

Observatorio de Turismo Inteligente.

A continuación van las preguntas y sus respectivas respuestas:
Cómo está estructurado el Observatorio?

El Observatorio de Turismo Inteligente (OTI) se enmarca dentro del Sistema Nacional de Inteligencia Turística creado en la Ley de Presupuesto Nro 20212.

INCISO 09 - MINISTERIO DE TURISMO

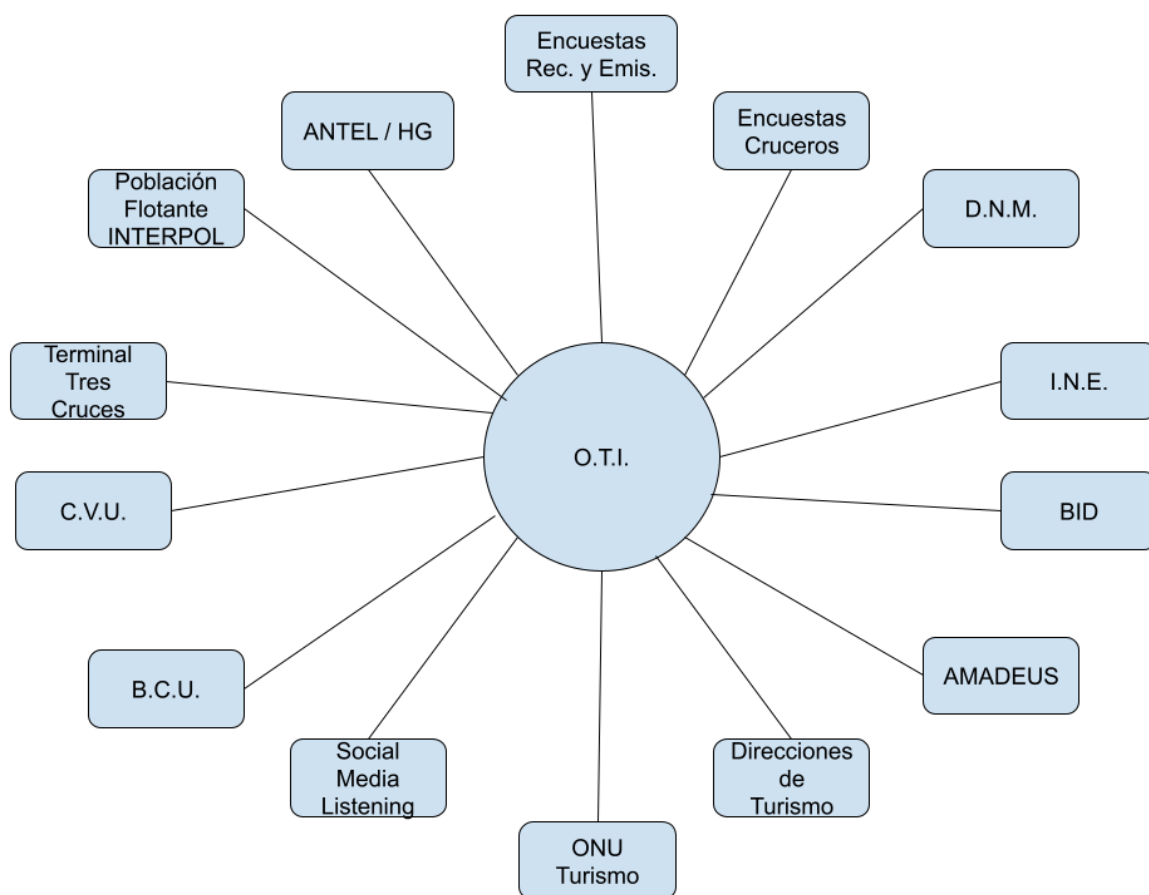
Artículo 275

Créase en el Inciso 09 "Ministerio de Turismo", unidad ejecutora 003 "Dirección Nacional de Turismo", el Sistema Nacional de Inteligencia Turística (SNIT).

El referido sistema tendrá los siguientes objetivos: contribuir a la mejora de los procesos de planificación estratégica de todo el sector, incluidos los destinos turísticos emergentes; recopilar, organizar y analizar diferentes fuentes de información, elaborando cuadros de mando e informes dinámicos adaptados a las necesidades de los usuarios y posibilitando la descarga de los mismos.

El tratamiento de los datos integrados al referido sistema estará amparado por el secreto estadístico previsto en el artículo 17 de la Ley N° 16.616, de 20 de octubre de 1994.

El Poder Ejecutivo reglamentará el presente artículo, definiendo los distintos integrantes del sistema y las formas de funcionamiento.



¿Cuántos funcionarios /as participan ?

El trabajo del **Observatorio de Turismo Inteligente (OTI)** involucra de forma permanente a **10 funcionarios del Departamento de Investigación y Estadísticas**, junto con **5 funcionarios adicionales** provenientes de otras oficinas de ambas unidades ejecutoras, quienes participan activamente a lo largo de todo el año.

Durante la **temporada de cruceros**, que se extiende de **noviembre a marzo**, el equipo se refuerza con la incorporación de **13 funcionarios adicionales** de ambas unidades ejecutoras, para atender las demandas específicas de ese período y asegurar la correcta recolección y análisis de datos relacionados con la llegada de cruceros y sus pasajeros.

¿Cuál es la situación funcional ?

Todos los funcionarios son presupuestados y pertenecientes al MINTUR.

¿Dónde está instalado ?

El Observatorio funciona bajo la órbita del Departamento de Investigación y Estadísticas, el cual depende de forma directa de la Dirección Nacional de Turismo.

¿Qué documentos ha producido ?

El **Observatorio de Turismo Inteligente (OTI)** es una herramienta de acceso público que permite a la población, así como a diversos actores del sector, acceder de forma **libre, amigable y transparente** a información actualizada, gran parte de ella disponible **en tiempo real**.

El OTI ha incorporado **nuevas fuentes de datos provenientes del Big Data**, lo que permite **analizar y comprender de forma integral la experiencia del viajero**, desde la planificación del viaje hasta su retorno. Además, las **bases de datos crudas** se publican en el **Catálogo de Datos Abiertos de AGESIC**, garantizando la disponibilidad de información para su reutilización, mientras que el equipo del Observatorio genera **numerosos reportes y análisis** basados en estos datos.

Los resultados de este trabajo se canalizan en **diferentes documentos e informes** que tienen diversos destinatarios, entre los que se destacan:

- Comunicación institucional.
- Informes regulares a las autoridades del Ministerio.

- Comunicados dirigidos a la prensa y a **ONU Turismo**.
- Insumos clave para **la toma de decisiones internas**.
- Hallazgos relevantes para otros **organismos estatales y privados**, como el **BCU**, el **MEF** y el **INE**.

Asimismo, el OTI ha llevado a cabo **numerosos talleres y jornadas de capacitación** en estadísticas turísticas en distintas localidades del país, en colaboración con **INEFOP**, con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas del sector.

El impacto del Observatorio se refleja en los **datos de acceso** que obtenemos mediante **Google Analytics**, los cuales muestran un **crecimiento constante** en el uso de sus plataformas, con visitas provenientes de **diversos países alrededor del mundo**. Esto evidencia el interés y la relevancia que la información publicada por el OTI tiene tanto a nivel nacional como internacional.

Si bien resulta imposible detallar la totalidad de los documentos elaborados, a modo de ejemplo podemos destacar uno de los más recientes: un informe sobre la **trazabilidad de los visitantes residentes en Brasil dentro del territorio nacional**, el cual fue presentado a los equipos de **Planeamiento y Marketing** para que sirviera como insumo en la definición de sus estrategias.

En la actualidad, considerando la proximidad del mes de febrero, estamos **analizando las búsquedas realizadas por ciudadanos chilenos** en los **GDS** (Global Distribution Systems) y **OTA's** (Online Travel Agencies) relacionadas con viajes a Uruguay. Hemos identificado una **tendencia muy significativa** que podría motivar la toma de decisiones específicas para convertir esas búsquedas en reservas concretas.

Este análisis se complementa con la **brecha de precios en tiempo real** respecto a destinos competidores, lo que nos permite obtener una visión comparativa clave para las estrategias de mercado.

El informe resultante de este análisis estará **disponible esta semana** y será **elevado a las autoridades** para su consideración y uso en la toma de decisiones.

Qué indicadores se han construido ?

A continuación se detallan los indicadores disponibles actualmente, según el tema analizado, señalando los que fueron creados a partir de la Creación del Observatorio de Turismo Inteligente (OTI).

Indicadores de Turismo Interno:

- **Cantidad de visitas:** (Nuevo) Número total de entradas registradas a un destino. Cada vez que un visitante asiste en días distintos, se cuenta como una nueva visita, permitiendo así medir la frecuencia con la que los destinos son elegidos más allá del número único de visitantes.
- **Cantidad de visitantes:** (Nuevo) Número total de visitantes únicos nacionales que visitan el departamento de análisis.
- **Estadía promedio:** (Nuevo) Tiempo promedio que un visitante o turista pasa en el sitio. La estadía comienza a partir de las 4hs de actividad en el destino.
- **Promedio pernóctes:** (Nuevo) Permanencia en el destino por un período mayor a las 4 hrs, entre las 22:00 y las 06:00 del día siguiente.
- **Origen del turismo interno:** (Nuevo) Porcentaje de los visitantes a un destino por departamento de residencia.
- **Proporción por género:** (Nuevo) Porcentaje por género de los visitantes para un determinado rango de fechas en un destino determinado.
- **Grupo etario :** (Nuevo) Porcentaje de los visitantes agrupados por franjas etarias, para un determinado rango de fechas en el destino seleccionado.
- **Evolución de los visitantes:** (Nuevo) Cantidad de visitantes mensuales y diarios en un determinado destino, para el año seleccionado.

Indicadores de Turismo Receptivo:

- **Cantidad de visitantes:** Definido como los no residentes que ingresan al destino por motivos diferentes a trabajo remunerado en el destino y por un período inferior a los 12 meses, ésto incluye turistas y excursionistas.
- **Gasto de los visitantes:** Gasto total en dólares corrientes de los visitantes a un determinado destino, en el período de tiempo considerado.
- **Gasto por persona:** Gasto de los visitantes / Cantidad de visitantes expresado en dólares corrientes.
- **Gasto por persona x día:** Gasto por persona / Cantidad de días, expresado en dólares corrientes.
- **Cantidad de visitantes por nacionalidad agrupada:** Cantidad de visitantes según el documento utilizado para viajar.
- **Cantidad de visitantes por destino agrupado:** Cantidad de visitantes según el destino principal, o sea el que permanecieron mas tiempo dentro del país.
- **Gasto por zona de destino:** Gasto total de los visitantes según el destino principal elegido, expresado en dólares corrientes.
- **Gasto por nacionalidad:** Gasto total según la nacionalidad del visitante determinada por el documento utilizado para viajar.
- **Gasto por rubro:** Gasto total según el rubro del mismo (Alojamiento, alimentación, compras, transporte, cultural y recreativo, tours y otros).
- **Ranking de productos:** (Nuevo) Es el porcentaje de utilización de los productos turísticos definidos por Planeamiento según el uso de los visitantes.
- **Segundo país visitado:** (Nuevo) Determina el porcentaje de visitantes que en su viaje incluyeron otros países.

Indicadores de Turismo Emisivo:

- **Cantidad de viajeros:** Número de residentes que viajaron al exterior.
- **Cantidad de viajeros por país o región de destino:** Número de residentes que viajaron al exterior, según el destino principal visitado.
- **Gasto total:** Gasto total de los viajeros residentes en el exterior expresado en dólares corrientes.
- **Gasto diario x destino:** Gasto total de los residentes en el exterior por día, según destino principal, expresado en dólares corrientes.

Indicadores de población flotante:

- **Cantidad de huéspedes:** (Nuevo) Cantidad de personas alojadas en tiempo real, que pernoctan en todos los alojamientos de hotelería y parahotelería del país, (se excluyen pensiones o similares).
- **Cantidad de huéspedes por país de residencia:**(Nuevo) Es la cantidad de huéspedes según el país de residencia de los mismos.
- **Cantidad de pernoctes:** (Nuevo) Se determinan los pernoctes por la diferencia entre la fecha y hora de entrada y salida del huésped en el establecimiento.
- **Género de los huéspedes:** (Nuevo) Porcentaje de los huéspedes según género.
- **Cantidad de pernoctes por destino:**(Nuevo) Es la cantidad de pernoctes según la localidad y/o el departamento seleccionado.
- **Habitaciones disponibles:** (Nuevo) Es la cantidad de habitaciones ofrecidas por los establecimientos en un destino determinado.
- **Ocupación hotelera:**(Nuevo) Se define como el porcentaje de habitaciones / plazas, ocupadas en determinado período de tiempo, en relación a las habitaciones / plazas disponibles en el destino seleccionado.

Indicadores de turismo de cruceros:

- **Cruceros arribados:** Es el número de cruceros que arriban a los puertos de Montevideo y Punta del Este por temporada y que incluyen descenso de pasajeros.
- **Cruceristas:** Son la cantidad de personas que se desplazan en crucero (barco) por motivo de ocio y vacaciones y que descienden en los puertos uruguayos.
- **Cruceros arribados por puerto:** Porcentaje de cruceros arribados por puerto
- **Cruceristas arribados por puerto:** Porcentaje de cruceristas descendidos por puerto.

- **Cruceristas por nacionalidad:** Cantidad de cruceristas descendidos según su nacionalidad.
- **Gasto de los cruceristas:** Gasto total de los cruceristas descendidos por temporada, expresado en dólares corrientes.
- **Gasto por persona:** Gasto total de los cruceristas descendidos / Cruceeristas
- **Gasto por puerto:** Gasto total realizado por los cruceristas descendidos según puerto expresado en dólares corrientes y en porcentaje del total.
- **Gasto por rubro:** Gasto total de los cruceristas descendidos según el rubro (compras, alimentación, transporte, tours y otros) expresado en dólares corrientes y en porcentaje del total.

Indicadores de Amadeus Destination Insights:

- **Indicadores de Air Searches:** (Nuevo) Esto incluye un pack de indicadores provenientes de las intenciones de los viajeros a través de datos de su actividad de búsqueda de más de 200 millones de pasajeros reales buscando por día, en más de 20.000 TA y OTA's en todo el mundo, incluyendo las 10 principales OTA's del sector a nivel mundial. Estos indicadores abarcan la etapa previa al viaje y son muy importantes para comprender la demanda potencial. Esta batería de indicadores están en formato diario, actualizados semanalmente y nos proporciona información de 12 meses hacia atrás y análisis prospectivo de 12 meses hacia adelante. Nos permite las búsquedas por país de origen (todo el mundo), hacia Uruguay y hacia 5 destinos competidores al nuestro (Argentina, Brasil, Perú, Chile, y Colombia).
- **Indicadores de Air Bookings:** (Nuevo) Es otra batería de indicadores que proceden de los tres principales sistemas de distribución global (GDS): Amadeus, Sabre y Travelport. Con más de mil millones de transacciones globales, Air Bookings nos ofrece una riqueza incomparable con reservas por origen y destino, clase de cabina, negocios versus placer y perfil de agencia de viajes. Disponible con granularidad diaria, actualización semanal y visión prospectiva de 12 meses.

Indicadores de Travel Intelligence Portal:

Otra batería múltiples indicadores que entre los más importantes se encuentran los siguientes:

- **Airline Performance:** (Nuevo) Rendimiento del tráfico por tramo de vuelo en comparación con la capacidad asignada.
- **Comparison and Trends:** (Nuevo) Rendimiento del tráfico a lo largo del tiempo para un mercado a nivel de tramo.

- **Airline Connections:** (Nuevo) Distribución del tráfico relacionado con viajes directos e indirectos de una aerolínea.
- **O&D Traffic :** (Nuevo) Resumen del tráfico entre dos puntos de viaje durante un período específico.
- **Leg Traffic:** (Nuevo) Distribución del tráfico de vuelos entrantes y salientes que pasa por un segmento de vuelo específico.

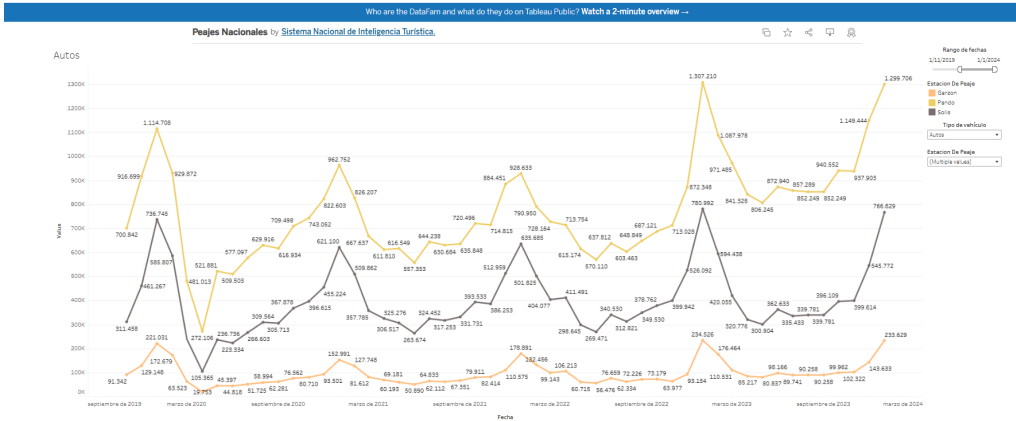
Indicadores económicos:

- **VAB Turístico:** El Valor Agregado Bruto turístico es un indicador para medir la contribución del sector turismo al Valor Agregado Bruto del país.
Nota: *Hicimos una revisión sobre el cálculo del VAB Turístico, por lo que se actualiza su valor a partir de 2016.*
Esto fue a efectos de considerar que, al comparar con el VAB y el PIB total de la economía, nos encontramos con un cambio de año base que no había sido tomado en cuenta en su oportunidad y quisimos actualizar el valor del VAB Turístico para incorporar el empalme de series, de modo de tener una mayor consistencia y transparencia de la información. Este cambio contó con el aval del INE y el BCU. Hasta ahora se ha hecho el supuesto de que VAB Turístico = PIB Turístico, el cual se piensa corregir en las estimaciones siguientes, para lo que tendremos que trabajar con datos de servicios de intermediación financiera, impuestos y subsidios específicos del sector, lo que va a llevar tiempo y en principio se incorporaría a partir del año en que se tenga esta información, no retrospectivamente.
- **PETU :** Puestos de trabajo del sector turístico, es un indicador que mide la cantidad de empleos generados directa e indirectamente por las actividades relacionadas con el sector turismo en una economía. Este indicador es clave para evaluar el impacto del turismo en el mercado laboral y permite cuantificar el aporte del sector al empleo total del país.

Indicadores de movilidad:

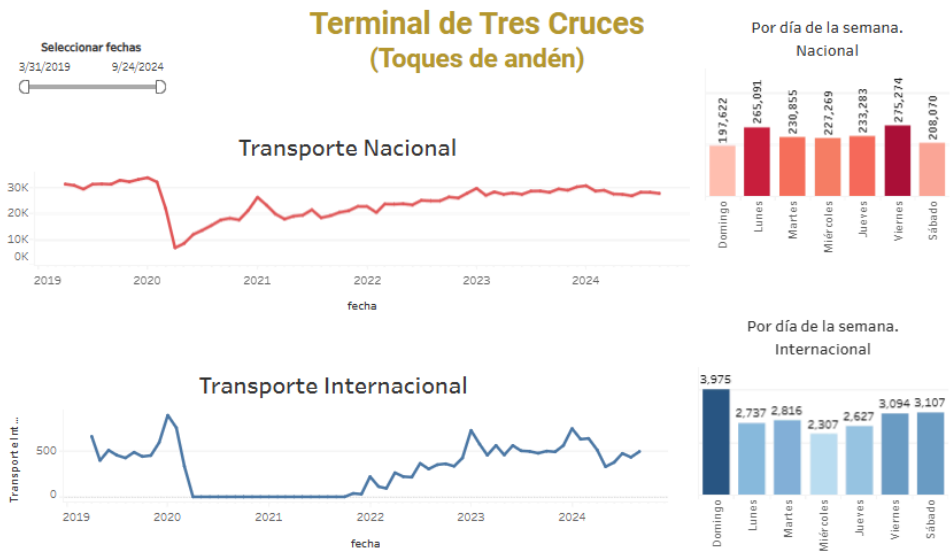
Los siguientes indicadores fueron cargados a herramientas de visualización a los efectos de un mejor análisis de los mismos y son los siguientes:

- **Peajes:** (Nuevo) Con la información proporcionada por la Corporación Vial del Uruguay (CVU), se crearon visualizaciones con indicadores de la cantidad de vehículos que transitan por los diferentes peajes del Uruguay, discriminados por tipo de vehículo de manera mensual, según el rango de fechas seleccionado:



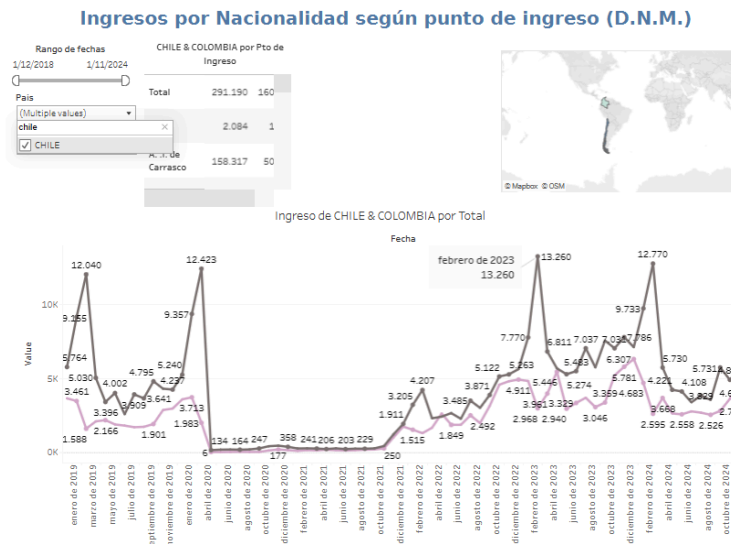
- **Toques de andén: (Nuevo)** Con información proporcionada por la terminal de Tres Cruces, se hizo un visualizador que permite mostrar diariamente la cantidad de salidas de coches desde la terminal, tanto servicios nacionales como internacionales. Identificando también los movimientos según el día de la semana para el rango de fechas seleccionado.

TERMINAL DE TRES CRUCES by Sistema Nacional de Inteligencia Turística.



- **Viajeros entrantes: (Nuevo)** Con la información de los datos administrativos proporcionados por la DNM se confeccionó un visualizador que nos muestra la cantidad de viajeros ingresados a nuestro país por nacionalidad y según el punto de ingreso al territorio nacional. Incluye a residentes, y es una herramienta muy útil para el control de calidad de las encuestas de Turismo Receptivo y para determinar tendencias en nacionalidades no explicitadas por la metodología de nuestras encuestas.

NACIONALIDAD_PTO DE INGRESO by Sistema Nacional de Inteligencia Turística.



Indicadores de Gestión y Sostenibilidad del Observatorio:

De forma paralela a la creación del OTI, se desarrollaron indicadores de gestión que nos han permitido mantener y fortalecer el trabajo realizado por el equipo, asegurando la continuidad y sostenibilidad de los avances logrados hasta el momento.

El Observatorio ha sido concebido como un proyecto escalable, que ha impulsado un cambio significativo en la operativa de trabajo de todos los involucrados. Esto se logró mediante la adopción de metodologías ágiles, la realización de reuniones periódicas, la implementación de herramientas tecnológicas para el trabajo remoto y la promoción constante de la innovación y la capacitación.

El enfoque del trabajo estuvo orientado a la obtención de resultados, definidos a través de indicadores y metas claras, los cuales se detallan a continuación

- **Tasa de cumplimiento del trabajo de campo: (Nuevo)**

$$\text{Tasa de cumplimiento} = \left(\frac{\text{Número de entrevistas realizadas}}{\text{Número de entrevistas planificadas}} \right) \times 100$$

Con el fin de mejorar el trabajo de campo, nos propusimos como meta una baja paulatina de las tasas de cumplimiento con el fin de lograr mayor eficiencia.

El cumplimiento de ésta meta es grupal y la definimos en un 75%

- **Tiempo de descarga de la información de campo :** (Nuevo) Después del último día de cada mes, el encuestador debe revisar y descargar la información de su trabajo de campo. Se ha establecido un plazo de 48 horas consecutivas, lo que podría implicar la descarga de la información de manera remota si el plazo coincide con un fin de semana. Se trata de una meta individual, por lo tanto, es responsabilidad de cada encuestador cumplir con ella.
- **Tiempo de procesamiento:** (Nuevo) Se define como el tiempo contado a partir de que se recibe la información de la DNM hasta la finalización del procesamiento de las encuestas, la meta está fijada en 72 hrs corridas.
- **Tiempo de publicación de los datos:** (Nuevo) Tiempo contado a partir de la finalización del procesamiento de las encuestas y su publicación en el catálogo de datos abiertos de AGESIC, en la web del MINTUR y en el repositorio del tablero de HG / ANTEL, se fijó la meta en 24 hrs corridas.
- **Tiempo de Población Flotante:** (Nuevo) Es el tiempo a partir del primer día del mes siguiente, hasta la finalización de la consolidación de la base de datos descargada de INTERPOL, se fijó la meta en 5 días corridos.
- **Indicador de Clima Laboral:** (Nuevo) Con el fin de medir la atraktividad y satisfacción de las metodologías ágiles implantadas en el Observatorio, hemos decidido confeccionar un indicador de clima laboral definido de la siguiente manera:

$$ICL = \left(\frac{\text{Solicitudes de Ingreso} - \text{Solicitudes de Egreso}}{\text{Total de Funcionarios}} \right) ,$$

Desde la implantación del Observatorio hemos recibido 4 solicitudes de ingreso al Dpto de Estadísticas y ninguna de egreso. Además de los funcionarios de otras oficinas que solicitan participar de las tareas zafrales del OTI.

Qué acciones se han tomado a partir de esos indicadores?

El **punto de partida del Observatorio de Turismo Inteligente (OTI)** fue la realización de un **taller de Inception**, cuyo objetivo principal fue **alinear a todos los actores involucrados en el proyecto** y **recabar las necesidades internas** del MINTUR. Este espacio permitió establecer una **visión común** y definir las prioridades iniciales del Observatorio.

Desde el OTI, nos dedicamos a **recabar, procesar y publicar información**, además de realizar **análisis detallados**, cuyos **hallazgos y conclusiones** son **comunicados de forma inmediata** a las autoridades y a los equipos de **Planeamiento y Marketing**, quienes tienen la **responsabilidad de tomar decisiones estratégicas** dentro del Ministerio.

Nuestro trabajo se caracteriza por ser **eminente técnico**, y consideramos que ha **contribuido de manera significativa a promover una toma de decisiones basada en evidencia**. Aunque no siempre es posible identificar todas las acciones concretas que han resultado de nuestro aporte, hemos podido **detectar diversas decisiones y medidas adoptadas tanto a nivel interno como por agentes externos**, derivadas de los análisis e informes elaborados por el Observatorio.

- Luego de la pandemia participamos en la elaboración del documento de evaluación de necesidades post desastres junto a PNUD, Uruguay participó en las áreas de Turismo y Educación.
- Indicadores para los Observatorios de Turismo de Montevideo y Colonia.
- Plan de Marketing.
- Insumos para la 1er Guía de Inversiones junto a la CAF.
- Postulación de destinos turísticos inteligentes.
- Asesoramos a la SENATUR del Paraguay para la realización de sus propias encuestas, a través de un convenio firmado oportunamente.
- Direcciones de Turismo de las Intendencias
- Medición de las acciones de los Programas del BID y de sus líneas de base.
- Proyecto de Observatorio de SUTUR (Sociedad Uruguaya de Turismo Rural)
- Proyecto de Observatorio del Centro Comercial e Industrial de Salto.
- Colaboramos técnicamente con el censo de Prestadores de Servicios Turísticos de San José, bajo la órbita de la Intendencia de dicho departamento.
- Brindamos indicadores a la CAMTUR y a Ceres para la realización de sus publicaciones y análisis propios.
- Indicadores de las diferentes Fiestas Locales del interior a los efectos de medir resultados y de la declaración de interés turístico.
- Indicadores previos a la concurrencia a las Ferias Internacionales de Turismo.