participó en la 37ª edición de Festuris, realizada del 6 al 9 de noviembre en Gramado, Brasil. Al ser el mercado brasileño uno de los más estratégicos para la capital uruguaya, la delegación enfocó sus esfuerzos en promocionar los productos más demandados por este público: la gastronomía, la cultura y el enoturismo. Consolidando la estrategia iniciada en 2023, la División Turismo participó de forma dual: en el pabellón principal para la generación de negocios y en el espacio Food & Drinks Experience. En este último, se realizaron degustaciones de vinos y alfajores, utilizando la identidad sensorial como herramienta de promoción. Esta participación integral permitió no solo fortalecer redes comerciales, sino también conectar directamente con el potencial turista a través de las experiencias más valoradas del destino.

#### **4. Apoyar y acompañar a los municipios en su proceso de comunicación y promoción turística**

Para apoyar y acompañar a los municipios en sus procesos de comunicación y difusión de actividades turísticas. Con los pasantes de turismo de los distintos municipios se mantiene una comunicación constante desde la división para apoyar a difundir las actividades con interés turístico y cultural realizadas u organizadas desde sus territorios a nivel departamental.



## 5. Acciones para potenciar el turismo entre Brasil y Uruguay

En 2024 Uruguay recibió **casi medio millón de turistas brasileños**, y Montevideo registró **108.068 visitantes** provenientes de Brasil, con una estadía promedio de **5,4 días**, confirmando la importancia estratégica de este mercado.

La iniciativa incluye acciones de promoción en ciudades emisoras clave, diseño de propuestas urbanas y de escapadas, viajes de familiarización para agentes y capacitación a operadores locales.

Entre noviembre de 2025 y marzo de 2026 se prevén **1.100 vuelos** entre ambos países (+7,5% interanual), con una capacidad estimada de **216.400 asientos** (+10,5%). Siete ciudades brasileñas cuentan con conexión directa a Montevideo, con liderazgo de San Pablo y Río de Janeiro.



La División Turismo avanza en una alianza con **Azul Viagens** para promover productos turísticos de Montevideo en el mercado brasileño, buscando consolidar a la ciudad como principal puerta de entrada del turismo de ese país.

### **EJE 3: TURISMO ACCESIBLE**

Construcción de un destino turístico inclusivo, que garantice el acceso universal y el disfrute de la ciudad.

Línea: Oferta turística accesible

Objetivo: Generar y promover oferta turística con accesibilidad universal.

### **Principales acciones:**

#### **Desarrollo de políticas de accesibilidad**

Se fortalecieron herramientas como la Guía de Turismo Accesible y los relevamientos en infraestructura turística, promoviendo un enfoque de derechos.

## **Reconocimiento internacional**

Montevideo fue distinguido en instancias internacionales por su compromiso con el turismo accesible, consolidando su posicionamiento como destino inclusivo.

## **Formación y sensibilización**

Se desarrollaron instancias de capacitación dirigidas a actores del sector turístico, orientadas a mejorar la atención y la experiencia de personas con discapacidad.

### **1. Asignar recursos económicos, humanos y técnicos a la accesibilidad en la gestión**

**turística;** tenemos asignado un referente en accesibilidad de la División Turismo que ayuda a focalizar las acciones dentro del eje específico a trabajar.

**2. Actualizar periódicamente el diagnóstico de accesibilidad en el destino;** para esta acción se elaboró un formulario de inscripción de propuestas y ofertas accesibles en la ciudad, para que sea la ciudadanía y los operadores quienes informen que están implementando esas acciones y que se puedan corroborar y luego agregar a la Guía de accesibilidad de la ciudad.

<https://www.descubrimontevideo.uy/formulario-de-recepcion-de-propuestas-accesibles-en-montevideo>

**3. Incluir la perspectiva de los colectivos relacionados con la temática;** se llevan a cabo reuniones con el Concejo de Participación de Personas con Discapacidad para que informen sobre sus necesidades y posibles líneas de acción que les sean de utilidad y se realizan contactos con otros colectivos para generar sinergias de trabajo.

También participa en la Mesa Nacional de Turismo Accesible convocada por el Ministerio de Turismo.

### **4. Capacitar sobre accesibilidad turística al sector público, privado y a la ciudadanía;**

1. Cursos “Turismo Accesible con perspectiva de Derechos Humanos” – 3ª y 4ª edición (con 102 personas aprobadas).
2. Cursos de Introducción al Turismo, 2.ª y 3.ª edición (con 204 personas aprobadas).
3. Cursos de Anfitrionía y Turismo, 18ª y 19ª edición (con 168 personas aprobadas).

4. Cursos de Sostenibilidad y Turismo, 3.ª y 4.ª edición (con 117 personas aprobadas).

En total, este año se han capacitado más de 500 personas que han podido aprobar los cursos propuestos, entre ellas 67 personas con diferentes tipos de discapacidad, que representan el 13,5% del total de aprobados durante este año).

Desde marzo de 2025 a Noviembre la División Turismo, junto a la Secretaría de Discapacidad, la División Transporte y el Centro de Formación y Estudios de la IM, lanzó varias ediciones de estos cursos virtuales asincrónicos donde la temática del *Turismo Accesible* es uno de los aspectos que se trabaja en todos ellos.



Uno de los aspectos destacados es que todos cuentan con materiales accesibles e inclusivos, lo que garantiza la plena inclusión de todas las personas que quieran participar de la propuesta. Esto se logra agregando a los materiales en PDF, videos subtitrados y con interpretación en Lengua de Señas Uruguaya (LSU).

Dirigidos a personas interesadas y operadores del sector, los cursos se desarrollaron en modalidad autogestionada a través de la plataforma de la Unidad de Capacitación Ciudadana. Estas iniciativas contribuyen a la capacitación continua del ecosistema turístico y al fortalecimiento de la accesibilidad en el destino.

Incluir a la ciudadanía es una estrategia que ayuda a establecer la temática del Turismo y de la accesibilidad en la agenda social de nuestra ciudad.

**5. Ampliar y fortalecer el programa de playas accesibles.**

Se participó junto a otras áreas de la IM como Deportes, Discapacidad, Guardavidas, Saneamiento, espacios públicos, acondicionamiento urbano y también junto a los Municipios involucrados para cada playa, las que se ubican en el Cerro, Playa Ramírez, Pocitos y Malvín.



## **6. Generar un programa de incentivo, dirigido al sector privado, para adaptación de la oferta existente o promoción de la nueva.**

En el marco de la implementación del Fondo de Destinos Turísticos Inteligentes (Fondo DTI), la División Turismo impulsó un programa de incentivos dirigido al sector privado, orientado a la adaptación de la oferta existente y a la generación de nuevas propuestas alineadas con los principios del turismo inteligente, inclusivo y sostenible. Dentro de este instrumento, uno de los ejes prioritarios fue la accesibilidad, resultando seleccionados dos proyectos que fortalecen la calidad y diversidad de la oferta turística del departamento.

Por un lado, la Granja Didáctica San Gerardo Melilla fue apoyada para la mejora integral de su infraestructura y comunicación accesible, incorporando estacionamiento preferencial, eliminación de barreras físicas, adecuación de baños accesibles, mejoras en senderos y nueva señalética interpretativa con recursos multilingües, códigos QR, pictogramas e interpretación en Lengua de Señas Uruguaya, consolidándose como referente en turismo rural inclusivo en Montevideo.



Por otro lado, el proyecto presentado por Andraco S.A. (WinesOf) fue seleccionado por su aporte a la accesibilidad digital y la innovación en el sector gastronómico, mediante el desarrollo de una plataforma de cartas digitales accesibles con inteligencia artificial, traducción dinámica multilingüe, gestión autónoma de contenidos, agenda de eventos y comunidad enogastronómica, promoviendo además la sostenibilidad a través de la reducción del uso de papel.

Ambas iniciativas contribuyen a derribar barreras físicas y comunicacionales, ampliar el acceso a la experiencia turística para personas en situación de discapacidad, turistas internacionales y otros públicos, y consolidar a Montevideo como un destino que promueve activamente la innovación, la inclusión y la mejora continua de su oferta turística.

## **7. Impulsar la mejora de la accesibilidad motriz, visual, auditiva y cognitiva en los atractivos municipales y departamentales**

En el Mirador panorámico se agregaron placas con accesibilidad visual en Braille en las cuales se explica el recorrido a realizar y cómo llegar. Además se han incorporado un andador y una silla de ruedas para ser prestadas ante requerimiento de algún visitante con la necesidad puntual y que se suman a las acciones ya implementadas desde antes, como baño accesible, cubos informativos, etc.

## 8. Desarrollar nuevos circuitos y paseos accesibles;

Se desarrolló el primer circuito para usuarios de sillas de ruedas en Ciudad Vieja, que incluye las peatonales Sarandí y Pérez Castellano. Durante el mes de noviembre se realizó el primer testeo junto a la Secretaría para la Discapacidad y con parte del equipo de la División Turismo, y en diciembre se realizó su lanzamiento.

### Recorrido por la Ciudad Vieja

Lugares de interés sugeridos:

- 01 Museo del Carnaval
- 02 Oficina de Información Turística
- 03 Mercado del Puerto
- 04 Café Desmadre
- 05 Hotel Puerto Mercado
- 06 Peatonal Pérez Castellano
- 07 Museo de Artes Decorativas
- 08 Plaza Zabala
- 09 Museo Gurvich
- 10 Catedral Metropolitana
- 11 Plaza Constitución
- 12 Cabildo de Montevideo
- 13 Starbucks
- 14 Museo Figari
- 15 Museo Torres García
- 16 Teatro Solís
- 17 Plaza Independencia



Intendencia Montevideo

Descubrí MONTEVIDEO

## Circuito accesible

Un recorrido sin barreras por la Ciudad Vieja



Montevideo te invita a descubrir su casco histórico a través de un recorrido diseñado para personas usuarias de sillas de ruedas y para quienes valoran una ciudad que se disfruta en igualdad. Entre plazas, museos, peatonales y edificios patrimoniales, este circuito propone un paseo amable por la historia, la arquitectura y la vida cotidiana del corazón montevideano.



## Turismo accesible en Montevideo

Montevideo avanza hacia la creación de entornos más amables, diversos y accesibles. Este circuito, desarrollado por la División Turismo con el apoyo de la Secretaría de Discapacidad, integra un conjunto de acciones que promueven experiencias inclusivas para todas las personas. La iniciativa invita a redescubrir espacios patrimoniales, culturales y naturales adaptados a distintas necesidades. Turismo accesible. Volver también es descubrir.

Este circuito incluye la sistematización de todos los servicios que cuentan con accesibilidad como establecimientos gastronómicos, aseos públicos accesibles, propuestas culturales, de alojamiento, información y transporte público accesible.

Línea: Información accesible

Objetivo: Disponibilizar información sobre el destino y sus atractivos a todas las personas.

Acciones:

**1. Mantener actualizada la oferta accesible en toda la cadena de valor turística (hotelería, restauración, atractivos, transporte, etc.) y difundirla;**

Durante el período 2025 se dio continuidad a la actualización permanente de la Guía de Turismo Accesible de Montevideo, como herramienta estratégica para la identificación, sistematización y difusión de la oferta accesible del destino. La guía reúne información validada sobre alojamientos, servicios gastronómicos, atractivos turísticos, experiencias, transporte y otros servicios, incorporando criterios de accesibilidad física, comunicacional y sensorial. Su actualización continua permite reflejar mejoras en la oferta existente, sumar nuevos prestadores y brindar información clara y confiable tanto a residentes como a visitantes, fortaleciendo la planificación autónoma de los viajes y promoviendo una experiencia turística inclusiva a lo largo de toda la cadena de valor.

Asimismo durante 2025 se creó un formulario en la sección Institucional de la página Descubrí Montevideo, para recabar información de nuevas propuestas turísticas accesibles o actualizar las existentes.



## **MONTEVIDEO y el turismo inclusivo**

Promoviendo la accesibilidad universal  
y la inclusión

+++

División Turismo  
Intendencia de Montevideo

Intendencia  
Montevideo

Descubri  
Montevideo

### **2. Generar materiales audiovisuales, folletería, etc. en diferentes lenguajes para garantizar la accesibilidad a los productos y servicios disponibles**

Buscando garantizar la accesibilidad a los productos y servicios turísticos, presentó un conjunto de guías de implementación de accesibilidad dirigidas a diferentes subsectores, con el objetivo de fortalecer la inclusión y mejorar la experiencia de los visitantes:

- **Guía de Implementación de la Accesibilidad para Museos:** Presentada el 29 de mayo, ofrece recomendaciones prácticas sobre infraestructura, comunicación y atención al público, enfocándose en la inclusión de personas con discapacidad.
- **Guía de Accesibilidad para Establecimientos Gastronómicos:** Desarrollada junto a actores del sector privado, como Bar Facal y Wines Of, se enfoca en el concepto de "cadena de accesibilidad", que abarca toda la experiencia del visitante (planificación, desplazamiento, llegada, permanencia y retorno). Destacó que esta iniciativa es crucial ya que más de **800** mil personas en Uruguay tienen dificultades para realizar actividades cotidianas.

- **Guía de Accesibilidad para Bodegas:** Lanzada en el marco del encuentro enoturístico "Del Enclave al Entramado", esta guía busca apoyar a los operadores de bodegas, muchos de los cuales enfrentan desafíos de accesibilidad debido a la antigüedad de sus establecimientos.
- **Guía de Implementación de la Accesibilidad para entornos rurales y ecoturísticos:** Presentada en diciembre durante el Encuentro Nacional de Turismo Accesible, esta cuarta guía se concentró en las propuestas de carácter rural, considerando que el **62%** del departamento posee territorio rural.



**3. Capacitar en comunicación accesible y buenas prácticas a las y los funcionarios que prestan información turística.** Se realizaron capacitaciones internas y en conjunto con la secretaría de la discapacidad que hacen que tengamos al 100% de nuestro personal capacitado.

**4. Congreso de Turismo accesible en el auditorio de Antel, Montevideo,** organizado por el Nodo de Turismo, la Red de Empresas Inclusivas del Uruguay y con apoyo del MinTur, donde Montevideo participó activamente como expositor en el panel "Gobiernos departamentales y territorios accesibles: gestión local, políticas públicas y planificación inclusiva en destinos turísticos". Además se participó con un stand junto a la ATM y a la Secretaría de la discapacidad donde se mostró parte de los materiales y las acciones que se vienen realizando en materia de Turismo Accesible por parte de nuestra División.

5. Hubo participación en el evento Montevideo sin Barreras organizado por la Secretaría de la Discapacidad, en el que se realizó una charla sobre Turismo Accesible y se anunció el lanzamiento del primer circuito para usuarios de sillas de ruedas en Montevideo.



Línea: Información accesible

Objetivo: Disponibilizar información sobre el destino y sus atractivos a todas las personas.

Se realizó de forma constante con apoyo de la Secretaría de Discapacidad un actualización de los servicios, propuestas y ofertas turísticas de todos los operadores que cuentan con accesibilidad y esta información se recaba en la “guía de servicios accesibles”. En el mes de noviembre también se sumó a la sección de formularios, en el panel de menú desplegable “Institucional” de la página web de Descubrí Montevideo, un formulario para proponer o plantear propuestas turísticas accesibles o si hay un nuevo emprendimiento u operador turístico que quiera promocionar los servicios que ofrece accesibles.

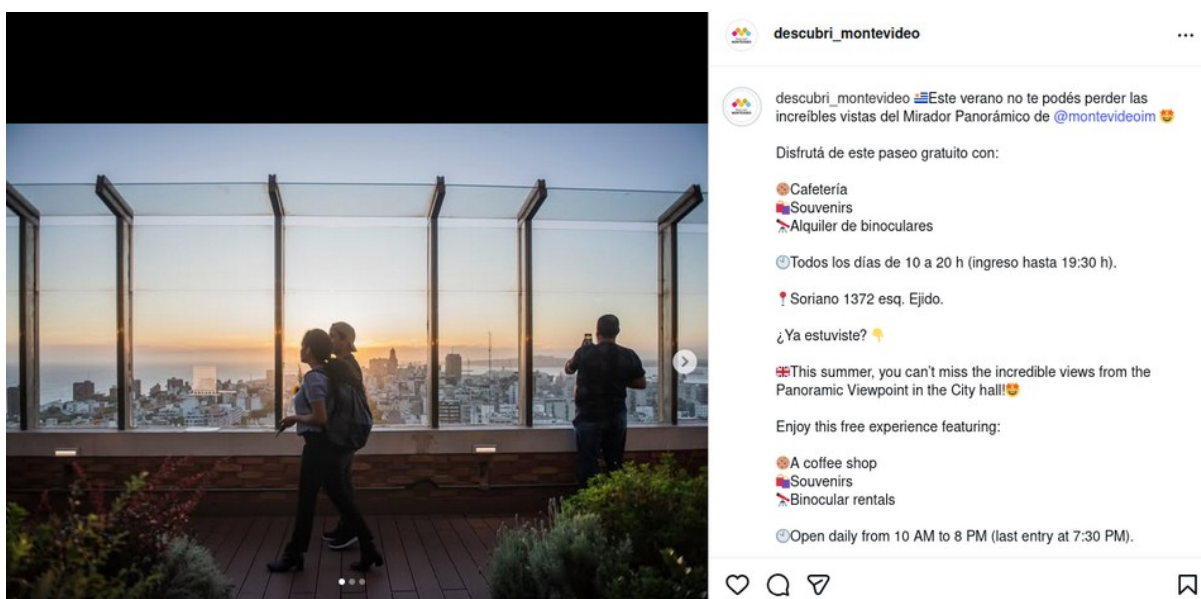
## **EJE 4: DEMOCRATIZACIÓN DEL ACCESO AL OCIO Y A LA RECREACIÓN**

Línea: Turismo social

Objetivo: Ampliar el alcance y fortalecer el programa de turismo social.

### Acciones:

#### **1. Sostener las visitas guiadas y las actividades culturales en el Mirador Panorámico;**



El Mirador Panorámico de la IM se ha consolidado como un atractivo turístico destacado de la ciudad, registrando un total de 274.857 visitantes durante el año. En el marco de las visitas guiadas, se recibió a 66 instituciones, alcanzando a 1.511 personas, quienes recorrieron el mirador acompañadas por guías especializados, fortaleciendo así la dimensión educativa, cultural y turística del espacio. Las instituciones participantes incluyeron centros educativos, organizaciones sociales y organismos públicos de distintos departamentos del país, entre ellos escuelas, liceos, UTU, hogares, clubes de niños y organizaciones de la sociedad civil:

- Áreas Pedagógicas Maldonado
- CAFF Loto
- CANDI
- Esc. Técnica Piedras Blancas
- Escuela 13
- Escuela 280
- Liceo 49
- Liceo 51
- Liceo 6 (Pan de Azúcar)

- Casa Samsari Mides
- Casa Valdocco
- Centro Boulevard INAU
- Centro diurno La Estación
- Centro Juvenil 33 Orientales
- Centro Ni Silencio Ni Tabú
- Club de niños Caminantes
- Club de niños Centro Abierto
- Club de niños Lazo
- Club de niños Rincón de Todos
- Club de niños Santa Bernardita
- Colegio Cervantes
- Colegio Latinoamericano
- Colegio Sagrado Corazón Paso Carrasco
- Colegio y Liceo San Isidro
- Esc. Técnica Paso de la Arena
- Escuela 373
- Escuela 46 Miguelete-Colonia
- Escuela 50 (San José)
- Escuela Las Piedras
- Escuela N 178, B. Borro
- Escuela N 5
- Escuela Rural No 34 (San José)
- Escuela Técnica Santa Catalina
- Escuelas 54 y 73 (Artigas)
- Escuelas de Salto y Paysandú
- Escuelas Rurales N° 41 y 52 Rivera
- Hogar Andariegos
- Hogar Desafío
- IFD Salto
- Juventus
- Liceo 2 Pando
- Liceo 75
- Liceo La Barra (Maldonado)
- Liceo N° 2
- Liceo N° 75
- Liceo N° 5 José Pedro Varela
- Liceo Sauce
- Los Tréboles
- ONG Nosotros
- Org Civil Cippus
- PEJU Colonia Piamontesa (Colonia)
- Preescolar Busy Hands - Ciudad de la Costa
- Tacurú
- UTU Barrio Lavalleja
- UTU Cerro
- UTU La Casona
- UTU LaTeja
- Vete por la Ciudad

## 2. Incluir la mayor cantidad de zonas de Montevideo en el diseño de la oferta de Tours Temáticos y Paseos por el Día;

Se tomaron en cuenta para el diseño y diagramación de los siguientes tours y paseos la mayor cantidad de municipios del departamento.



### **Tours temáticos:**

- **Enero:** se realizó el tour “Mirada Benedetti” en barrio Capurro; “Latido Afro” en Barrio Sur; “Un Siglo de Gloria Celeste” que incluyó los barrios Punta Carretas y Pocitos; “Latido Afro” en barrio Palermo; “Me divierte estar viva” en Punta Carretas; “Historias del tango” por Ciudad Vieja.
- **Febrero:** se realizó el tour temático del Carnaval que incluyó el Teatro de Verano, Barrio Sur y museo del carnaval; tour “historias del tango”; tour “Día de los humedales” en Santiago Vázquez y Cerro; tour “Mirada Benedetti” en barrio Capurro y el tour “Me divierte estar viva” en Punta Carretas.
- **Marzo:** tour temático “Mujeres destacadas” en barrio Prado en el marco del día de la mujer.
- **Abril:** tour “la ruta de la basura” por el ecocentro Buceo, la planta de tratamientos de residuos orgánicos Tesor y el Servicio de disposición final de residuos Felipe Cardoso.
- **Mayo:** tour “Montevideo que linda te leo” en el marco del día internacional del libro por Ciudad Vieja.
- **Junio:** tour “A 52 años de la huelga general” vinculado a la clase obrera y su lucha por la democracia en el municipio F, por Funsu y cooperativa de Las Chimeneas, Plaza huelga general.
- **Julio:** tour “Descubriendo el Parque Rodó”.
- **Agosto:** tour “Viejo Barrio que te vas”; por Ciudad Vieja y Rambla Sur.
- **Septiembre:** tour “Descubrí Santiago Vázquez” y “Mirada Benedetti” en Punta Carretas.

- **Octubre:** “Día del patrimonio en bodegas del municipio G”; patrimonio deportivo en el Parque Batlle.
- **Noviembre:** tour “Identidad Ferroviaria” por barrio Peñarol.
- **Diciembre:** tour temático de playas en el Barrio Carrasco en el marco del día de las playas, donde se plantaron especies psamófilas con los participantes del recorrido.



### **Paseos:**

- **Marzo:** “Celebrando la vendimia” en el municipio G por bodegas y barrio Colón, la plaza Idiarte Borda.
- **Abril:** “Encuentro con la naturaleza” se visitaron viveros y la granja San Gerardo en Melilla.
- **Mayo:** “Explorando la ciudad: rincones históricos y espacios modernos” por el museo del carruaje, Jacksonville y Zonamérica.
- **Junio:** “Un viaje entre emociones y estrellas” Estadio Centenario y planetario.
- **Julio:** “Rincones con historia: encantos de Parque Rodó y Punta Carretas”.
- **Agosto:** “Ruta de invierno: vino, paisaje y cultura” por la Iglesia del Cerrito, bodegas y Capurro textil (proyecto premiado por el fondo “patrimonio en los barrios”).

**Diseñar propuestas segmentadas por público objetivo a fin de diversificar los beneficiarios y dar prioridad a poblaciones más vulnerables:**

Continuando con el Convenio vigente con la Organización Nacional de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas del Uruguay (ONAJPU), se realizaron 10 visitas guiadas en ómnibus a usuarios de diferentes departamentos, recorriendo los atractivos turísticos más relevantes de la ciudad: Cerro de Montevideo, Prado, Parque Batlle, rambla y Mirador Panorámico.

Se han diseñado circuitos específicos y adaptados en conjunto con la Asesoría Para La Igualdad de Género y Secretaría de Equidad Étnico Racial y Poblaciones Migrantes.

Asimismo, se ha trabajado en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Social y Ministerio de Turismo realizando visitas guiadas a grupos de niños, adolescentes y mujeres de los programas Uruguay Crece Contigo e Inmujeres.



**3. Articular acciones y estrategias en consonancia con las políticas de la Asesoría de Igualdad de Género de la IM con miras a viabilizar el acceso de las mujeres a actividades de ocio y turismo:**

En articulación con la Asesoría para la Igualdad de Género de la Intendencia de Montevideo,

durante 2025 se desarrollaron tours temáticos con perspectiva de género, como el circuito “Mujeres destacadas”, orientado a visibilizar el aporte histórico, cultural y social de mujeres relevantes en la ciudad. La propuesta incluyó recorridos gratuitos por distintos puntos del territorio —entre ellos el Prado y otros espacios urbanos significativos— poniendo en valor figuras femeninas y promoviendo el acceso equitativo de las mujeres a experiencias de ocio y turismo cultural. Estas actividades, guiadas por profesionales del sector, fortalecen el enfoque de género en la oferta turística y contribuyen a generar espacios de encuentro, reflexión y apropiación del patrimonio desde una mirada inclusiva.

#### **4. Crear acuerdos con intendencias y otras instituciones del país para visitar Montevideo;**

Durante el período, se fortaleció la articulación con organismos públicos y la academia para promover a Montevideo, destacándose los siguientes avances:

- Consolidación del trabajo con el Ministerio de Turismo a través del Sistema Nacional de Turismo Social y el Ministerio de Desarrollo Social, concretando visitas guiadas para niños y jóvenes de Uruguay Crece Contigo (Colonia) y participantes de la 4ª edición de Promotoras de Inmujeres.
- Se avanzó en el convenio con BPS para el acceso cultural de jubilados y pensionistas residentes en complejos habitacionales y acuerdo con ONAJPU para visitas mensuales programadas.
- Se coordinaron y apoyaron recorridos a las universidades UCU, ORT y UdelaR en el marco de congresos de Ingeniería, Sociología y recepción de nueva generación de estudiantes que se instalan en la capital.
- Trabajo conjunto con Desarrollo Ambiental (visitas en Playas de Carrasco y Parque Mauá), Desarrollo Social y el Municipio G.

#### **5. Ampliar los canales de promoción de las propuestas del Programa de Turismo Social de la IM**

Se envió el boletín a una base de datos de pasajeros a través de las redes de Descubrí Montevideo y también se divulgaron los Paseos por el día a través de Tickantel, ya que la venta de entradas se realiza por esa plataforma.

## **6. Establecer un estándar de calidad de los productos ofrecidos por el Programa de Turismo Social;**

Servicios: baños, precios adecuados, infraestructura básica para desarrollar la actividad turística, capacidad de carga, esto se informa a los operadores al momento de establecer presupuestos o coordinar visitas.

Se mantuvieron reuniones con los pasantes de UdelaR a fin de informar los servicios mínimos que deben de mantener los operadores turísticos para poder incluir nuevos proyectos o destinos. Concretando la creación de un documento con operadores de servicios aptos para este segmento turístico.



## **7. Apoyar a las empresas y emprendimientos en el desarrollo de ofertas que se adecúen a las necesidades de la demanda.**

En el marco de la acción “Apoyar a las empresas y emprendimientos en el desarrollo de ofertas que se adecúen a las necesidades de la demanda”, durante el período se llevaron adelante instancias de capacitación y reuniones de trabajo en conjunto con la Asociación Turística de Montevideo (ATM), orientadas a acompañar a los prestadores en la adecuación de sus propuestas a distintos segmentos de demanda, en particular al turismo social. En estas instancias se brindaron recomendaciones vinculadas a la adaptación de precios, diseño de propuestas accesibles y adecuación de servicios, promoviendo una oferta más inclusiva y

acorde a las características y posibilidades de este público. Estas acciones contribuyen a fortalecer la articulación público-privada y a ampliar el acceso a la experiencia turística en Montevideo, favoreciendo una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

Línea: Espacios públicos, cultura y convivencia

Objetivo: Fomentar la democratización en el acceso a espacios públicos y la convivencia.

### **Acciones:**

#### **1. Ampliar y fortalecer la formación en experiencias de acogida, hospitalidad y anfitrionía para la población local y centros educativos:**

- ***Curso de Anfitrionía y Turismo – 18.ª edición***

En coordinación con la Asesoría de Desarrollo Municipal y Participación, la División Turismo abrió las inscripciones para la 18.ª edición del curso gratuito y virtual de Anfitrionía y Turismo, dirigido a residentes de Montevideo mayores de 18 años.

El curso, desarrollado del 3 al 30 de abril mediante modalidad autogestionada en la plataforma de la Unidad de Capacitación Ciudadana, incluyó seis módulos con materiales accesibles (audio, video, interpretación en LSU y lectura facilitada).

La propuesta fortalece las capacidades de acogida y hospitalidad de la población local, en coherencia con la estrategia de democratizar el acceso a la formación turística y promover una ciudad más hospitalaria y participativa.

- ***Capacitaciones en anfitrionía y turismo accesible***

La División Turismo fortaleció las capacidades del ecosistema turístico mediante tres encuentros presenciales de capacitación en el sitio de memoria La Tablada, orientados a la anfitrionía y comunicación del patrimonio cultural de Montevideo.

Asimismo, el 2 de julio se realizó una instancia de formación en turismo accesible dirigida a los concejales de los ocho municipios, organizada junto a la Secretaría de la Discapacidad y la Unidad de Capacitación Ciudadana.

En agosto comenzará una nueva edición del curso virtual “Píldora de introducción al turismo”, desarrollado junto al Centro de Formación y Estudios de la IM. La propuesta será autogestionada y accesible, con materiales en audio, video, LSU y lectura facilitada, dirigida a personas mayores de 18 años residentes en Montevideo.

### **EJE 5: INNOVACIÓN para incrementar la competitividad y potenciar ideas**

Línea: Diversificación de la oferta

Objetivo: Desarrollar y potenciar segmentos/productos emergentes.

#### Acciones:

#### **1. Crear un programa de validación de ideas de negocio para el sector turístico**

Kit de herramientas. En marzo se presentaron un conjunto de herramientas orientadas a promover la transformación de las empresas turísticas hacia modelos más innovadores, sostenibles y competitivos. Las iniciativas incluyen programas de formación, asociatividad, asistencia técnica, apoyos financieros y recursos enfocados en la mejora de la calidad turística.

Durante la instancia se anunciaron los proyectos seleccionados en la segunda edición del Fondo Destinos Turísticos Inteligentes, que destinó \$8.000.000 para financiar 13 iniciativas en sostenibilidad, tecnología, innovación y accesibilidad, impulsadas por 20 empresas del sector.

Estas acciones fortalecen las capacidades del ecosistema turístico y contribuyen al desarrollo de un modelo de gestión inteligente en todo el departamento.

#### **2. Fortalecer la estrategia de turismo MICE.**

En el marco del fortalecimiento de la estrategia de turismo MICE, durante 2025 se promovieron acciones orientadas al desarrollo de capacidades técnicas y a la profesionalización de los actores vinculados a la industria de reuniones. En este sentido, se apoyó la realización de la jornada de capacitación “Impacto, tendencias y desarrollo de la

industria de reuniones en Uruguay”, desarrollada en el Hotel Cottage Carrasco, que abordó contenidos estratégicos vinculados a la planificación, gestión, comercialización y evaluación de eventos. La actividad contó con la participación de referentes del sector a nivel nacional e internacional, incluyendo representantes de ICCA, y constituyó una instancia clave para el fortalecimiento del ecosistema MICE local, contribuyendo al posicionamiento de Montevideo como destino competitivo y alineado a estándares internacionales del turismo de reuniones.



[www.descubrimontevideo.uy](http://www.descubrimontevideo.uy)



**3. Elaborar hojas de ruta para segmentos estratégicos: LGBTQI+, turismo rural, enoturismo, ecoturismo, turismo MICE y turismo cultural;**

En el marco de la definición de hojas de ruta para segmentos turísticos estratégicos, durante 2025 se avanzó en la elaboración de lineamientos específicos para el fortalecimiento del enoturismo, el turismo rural y el turismo cultural, a partir del proyecto *Del Enclave al Entramado*. Esta iniciativa, impulsada por la División Turismo junto al equipo de Tinta, tuvo como objetivo consolidar un entramado colaborativo entre bodegas y emprendimientos turísticos vinculados a la gastronomía, el alojamiento, la cultura y la naturaleza, organizados en circuitos Rural, Ambiental y Urbano. El trabajo incluyó un diagnóstico participativo, la definición de una identidad compartida, el diseño de un plan estratégico de marketing y comunicación, y la capacitación de los actores en herramientas de comunicación turística, branding y redes sociales. Asimismo, se promovió la autonomía y sostenibilidad del entramado mediante la apropiación de materiales existentes —como la Guía de Enoturismo y piezas institucionales— y la entrega de herramientas prácticas para la autogestión.



#### **4. Trabajar junto con colectivos asociados al tango y al candombe para la generación de propuestas que pongan en valor los patrimonios mundiales que tiene Montevideo;**

La División Turismo en articulación con la ATM, bodegas locales y actores comunitarios, impulsó la presentación del vino y medio y medio de Cuareim 1080. Esta iniciativa se inscribe en el proceso “Del Enclave al Entramado” y busca integrar patrimonio cultural, producción local y desarrollo turístico, fortaleciendo la identidad territorial y generando

nuevas experiencias enoturísticas con anclaje comunitario. El producto profundiza la estrategia de enoturismo del departamento, incorporando una mirada inclusiva en un territorio emblemático de la cultura afrouruguaya, vinculado históricamente al conventillo Mediomundo y al candombe, declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. La articulación entre las bodegas Ángel Fallabrino, Familia Dardanelli y Bodega Santa Rosa, junto a Cuareim 1080 y la comunidad local, contribuye a diversificar la oferta turística de Montevideo, promoviendo un turismo cultural con sentido de pertenencia, fortaleciendo la gobernanza turística y generando oportunidades para emprendimientos locales.



##### **5. Relacionar la actividad turística con eventos deportivos, tanto profesionales como amateurs, contemplando tanto participantes, como acompañantes y público general;**

En el marco de esta acción se llevó a cabo la creación del día del patrimonio deportivo, realizándose el primer encuentro de Turismo Deportivo los días 15 y 16 de octubre.

Organizado por la División Turismo con apoyo del Ministerio de Turismo, la Secretaría Nacional del Deporte, la Cámara Uruguaya de Turismo y la Asociación Turística de Montevideo. La instancia buscó fortalecer el turismo deportivo como producto estratégico y

consolidar la participación del destino en la Red Latinoamericana de Turismo Deportivo.

La jornada del 15 de octubre, realizada en la Sala Dorada de la IM, incluyó exposiciones, paneles y talleres sobre turismo deportivo y desarrollo sostenible, cadena de valor, negocios vinculados al deporte y el rol de los eventos en la gestión del destino. El cierre incorporó la proyección de *Sangre de Campeones* en el marco del Día del Patrimonio Deportivo.



El 16 de octubre se realizaron recorridos técnicos por sitios deportivos emblemáticos como el Museo Palacio Peñarol, Paseo del Parque, Estadio Centenario, Fundación Gonzalo “Gonchi” Rodríguez y la Pista de Atletismo.

Lanzamiento del Vino del Estadio Centenario en el Museo del Fútbol.



Todas las actividades fueron gratuitas y abiertas al público, con inscripción previa para los circuitos.

## **6. Promover la generación de oferta enoturística asociativa y de calidad, sobre todo enfocada en el mercado brasileño y de cruceros**

En el marco de la estrategia de fortalecimiento del enoturismo asociativo y de calidad, la División Turismo desarrolló durante 2025 nuevas acciones del proyecto *Del Enclave al Entramado*, orientadas a consolidar una oferta enoturística integrada, inclusiva y competitiva.

La actividad incluyó la presentación de materiales audiovisuales del proyecto y el intercambio con iniciativas apoyadas por el Fondo DTI, fortaleciendo la articulación entre bodegas, operadores turísticos y otros actores del territorio. Asimismo, se desarrolló una instancia específica orientada al turismo de cruceros, donde se abordaron estrategias para adaptar productos enoturísticos a este segmento, clave para la diversificación de mercados y la captación de visitantes internacionales, en particular del mercado brasileño.

La División Turismo acompañó el desarrollo y lanzamiento del Vino del Estadio Centenario, una iniciativa que integra turismo cultural, deportivo y enoturismo, generando valor agregado a partir de la identidad local. El proyecto, impulsado en coordinación con el Ministerio de Turismo, la ATM, Comisión Administradora del Field Oficial (CAFO) y las bodegas Santa Rosa, Dardanelli y Ángel Fallabrino, propone un souvenir turístico asociado a la visita al Museo del Fútbol, uno de los atractivos más visitados del departamento. Esta acción fortalece el vínculo entre la producción vitivinícola local y los flujos turísticos existentes, promoviendo el acceso de los visitantes a las bodegas del territorio y contribuyendo a la diversificación de la oferta turística, al desarrollo económico local y a la consolidación de experiencias que combinan patrimonio, tradición y turismo.



### **7. Desarrollar estrategias de fidelización de los cruceristas y tripulantes en el territorio;**

En el marco de esta acción orientada a fortalecer la relación con el segmento de cruceros, durante 2025 se impulsaron estrategias específicas que apuntaron a la fidelización de la tripulación, reconociendo su rol clave como prescriptores del destino frente a los cruceristas. El MinTur en coordinación con la IM promovieron una convocatoria a operadores turísticos para el diseño de promociones exclusivas dirigidas a los tripulantes de los cruceros, con el objetivo de motivar su descenso a tierra y con ello el consumo de productos y servicios turísticos que ofrece el destino. Las propuestas fueron difundidas a través de los canales institucionales del MinTur, buscando ampliar el conocimiento sobre el destino, fortaleciendo el vínculo con la ciudad, fomentando la generación de experiencias positivas que contribuyen a la construcción de la imagen del destino y el retorno al mismo.

# TEMPORADA DE CRUCEROS 2025 - 2026

## Promoción para la tripulación de cruceros

Invitamos a los comercios de la zona  
a ofrecer beneficios a la tripulación de cruceros.

### Objetivo:

Incentivar a la tripulación a descender y conocer nuestra oferta turística, productos y servicios, para que puedan disfrutar de la ciudad y brindar recomendaciones fundadas a los pasajeros.

### Fechas importantes:

- Inscripción: hasta 1/10/2025
- Vigencia de la promoción: 1/11/2025 al 10/04/2026

### Como participar:

- Complete el formulario digital escaneando el QR.
- Toda la información estará disponible en la web del Ministerio de Turismo ([www.gub.uy/ministerio-turismo/](http://www.gub.uy/ministerio-turismo/))

### Consultas:

- Soledad Viera - [mviera@mintur.gub.uy](mailto:mviera@mintur.gub.uy)
- Irene Cabrera (Montevideo)  
[icabrera@mintur.gub.uy](mailto:icabrera@mintur.gub.uy)
- Kristina Bula (Maldonado)  
[mbula@mintur.gub.uy](mailto:mbula@mintur.gub.uy)



## 8. Ampliar el acceso a los beneficios económicos generados por el arribo de cruceros a una mayor cantidad de prestadores de servicios turísticos;

Conversatorio “A bordo del negocio: ¿cómo funciona el sector de cruceros?”, una instancia de intercambio que reunió a representantes institucionales y empresas referentes del sector, y que permitió abordar los principales desafíos, oportunidades y dinámicas del negocio de cruceros desde una perspectiva de gobernanza colaborativa.

Durante la temporada 2024 la ciudad recibió **113** escalas, con un total aproximado de **234.000** pasajeros que hicieron escala en el puerto, generando un gasto estimado superior a los **14** millones de dólares en servicios y comercios locales, con un gasto promedio per cápita de 62,3 dólares.

## 9. Monitorear el funcionamiento del Bus Turístico en pos del desarrollo de rutas eficientes y atractivas que se adapten a los diferentes perfiles de turista;

Durante 2025 se realizó un monitoreo mensual del funcionamiento del Bus Turístico de Montevideo, en coordinación con la Dirección de Movilidad de la Intendencia, con el

objetivo de optimizar el servicio y contribuir al desarrollo de rutas eficientes y atractivas, adaptadas a los diferentes perfiles de turistas. Según los datos sistematizados en el Observatorio Turístico, en el período analizado se registró la venta de 49.776 boletos, de los cuales 33.691 fueron extranjeros, 13.435 corresponden a usuarios que accedieron al servicio mediante la tarjeta STM Común y los beneficios tarifarios para jubilados, estudiantes y turismo social fueron un total de 2.650. El seguimiento mensual de la demanda permitió identificar estacionalidades, picos de uso y variaciones según tipo de público, información que se utiliza como insumo para el ajuste de recorridos, paradas estratégicas, frecuencias y estrategias de comunicación del servicio. Asimismo, el análisis de estos indicadores contribuye a fortalecer el rol del Bus Turístico como herramienta de movilidad turística sostenible, favoreciendo la descentralización de los flujos de visitantes y el acceso equitativo a los principales atractivos del destino.

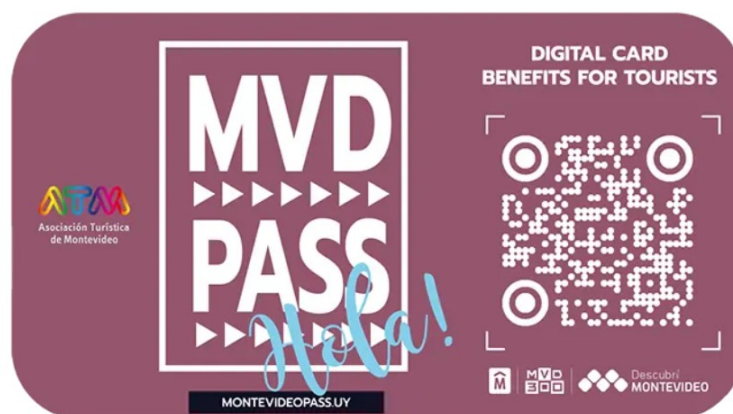


Línea: Modelo DTI / Innovación y tecnología

Objetivo: Consolidar el modelo DTI en el destino Montevideo.

**1. Apoyar el desarrollo de la Montevideo Pass, a ser implementada por la ATM, para impulsar la comercialización de oferta turística integrada y fomentar la asociatividad;**

Se integró Montevideo Pass en la webapp, este programa diseñado para facilitar el acceso a diversas atracciones y actividades en Montevideo. Es gestionado por la ATM y ofrece beneficios y descuentos para explorar la ciudad.



## **2. Impulsar concursos de ideas basados en desafíos para estimular la innovación turística en aspectos relacionados a la gastronomía, las industrias creativas y el turismo comunitario en espacios rurales y naturales;**

Participó del foro de Inlab en la sala Ernesto de los Campos con dos propuestas “Tu huella en la experiencia de Montevideo” que consistió de 5 jornadas durante una semana completa del 1 al 8 de diciembre. El proyecto presentado fue objeto de estudio durante toda la semana, el cual propone involucrar a turistas y visitantes en la gestión turística de Montevideo para fortalecer su posicionamiento como Destino Turístico Inteligente (DTI). El mismo integra innovación, sostenibilidad y gobernanza participativa para repensar el vínculo con el público turístico y consolidar un modelo de gestión más abierto, colaborativo y basado en evidencia. Teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) número 8 y 12.

# TU HUELLA EN LA EXPERIENCIA DE MONTEVIDEO



Montevideo, Diciembre de 2025

### **3. Desarrollar y promover proyectos de turismo comunitario que valoricen la cultura, la memoria y el patrimonio local, por ejemplo, los recorridos históricos y artísticos por barrios y eventos culturales;**

Se realizaron recorridos desde la División Turismo involucrando proyectos del programa “Patrimonio en los barrios” que nuclea grupos, organizaciones y/o asociaciones que trabajan sobre el patrimonio cultural a nivel local. En este marco se hicieron recorridos con visitas al grupo “Capurro textil” y “Memoria del trabajo del Municipio F”. A su vez, los pasantes del convenio FHCE-UDELAR - División Turismo, trabajando en cada municipio se encuentran en vínculo con el mencionado programa a fin de realizar actividades turísticas a partir de las propuestas que surjan de esta instancia.

A su vez, la División Turismo, en sus recorridos involucra lugares que son gestionados por grupos de vecinos como ser el Castillo Idiarte Borda, el Parque Baroffio y Molino de Pérez, dando cuenta del proceso de gobernanza, de promoción del patrimonio local y del empoderamiento del mismo por parte de la comunidad local.

### **4. Se apoyaron propuestas de visita a Sitios de Memoria facilitando recursos humanos y promoción;** dentro de ellos destacan el Circuito de la Memoria del Municipio C que se desarrolló varias veces en el año con organización de la sociedad civil. Como el recorrido por

diversos sitios de la memoria en el marco de la conmemoración de los 50 años de la Operación Morgan y el Plan Cóndor (1975-2025). El recorrido tuvo lugar el sábado 25 de octubre y consistió en la visita a 4 sitios de La Memoria utilizados para acciones represivas en la dictadura civil-militar (1973/1985). Iniciando el recorrido en el Sitio “La casona” ex-SID (Bulevar Artigas 1532) sede de la INDDHH y partiendo desde ahí hacia el Sitio “Casa de Punta Gorda”. Dirigiéndose luego hacia al Sitio “300 Carlos, Infierno grande”. Por último se visitó el Sitio “La tablada” para cerrar el recorrido en el punto de partida.

Línea: Inversión turística

Objetivo: Promover la inversión turística en Montevideo.

Acciones:

**1. Convertir el Centro de Conferencias de la IM en un espacio de vanguardia para el turismo de congresos y eventos;**

La división de turismo durante 2025 avanzó en la consolidación del Centro de conferencias del edificio sede, fortaleciendo su equipamiento y modernizando los procedimientos de gestión para lograr posicionarlo como un espacio competitivo para el turismo de congresos y eventos.



## **EJE 6: TURISMO RESPONSABLE**

### **Hacia un turismo más verde, responsable y equitativo**

Línea: Desarrollo del turismo responsable

Objetivo: Consolidar a Montevideo como un destino de turismo responsable.

#### Acciones:

**1. Propiciar un desarrollo de la oferta turística descentralizada que evite la concentración de los visitantes en zona central y costera;** en este sentido se propiciaron recorridos por parte de la División de Turismo en diversos barrios y con diferentes temáticas: Barrio Peñarol y patrimonio ferroviario, Recorridos por bodegas en Colón y zonas aledañas (en el marco del Foro de Enoturismo), tour deportivo por Parque Batlle, recorridos con perspectiva ambiental en Santiago Vázquez entre otros.

A su vez, en el otorgamiento de los fondos DTI, se priorizó a empresas del sector turístico que fomentaron la oferta turística emplazada fuera de las áreas centrales del departamento.



**2. Colaborar con instituciones educativas para abordar temas conectados con el turismo sostenible;** en el marco de la Feria de Turismo 360 se realizó una actividad junto al

Municipio F de recorrido, sensibilización y concientización de los aspectos ambientales en el Rincón del Bañado para escuelas.

En este mismo sentido, los guías de la División Turismo, en sus recorridos (camina-tours o city tours) que se realizan para instituciones educativas, se destaca el perfil ambiental de la ciudad (sus parques, plazas, playas, arbolado) y la importancia de su cuidado.



**3. Promover la economía circular dentro del sector;** se otorgó el reconocimiento Montevideo más Verde, edición Turismo a empresas, que entre otras acciones hacen reciclaje, reutilizar materiales o le dan nuevos destinos a través de donaciones (por ejemplo toallas y ropa de cama de hoteles).



**4. Sensibilizar a los visitantes para comportamientos responsables;** hay disponible en versión digital un folleto con datos generales y consejos para realizar turismo en Montevideo de manera responsable. A su vez, en los canales de difusión de la oferta turística están priorizados los operadores que son amigables con el ambiente, por lo que, de manera indirecta se fomenta el comportamiento responsable de los visitantes.

**5. Desarrollar programas de capacitación a la ciudadanía en general y a los actores directos e indirectos de la cadena de valor turística;**

Curso de sostenibilidad turística: Es un curso virtual autogestionado, con una carga total de 30 horas, organizado en conjunto con el Centro de Formación y Estudios de la IM, tiene como objetivo fomentar el conocimiento sobre las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y su importancia para el desarrollo del turismo responsable.

**6. Incluir a los diferenciales de la ciudad con relación a la sostenibilidad en la promoción del destino;** se realizaron piezas audiovisuales y fotografías promocionales destacando el aspecto ambiental de Montevideo. A su vez, los operadores turísticos que preservan o contribuyen de manera positiva con el medioambiente son destacados en los canales de difusión.

Línea: Fomento de buenas prácticas

Objetivo: Asegurar la incorporación de buenas prácticas en el sector.

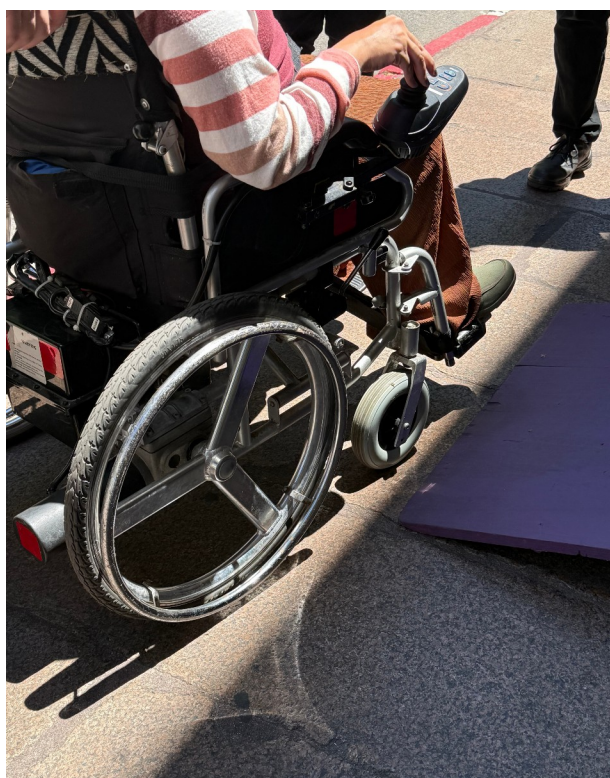
Acciones:

### **1. Articular con organizaciones e instituciones impulsoras de nuevos sellos y reconocimientos;**

Participación en el Comité de Expertos en Accesibilidad de UNIT, para trabajar la mejora e implementación de normas específicas en materia de accesibilidad.

*Se han trabajado específicamente 3 Normas en el último año que son:*

- PU UNIT 1318, Accesibilidad de las personas al medio físico - Requisitos de accesibilidad para los elementos de señalización en el entorno construido
- PU UNIT ISO 17049, Accesibilidad de las personas al medio físico - Diseño accesible - Aplicación del braille en señalización, equipos y aparatos.
- PU UNIT 200, Accesibilidad de las personas al medio físico - Criterios y requisitos generales de diseño para un entorno edificado accesible.



## **2. Promover el acceso a la tarjeta del Sistema de Transporte Metropolitano (STM) para turistas;**

En el 2025 a través de los puntos de información turística y del portal Descubrí Montevideo, se difundió información clara y accesible sobre el uso de la tarjeta STM y qué hacer para adquirirla, como sus modalidades de carga y los beneficios de la misma. Promoviendo su uso como una herramienta práctica para desplazarse dentro de la ciudad.

Esta acción se articula también con la promoción del Bus Turístico de Montevideo, un servicio orientado a los visitantes, el cual recorre los principales atractivos de la ciudad. Asimismo, se mantuvo el precio diferencial para turistas, favoreciendo el acceso a este servicio y ampliando las posibilidades de movilidad en el destino. A los turistas o visitantes que se encuentren alojados y que abonen la tasa turística se les hará una serie de descuentos en diferentes servicios incluyendo el Bus Turístico.

## **3. Elaborar un manual de buenas prácticas en turismo sostenible y difundirlo entre el sector;**

En el marco de la estrategia de desarrollo del turismo responsable, durante 2025 la División Turismo de la Intendencia de Montevideo elaboró y presentó la *Guía de Productos Turísticos Responsables*, una herramienta orientada a acompañar al sector turístico en la incorporación de criterios de sostenibilidad en el diseño, gestión y mejora de sus productos y servicios.

La guía propone un enfoque integral del turismo sostenible, contemplando dimensiones ambientales, sociales y económicas. Incluye recomendaciones prácticas vinculadas a la prevención y reducción de residuos, la correcta clasificación de materiales reciclables, la reutilización de embalajes y la implementación de prácticas de compostaje, especialmente en emprendimientos gastronómicos. Asimismo, promueve estrategias asociadas a la economía circular, el uso de proveedores locales y el fortalecimiento de las comunidades vinculadas a la actividad turística.



El documento también destaca la importancia del trabajo articulado entre el sector público y privado para el desarrollo de infraestructuras, instalaciones y capacidades humanas que permitan avanzar hacia productos turísticos más responsables y sostenibles, contribuyendo al desarrollo económico local con criterios de equidad y cuidado ambiental.

La *Guía de Productos Turísticos Responsables* se concibe como un instrumento de referencia para el sector, orientado a difundir buenas prácticas, fomentar la mejora continua y consolidar a Montevideo como un destino comprometido con un modelo de turismo sostenible y responsable.

#### **4. Llevar a cabo acciones de mitigación de la huella de carbono en el destino;**

En el marco de la Feria Internacional de DTI Turismo 360 realizada en mayo del 2025 la División Turismo incorporó acciones orientadas a mitigar la huella de carbono del destino asociada a la actividad turística y a la realización de eventos. La feria impulsó un enfoque interdisciplinario de sostenibilidad ambiental, incorporando contenidos de sensibilización,

formación y buenas prácticas relacionadas a la reducción de impactos ambientales, como también el uso eficiente de los recursos y la promoción de modelos turísticos más responsables.

Turismo 360 también funcionó como una instancia de intercambio entre actores: públicos, privados y académicos, para reflexionar sobre la incorporación de ciertos criterios ambientales en el diseño de productos y la planificación turística.

Línea: Igualdad de oportunidades

Objetivo: Apoyar a micro y pequeñas empresas.

Acciones:

### **1. Incluir a ferias artesanales y microemprendimientos en circuitos y paseos de la IM;**

Con el objetivo de dinamizar la economía local y dar visibilidad a la producción artesanal, se integraron diversas propuestas productivas en los circuitos y paseos organizados por la División.

- En el Pueblo Santiago Vázquez, se integró la propuesta "Caminos del Agua" (canotaje y visitas guiadas) con la oferta de microemprendimientos locales. Asimismo, se incorporaron los viveros del Municipio G como puntos de interés en los recorridos del territorio, así como venta de souvenirs y productos locales en las visitas al Castillo Idiarte Borda.
- Durante las celebraciones del Día del Patrimonio en el Municipio G, las bodegas Dardanelli y Fallabrino instalaron ferias de emprendedores para la venta de souvenirs, textil, joyería y gastronomía en sus predios.
- En el marco del circuito de patrimonio industrial del Municipio F, se promovió la comercialización de alimentos de productores locales en la Cooperativa La Chimenea, vinculando la historia del barrio con el sustento de sus trabajadores actuales.



## 2. Crear circuitos y propuestas en zonas menos desarrolladas turísticamente;

Se ha trabajado intensamente en la diversificación de la oferta turística de Montevideo, diseñando y ejecutando recorridos que ponen en valor la identidad, la historia y el medio ambiente en municipios fuera del circuito tradicional:

- Municipio G: desarrollo de visitas guiadas que incluyen el Aeródromo de Melilla, viveros y el Teatro de Verano de Monte de la Francesa
- Implementación del tour "La Ruta de la Basura", una propuesta de sensibilización y educación ambiental que recorre el Ecocentro Buceo, la planta de tratamiento de residuos orgánicos Tregor y el sitio de disposición final de residuos Felipe Cardoso.
- Patrimonio comunitario y memoria, visitando a Capurro Textil, proyecto destacado por el fondo "Patrimonio en los Barrios". Circuito en el Municipio F conmemorativo del 52° aniversario de la Huelga General, fortaleciendo el turismo de memoria. Recorrido por la Iglesia del Cerrito de la Victoria en el Municipio D, hito arquitectónico y paisajístico del norte de la ciudad.
- Visita del Rincón del Bañado de Carrasco (Municipio F).
- Circuito por los Humedales de Santa Lucía y el Parque Débora Céspedes (Municipio A), fomentando el turismo de cercanía y la preservación ambiental.
- Turismo deportivo: consolidación de una ruta temática que incluye escenarios icónicos como el Palacio Peñarol (Cordón), el Gran Parque Central (La Blanqueada) y el Museo Gonchi Rodríguez (Carrasco), integrando la pasión deportiva al relato cultural de la

ciudad.

### **3. Articular con otras instituciones para potenciar micro y pequeños emprendimientos a través de capacitación y fondos reembolsables y no reembolsables;**

En el marco de esta acción, la División Turismo de la IM articuló con diversas instituciones públicas, académicas y del ecosistema emprendedor para acercar a las micro y pequeñas empresas turísticas herramientas de capacitación, asesoramiento técnico y acceso a financiamiento reembolsable y no reembolsable. Durante 2025 se sistematizaron y difundieron recursos presentados en la jornada *“Impulso al turismo: herramientas y oportunidades para tu empresa”*, que incluyeron instrumentos propios de la División Turismo (autodiagnóstico de Empresas Turísticas Inteligentes, cursos en sostenibilidad, accesibilidad y anfitrionía, guías técnicas y herramientas digitales como Descubrí Montevideo, el chatbot y el planificador), así como programas de apoyo financiero y de transformación digital de la Unidad Mypes de la IM y de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE). Asimismo, se promovió el acceso a créditos subsidiados, garantías, microfinanzas, programas de validación y capital semilla, junto con servicios de capacitación, mentorías y acompañamiento brindados por instituciones académicas como la Universidad de la Empresa (ULAB-UDE) y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la República. Estas acciones buscan fortalecer la competitividad, sostenibilidad, digitalización y formalización del entramado empresarial turístico de Montevideo, facilitando la articulación interinstitucional y el acceso efectivo a oportunidades de desarrollo para el sector.

#### **Fondo DTI:**

Asimismo la División Turismo impulsó un conjunto de instrumentos orientados a incentivar al sector privado en la mejora y diversificación de la oferta turística, mediante programas de capacitación, asistencia técnica y apoyos financieros reembolsables y no reembolsables, en articulación con instituciones públicas, académicas y del ecosistema emprendedor. Entre estos instrumentos se destaca el Fondo DTI, que en su segunda edición contó con una inversión total de \$8.000.000 y apoyó proyectos orientados a sostenibilidad, tecnología, innovación y accesibilidad, promoviendo la transformación de las empresas hacia modelos más inteligentes, competitivos e inclusivos. En el eje de accesibilidad, fueron seleccionados

los proyectos “Adecuación de espacio para turismo inclusivo” de la Granja San Gerardo Melilla, enfocado en la mejora de infraestructura, señalética y comunicación accesible en un emprendimiento de turismo rural, y “Plataforma integral para accesibilidad universal en restaurantes” de Andraco SA, orientado a la digitalización de cartas gastronómicas accesibles, multilingües y sostenibles mediante el uso de tecnología e inteligencia artificial. Estas iniciativas contribuyen a fortalecer la oferta turística existente, fomentar la innovación en el sector privado y posicionar a Montevideo como un destino comprometido con la accesibilidad, la inclusión y el desarrollo turístico inteligente.

Según el informe elaborado por la División Turismo sobre la participación empresarial en las dos ediciones del Fondo DTI, se registraron 84 postulaciones entre 2024 y 2025, lo que evidenció un interés creciente de las micros y pequeñas empresas del ecosistema turístico y cultural de Montevideo por innovar, fortalecer sus propuestas y aportar al desarrollo del turismo inteligente del destino. La mayoría de las propuestas provino de microempresas de reducido tamaño (1 a 5 personas), reafirmando la pertinencia del fondo como instrumento para acompañar a este segmento en su profesionalización y crecimiento sostenible.

#### **4. Fomentar, a nivel de municipios, la creación de espacios de comercialización para productos de micro y pequeños emprendimientos locales.**

En articulación con la Asociación Turística de Montevideo (ATM), la Intendencia de Montevideo impulsa la creación de espacios de comercialización destinados a visibilizar y fortalecer a micro y pequeños emprendimientos turísticos locales. En este marco, mediante la Resolución Nº 5255/25 se aprobó el otorgamiento en comodato del local Nº 1, ubicado en Pérez Castellanos 1564, a la ATM, con el objetivo de consolidar un punto estratégico para la promoción, difusión y comercialización de la oferta turística asociativa de la ciudad. La ubicación del espacio, en una zona de alto tránsito de turistas y cruceristas, permite potenciar la comercialización de productos y servicios de emprendimientos radicados tanto en el Municipio B como en el resto del territorio departamental, incluyendo bodegas, guías, transportistas, restaurantes, hoteles, museos y otros actores del sector, contribuyendo al desarrollo económico local y a la descentralización de oportunidades comerciales.

Línea: Trabajo turístico decente

Objetivo: Velar por el cumplimiento de los derechos laborales en el sector turístico.

En el marco del Día Mundial del Turismo, la División Turismo organizó el conversatorio “Cómo avanzamos en la calidad del empleo turístico”, a cargo del investigador Ernest Cañada, especialista en trabajo turístico y precariedad. La actividad se realizó el 24 de septiembre y convocó a profesionales del sector, estudiantes y organismos públicos.

Cañada analizó los principales factores que afectan la calidad del empleo turístico —bajos salarios, temporalidad, largas jornadas y alta rotación— y su impacto diferencial en mujeres, jóvenes e inmigrantes. También destacó cómo la subcontratación y las desigualdades estructurales profundizan la precariedad laboral.

La instancia permitió discutir escenarios y desafíos para avanzar hacia un modelo de turismo con empleo decente, inclusivo y sostenible, alineado con los ODS y las directrices de la OIT.



## 1. Conversatorio: Economía Social y Turismo Comunitario – Experiencia Co'ox Mayab (Yucatán, México)

El 11 de agosto se realizó en la sede de la División Turismo un conversatorio sobre economía social y turismo comunitario, con la participación de Carla Izcara, investigadora y técnica de Alba Sud (España). La actividad permitió conocer la experiencia de Co'ox Mayab, cooperativa mexicana de segundo nivel que reúne emprendimientos de turismo comunitario en Yucatán.

Durante la jornada se abordaron los desafíos y oportunidades del turismo comunitario como alternativa al modelo turístico tradicional, poniendo énfasis en la construcción colectiva, la gestión territorial y la sostenibilidad social. Se destacó el rol de Co'ox Mayab como referente latinoamericano por su capacidad de articulación, formación interna y defensa de los intereses de las comunidades, incluso en contextos críticos como la pandemia.

El encuentro ofreció un espacio de reflexión e intercambio para estudiantes, cooperativas, colectivos sociales y actores locales interesados en repensar el turismo desde enfoques inclusivos y solidarios.

## 2. Famtour/ Fampress

Durante 2025, la ciudad de Montevideo continuó posicionándose como destino turístico atractivo al mercado internacional generando sinergias y acciones invitando a periodistas, creadores de contenido y medios especializados para mostrar in situ las diversas experiencias que se pueden encontrar en todo el territorio.

Quienes estuvieron son:

1. Tatjana Blobel de Redaktion BRIGITTE (Alemania)  
Medio: prensa escrita y reportajes para medios editoriales europeos especializados en turismo y estilo de vida.
2. Sylvia Barbosa Barreto de @viajaresimples (São Paulo, Brasil)  
Medio: Experiencias de viaje simples y accesibles para el público brasileño.
3. Surian Dupónt + Fotógrafo Carlo Mollona @garfoemala (Porto Alegre, Brasil)  
Medio: Fotografía de viajes y propuesta visual para redes y medios digitales.
4. Julián Belinque: Travel2Latam  
Foco: turismo latinoamericano, rutas e itinerarios para viajeros hispanohablantes.
5. Flavia Tomaello - Clarín entre otros de Buenos Aires.  
Foco: Periodista / influencer focalizada en viajes y experiencias culturales.
6. Maureen Berger - TV Nacional Chile y dos revistas nacionales

7. Medios: Medios tradicionales, Multiplataforma audiovisual y editorial, con énfasis en turismo y estilo de vida.
8. Jonathan Awerbuch, Medio: instagram cronopio.viajero - Blog/revista digital de viajes con enfoque narrativo y experiencias personales.

Durante las distintas jornadas de estas acciones de promoción, se diseñaron propuestas temáticas diferenciadas en función de los intereses y perfiles de cada participante, con el objetivo de optimizar su estancia y potenciar la generación de contenidos de valor sobre el destino. La programación incluyó turismo cultural y experiencias urbanas, mediante recorridos por la Ciudad Vieja, museos, patrimonio arquitectónico y circuitos históricos; enoturismo y gastronomía local, con visitas a bodegas, degustaciones y experiencias vinculadas a productos identitarios y a la cultura gastronómica de Montevideo; así como naturaleza y turismo urbano, destacando la rambla, el entorno del Río de la Plata y los circuitos naturales integrados a la ciudad. Entre las instancias más destacadas se incluyeron también experiencias vinculadas al turismo deportivo, con la visita al Estadio Centenario, y al patrimonio cultural inmaterial, a través del circuito autoguiado *Latido Afro*, que culminó con un taller en la Asociación C1080. Asimismo, se puso especial énfasis en la sustentabilidad y la accesibilidad, posicionando a Montevideo como un destino inclusivo y comprometido con un modelo de turismo responsable.

Resultados de Cobertura			
Medio	Formato	Público objetivo	Alcance estimado
Redaktion BRIGITTE	Artículos impresos y web	Audiencia europea	Alto
@viajaresimples	Post y reels	Brasil – viajero general	Medio
@garfoemala	Fotografía editorial	Brasil – visual storytelling	Medio
Travel2Latam	Blog / redes	Latam viajeros	Medio-alto
UCV TV & Plaza TV	TV	Audiencia chilena regional	Alto
POPCORN – UCV Radio	Radio	Audiencia radiofonía cultural	Medio
cronopio.viajero	Blog de viajes	Comunidad global de viajeros	Medio
Revista CHEF & HOTEL	Reportajes impresos	Profesionales hospitality	Medio
Revista Sí, acepto!	Revista estilo de vida	Público lifestyle	Medio

Trabajar en los fam como estrategia clave de trabajo en clave de gobernanza desarrollada en algunos casos junto al Ministerio de Turismo y la Asociación Turística de Montevideo, que permitió fortalecer la presencia internacional de Montevideo como un destino competitivo, con una oferta innovadora y alineada a las tendencias actuales del turismo. Estas acciones favorecieron la generación de contenidos de alto impacto visual, editorial y audiovisual,

ampliando la visibilidad del destino y potenciando su llegada a distintos mercados. La diversidad de perfiles convocados prensa tradicional, medios digitales e influenciadores posibilitó alcanzar múltiples audiencias y enfoques narrativos, consolidando una estrategia de promoción integral que posiciona a Montevideo.



En síntesis, las acciones desarrolladas durante 2025 evidencian un abordaje integral de la política turística departamental, articulando planificación estratégica, generación de información para la toma de decisiones, fortalecimiento de segmentos prioritarios y promoción de un turismo inclusivo, sostenible y con enfoque territorial.

La consolidación de instancias de coordinación interinstitucional, el acompañamiento a la formalización del sector, el impulso a la profesionalización y la producción sistemática de informes técnicos reafirman el compromiso de la División Turismo con una gestión basada en evidencia y orientada al desarrollo económico local.

De cara a los próximos períodos, se continuará profundizando la articulación público-privada, la innovación en productos turísticos y la incorporación de perspectivas transversales —como accesibilidad y sostenibilidad— con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de Montevideo como destino competitivo, diverso y de calidad.



## *Montevideo hacia el futuro*

Durante 2025, Montevideo avanzó en la consolidación de un modelo turístico basado en la innovación, la sostenibilidad y la inclusión, posicionándose como referente en la región.

El trabajo articulado entre actores públicos, privados y académicos permitió fortalecer la planificación, mejorar la experiencia turística y ampliar el acceso al turismo en todo el territorio.

De cara a 2026, el desafío será profundizar estas líneas de trabajo, continuar desarrollando productos turísticos innovadores y seguir posicionando a Montevideo como un destino inteligente, accesible y sostenible.