

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO FINAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
POSGRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING
EDICIÓN 2021**

**TURISMO EN MONTEVIDEO: ANÁLISIS CUALITATIVO DESDE
UNA PERSPECTIVA ACTUAL.**

Integrantes:

Lic. Romina Beim
Cra. Micaela Bueno
Cra. Fabiana Guayta
Lic. Martín Pereira

Docente coordinador del trabajo:

Dagoberto Páramo Morales (Pdh) - Universidad del Norte. Barranquilla. Colombia

Página de Aprobación

El tribunal docente integrado por los abajo firmantes aprueba el Trabajo Final:

Turismo en Montevideo: análisis del fenómeno desde una perspectiva cualitativa

Autor/es

Lic. Romina Beim

Cra. Micaela Bueno

Cra. Fabiana Guayta

Lic. Martín Pereira

Tutor/Coordinador

Dagoberto Páramo Morales (Pdh)

Posgrado

POSGRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING 2021

Puntaje

Tribunal

Profesor.....(nombre y firma).

Profesor.....(nombre y firma).

Profesor.....(nombre y firma).

FECHA.....

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de la República, por toda la infraestructura que nos ha brindado para el desarrollo de la investigación.

A las Empresas y personas que colaboraron con la información pertinente para la realización de este proyecto.

A los compañeros, amigos y docentes, por el intercambio de conocimientos.

A todas las demás personas que no fueron citadas, pero que de alguna manera directa o indirecta contribuyeron a la realización de este trabajo final.

Resumen y palabras clave

El turismo en Uruguay es una fuente de ingreso de divisas muy importante, aportando aproximadamente el 8% al Producto Interno Bruto (PBI) del país, y aportando a su vez aproximadamente un 44% a las exportaciones de servicios. En este marco, la ciudad de Montevideo es el principal destino, recibiendo al 37% de los visitantes del país.

La capital del país, significa un mercado de aproximadamente 600 millones de dólares que provienen del turismo, donde además están vinculados a este sector productivo diversos agentes que se involucran en esta industria, tales como el gobierno nacional, gobierno departamental, Asociaciones públicas y privadas, hotelería, agencias de viaje, gastronomía, transporte, diferentes productos culturales, deportes.

El siguiente trabajo propone un análisis al visitante turístico de las diferentes zonas de Montevideo, teniendo en cuenta la marca país, costumbres, intereses, poder adquisitivo, cultura entre otros índices o características, desde una metodología de investigación cualitativa.

De esta manera se podrá caracterizar de una manera más certera los comportamientos e intereses del consumidor, en este caso el turista que visita Montevideo.

Palabras Clave:

Turismo - Montevideo - Cualitativo - Turista - Gobierno

Contenido

INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVOS	8
MARCO TEÓRICO CONCEPTOS DE TURISMO	9
TIPO DE TURISTAS Y SUS MOTIVOS	16
CONCEPTUALIZACIONES DEL TURISTA Y SUS DIFERENTES TIPOS	16
EL PRODUCTO TURÍSTICO	21
EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	23
POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO	25
LOS GRUPOS DE INTERÉS EN EL TURISMO.....	26
<i>Stakeholders del turismo en destino</i>	27
TURISMO EN MONTEVIDEO	28
<i>Rol del Gobierno en el Turismo Montevideoano</i>	28
MARCA PAÍS	28
DESTINO TURÍSTICO.....	32
<i>Destinos de Paso</i>	34
METODOLOGÍA.....	36
RESULTADOS.....	39
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
BIBLIOGRAFÍA.....	98
ANEXO	102
<i>Rol del Gobierno en el Turismo Montevideoano</i>	102
<i>Marco Legal - Normativa Uruguay -</i>	103
<i>La marca país de Uruguay “Uruguay Natural”</i>	104
<i>Marca Ciudad – Montevideo</i>	106
<i>Marca de la página oficial de la División de Turismo en Montevideo</i>	107
<i>Tipos de turismo en Montevideo</i>	108
<i>Actividades turísticas en Montevideo y sus consideraciones</i>	110
<i>Entrevistas</i>	111
<i>Matriz de entrevistados</i>	305
<i>Categorías para la matriz de análisis</i>	306
<i>Matriz de análisis</i>	307

Lista de abreviaturas

Sigla	Nombre
ATM	Agencia de Turismo de Montevideo
ANII	Agencia Nacional de Investigacion e Innovacion
BID	Banco de Desarrollo
CIACEX	Comisión Interministerial para Asuntos de Comercio Exterior
EMP	Estrategia Marca País
IVA	Impuesto de Valor Agregado
INEFOP	Instituto Nacional de Empleo y Formacion Profesional
IMM	Intendencia Municipal de Montevideo
LATU	Laboratorio Tecnológico del Uruguay
LGTB+	Lesbianas, Gais, Trans, Bisexuales y otros grupos
MINTUR	Ministerio de Turismo
OMT	Organización Mundial de Turismo
PBI	Producto Bruto Interno
SODRE	Servicio Oficial de Difusión, Representaciones y Espectáculos

Introducción

El turismo en Uruguay es una fuente de ingresos muy importante para el país. Este sector aporta el 8% al PBI del país y un 44% a las exportaciones de servicios. Teniendo en cuenta que es uno de los sectores de actividad más afectado por la pandemia de sars-Cov2 estos últimos años, se considera importante realizar una investigación que permita caracterizar al turista que llega a Montevideo, conocer sus intereses, y comportamiento. Actualmente existe una basta cantidad de información cuantitativa recabada por entidades gubernamentales como el Ministerio de Turismo (MINTUR), y la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM), esta información es actualizada semestral y anualmente.

El presente trabajo muestra una perspectiva de investigación cualitativa, que permite conocer a los agentes interesados en este sector de manera vinculada.

Partiendo de la literatura existente se define un marco teórico conceptual para definir los principales conceptos referidos al tema, tales como “turismo”, “turista”, “tipos de turismo”, “destino turístico”, “producto turístico”, “precio en el turismo”, “promoción turística”, “marca país”, “marca de destino”.

Definidos estos conceptos y realizada la investigación se analizan los resultados para poder verificar los objetivos planteados que se detallan más abajo. A partir de allí se intenta realizar recomendaciones.

Objetivos

Objetivo general:

Analizar al visitante turístico de las diferentes zonas de Montevideo, teniendo en cuenta la marca país, costumbres, intereses, poder adquisitivo, cultura entre otros índices o características.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.
2. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción.
3. Analizar la incidencia de la marca país.
4. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo.
5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo.
6. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.
7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

Marco Teórico

Conceptos de Turismo

Para la REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2001), el TURISMO es un neologismo admitido en la lengua castellana, que procede del vocablo inglés tourism. Se encuentra que se deriva de las raíces tour y tourn procedentes del latín, ya sea del sustantivo tornus (torno) o del verbo torner (girar) como sinónimo del viaje circular. No importando el origen de los vocablos turistas o turismo, finalmente fueron tomadas del francés tour, para ser utilizadas en diversos idiomas. Se destaca esta definición porque trata del origen de la palabra TURISMO.

Según HUNZIKER Y KRAPP (1942), fundadores del Instituto de Investigación Turísticas en la Universidad de St. Gallen y Berna “El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas” (p.32) Se define residencia permanente como la condición de residente de una persona en un país del que no es ciudadano. Se destaca el hecho de la no implicancia del establecimiento permanente, no así, el hecho de remuneración.

Para Tourism Society of England (1976) “Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación” (p. 32). En esta definición se menciona al igual que en la definición

anterior, el desplazamiento corto y temporal hacia distintos lugares de los de residencia, pero hace hincapié en las actividades realizadas en ese destino.

En un estudio el Prof. Mag. José Roberto Ramos Mendoza tomó diferentes definiciones de Turismo.

El turismo es diversificado, específico, social, económico y humano. Los desplazamientos humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes, creando en él diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con la necesidad imperiosa de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menores a 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y superestructura turística, las cuales incrementan en todo momento su bagaje vivencial en todos los ámbitos que a éste corresponde. (Ramos Mendoza, 2014, p. 33).

Se destaca la mención al turismo como diversificado, social y económico, características no mencionadas explícitamente en las definiciones anteriores y se refuerza o amplía las actividades realizadas mencionadas en la definición de Tourism Society con el planteo de la necesidad de contar con expectativas, deseos y anhelos, anexando a su vez, una nueva variable, lo temporal, planteando que deben ser fuera de los contextos habituales de las personas por un lapso mayor a 24 horas y menores a 6 meses.

El turismo consiste en el desplazamiento de personas que, por diversas razones, abandonan temporalmente su lugar de residencia, visitando otros lugares, utilizando una serie de equipos y servicios especialmente implementados para este tipo de visita. La actividad de los turistas

se desarrolla durante el desplazamiento y estancia fuera de su residencia. Los negocios turísticos son los que se realizan sobre equipos o durante la prestación de servicios que los turistas utilizan en la preparación y ejecución de su actividad. Comenzando en el lugar de origen, cuando el turista acude a una agencia de viajes o empresa de transporte para comprar un paquete turístico o un billete, continúa cuando el turista llega a su destino y utiliza el transporte local, alojamiento, servicios de alimentación, red de ocio, tiendas de souvenirs, etc. e incluso cuando los turistas regresan a la casa y llevan sus películas para revelarlas en la tienda del barrio. (Barretto, 2003, p.1). Barretto, también, expresó que como el negocio es solo una parte del fenómeno turístico, analizarlo solo con los paradigmas económicos que verifican los flujos de dinero lleva a olvidar la dimensión antropológica, a ver a los turistas no como personas, sino como simples portadores de dinero. Al mismo tiempo, tratar el turismo únicamente desde el punto de vista socio-antropológico y ambiental lleva a olvidar sus derivaciones económicas, lo que puede constituir una visión romántica desplazada de las condiciones históricas actuales. Nuevamente se identifica la necesidad de desplazamiento abandonando su lugar de residencia. Sumando a los conceptos ya mencionados por otros autores, una serie de equipos y servicios diseñados para que los visitantes utilicen para esas actividades y experiencias si mencionadas por otros autores ya vistos. Otro de los aportes de estos textos es que puede haber turismo en el lugar de origen, sin ese traslado de residencia, por la acción de visitar una agencia turística para comprar pasajes para en un futuro efectuar ese traslado de residencia provisoria.

Ledhesma en su libro Tipo de Turismo, define el Turismo como:

Todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es

decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno ubicuo, complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas; a su vez, que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas. Además, el turismo implica conflicto, lucha de poder, competencia. Los sujetos rivalizan por la búsqueda de dinero, de poder, de reconocimiento, de títulos académicos, de contactos, etc. (Ledhesma, 2014, p.14).

A lo ya mencionado por otros autores, Ledhesma, menciona directamente los agentes que actúan en turismo y refuerza lo mencionado por Barretto (2003), de la existencia de turismo sin intercambio de residencia, simplemente por la acción de tener la idea a futuro de ese cambio de residencia provisoriamente.

A su vez, Beni (2008) define al sistema turístico como al “conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo” (p. 10); destacando que los atractivos turísticos, los servicios y la infraestructura son los elementos básicos que posibilitan la práctica turística. Esta definición unifica todos los agentes y los elementos del turismo mencionados en anteriores definiciones como el sistema turístico reafirmando las intenciones de los seres humanos al hacer turismo, que son posibilidades recreativas, de descanso y/o contacto con el destino elegido, comprendiendo diferentes agentes los cuales ya son mencionados en otras definiciones. como son el sector empresarial y estatal.

Nuevamente Ledhesma es más específico y menciona agentes tanto naturales como sociales o culturales, actividades y servicios que permiten las posibilidades recreativas, mencionadas anteriormente, con el destino receptor como son los atractivos naturales (ríos, sierras, etc.), los acontecimientos programados (carnavales, exposiciones, eventos deportivos, etc.), las realizaciones artísticas, científicas o técnicas contemporáneas (minas, parques astronómicos, etc.), los museos y manifestaciones culturales históricas (museos, lugares históricos y arqueológicos, etc.) y el folclore (danzas y música, bebidas y comidas típicas, etc.)..., Entre los servicios encontramos: “transporte, alojamiento, restauración, compras, agencias de viajes, entretenimiento; y habrá otros servicios que no son específicamente turísticos pero sí complementarios: bancos, clínicas médicas, cabinas telefónicas, etc. (Ledhesma, 2014, p.11). Ledhesma en esta definición, reafirma lo mencionado por Beni y por Barretto en cuanto al sistema turístico.

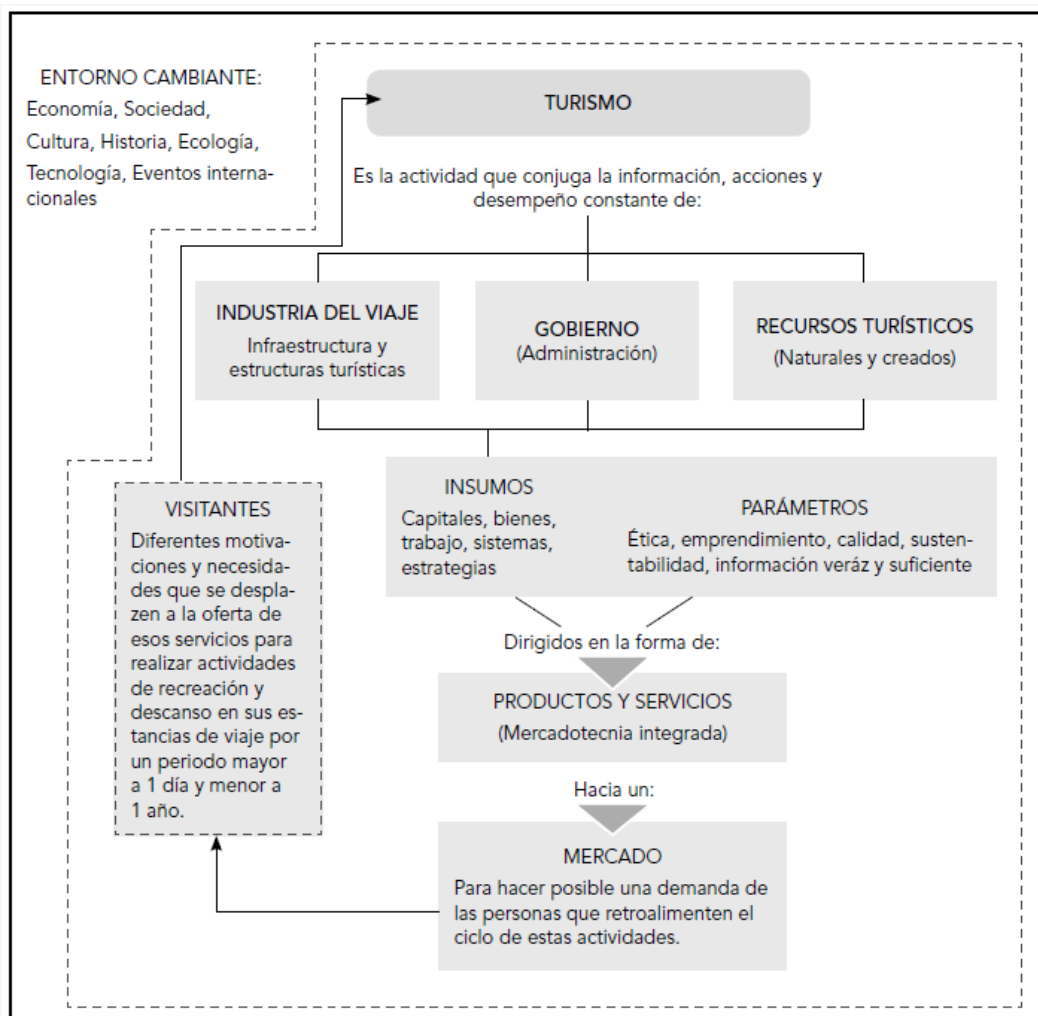
Por otro lado, Boullon (2004), expresa que la infraestructura turística está “representada por el conjunto de bienes y servicios con que cuenta una población para vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos: educación, salud, vivienda, transportes, comunicación y energía.” (p 11). En esta definición, Baullon, agrega al concepto turismo la vinculación de las personas y sus necesidades, entendiendo que la ciudad turística debe tener la capacidad e infraestructura para cumplir con las mismas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2008) define turismo como “un fenómeno social, cultural y económico el cual, supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no

residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico". A su vez, lo define como conjunto de actividades de producción y consumo a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de al menos una noche pasada fuera del domicilio habitual siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud, o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa. Nuevamente se refuerza la existencia o necesidad de desplazamiento permitiendo sean residentes o no residentes, agregando los motivos que pueden ser tanto personales como profesionales o de negocios, manteniendo el criterio del turismo como fenómeno social, cultural y económico y la existencia de actividades ya mencionado aportando a las definiciones anteriores la denominación de los turistas como viajeros.

Se detalla el siguiente cuadro tomado del libro *Introducción al Turismo*, de la Lic. Perla Elizabeth Guerrero González y el Dr. José Roberto Ramos Mendoza el cual explica el sistema del turismo, lo que implica dicha palabra y la definición en sí misma, así como los factores que inciden y la práctica por parte de los seres humanos, las empresas e instituciones tanto gubernamentales como no gubernamentales.

Figura 1. Gráfica de turismo.



Fuente: Guerrero, P. y Ramos, J. R. (2014). Introducción al Turismo. México: Grupo editorial Patria S.A.

Dentro de un entorno que es cambiante tanto en lo que es la economía, la sociedad, la cultura, la historia, la ecología, la tecnología, los eventos internacionales entre otros factores, surge el turismo. El mismo, se define como la actividad que conjuga la información, acciones y desempeño constante del gobierno, de la industria del viaje y de los recursos turísticos tanto naturales como los creados para tal fin. El desempeño de ellos fija insumos (como ser capitales, bienes, trabajo, sistemas, estrategias) y parámetros como ética, emprendimiento, calidad,

sustentabilidad, información veraz y suficiente; para en conjunto dichos insumos y parámetros puedan ser dirigidos en forma de productos y servicios a través de la mercadotecnia integrada hacia un mercado donde se hace posible una demanda de las personas que retroalimenta el ciclo de las actividades, siendo estas los visitantes que ejercen el turismo según diferentes motivaciones y necesidades que se desplazan a la oferta de esos servicios para realizar actividades de recreación y descanso en sus estancias de viaje por un periodo mayor a un día y menos a un año. (Guerrero, P. y Ramos, J. R., 2014, p. 33)

Tipo de turistas y sus motivos

Conceptualizaciones del turista y sus diferentes tipos.

Definido el turista según la OMT, como una persona que se desplaza de su lugar de residencia y que requiere de una serie de servicios de transporte, alojamiento, entretenimiento entre otras cosas. De este modo según la OMT, en función del tiempo y del espacio, podemos clasificar los turistas como: residentes, siendo estos los que se encuentran más de 12 meses consecutivos en el destino; visitantes, que son quienes están menos de un año en un destino; y excursionistas que no tienen pernoctación en destino. Los turistas al menos pernoctan 1 día en el destino.

La OMT distingue el viajero y el visitante, cuando se habla de viajero, la OMT se refiere a un sentido amplio, es decir a aquellos individuos que se desplazan de un lugar a otro. Esto abarca cualquier tipo de individuo y desplazamiento incluyendo aquellos que tienen motivos de lucro, lo que acabaría, por ende, cualquier tipo de turismo. Respecto al visitante, la OMT se refiere a este como “célula básica” y/o “concepto básico” del turismo, es decir, es la mínima forma de

posible de hacer turismo. Todo el sector de la industria es dependiente de esta figura. Más específicamente, la OMT refiere a este individuo como: “Toda persona que viaje, por un periodo no superior a 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.” Entendiéndose como la gran diferencia entre el viajero y el visitante, es que, este último no se desplaza por motivos de lucro, sino que lo hace meramente por asuntos relacionados al turismo. Esto permite incluir al viajero en la figura de visitante, no así al revés. A su vez, la OMT hace una distinción entre los diferentes tipos de visitantes: por un lado el turista, es decir, aquel individuo que pernocta al menos una noche en un lugar diferente a su lugar de residencia habitual, pudiendo encontrarse allí por motivos como lo son: un viaje de placer, distracción, vacaciones, estudios, religión, deporte (competiciones), negocios, reuniones, familia, conferencias, congresos, salud, religión o misión; y el excursionista, aquel que no pernocta en el destino y permanece en el mismo por menos de 24 hs, como podrían ser aquellos que asisten a excursiones por el día o cruceros. Ambos conceptos se alinean con las definiciones de turismo de los diferentes autores mencionados, haciendo hincapié en las actividades del turista y la vinculación con su residencia, la gran mayoría de los autores convergen en que un turista es aquel que se desplaza por un tiempo determinado a un destino fuera de su lugar de residencia.

Tipos de turismo

La OMT, es la principal rectora de los principios que determinan el turismo y sus formas. La misma, distingue el turismo según el motivo del viaje o visita, lo que refiere al propósito de la visita hacia un destino determinado, es decir: ocio, recreo y vacaciones, visitas a parientes y

amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religión u otros motivos; por la duración del viaje, según horas y días de la estancia en el lugar de destino; por su origen y destino, léase la clasificación de los visitantes según país de residencia -según nacionalidad-; por zona de residencia o de destino en el interior del país -sistema de clasificación por ciudades o de centros turísticos dentro del país de destino.

La OMT también hace alusión a clasificaciones que se emplean en la industria, como por ejemplo: según la forma de viaje, es decir, si el turista viaja de forma individual o en un grupo, pudiendo ser en este caso acompañado de familiares, amigos, pareja, convenciones, entre otras; según el motivo del viaje, es decir, las diferentes razones por las que el turista puede estar realizando el viaje; según el motivo del viaje: convencional o vacacional, especializado (motivado por ejemplo por algún interés científico), o turismo de afinidad o interés común (asuntos profesionales, de religión, etc); según el tipo de viaje: turismo independiente, es decir, cuando la persona coordina todo lo relativo a su viaje, o turismo organizado o en paquete, mediante una agencia de viajes o paquete turístico; según la permanencia en el país de destino, léase tiempo de permanencia en el país de destino, pudiendo ser itinerante (asociado a tours, circuitos, entre otros) o de estadía (mayor permanencia, asociado con apartamentos, condominios, entre otros).

Otra clasificación es la que realizó Perla Guerrero, en el libro introducción al turismo, 2004 donde aplica un enfoque sociológico, el cual hace referencia a cuatro tipos diferentes de turismo: turismo de masas, como aquel que se define por una gran cantidad de individuos que van al mismo destino y generan altas concentraciones; turismo social, como el llevado a cabo por aquellos sectores con menores ingresos en la sociedad (incluso a veces es subsidiado y

dirigido a obreros, jubilados y estudiantes); turismo fronterizo, a causa de las fronteras ser una vía de ingreso de turistas internacionales que representan un gran número de turistas; turismo alternativo, como aquel que surge de las diferentes posibilidades de hacer turismo: rural, culturas, ecoturismo, de aventura, y cientos más que se podrían mencionar.

Otra clasificación, es la de Miguel Ledhesma (2018). Este hace una propuesta de clasificación del turismo en cuatro grandes categorías, en la cual propone subcategorías.

Las cuatro categorías principales a las que hace referencia Ledhesma, son: el turismo corporal, el turismo intelectual, el turismo material, y el turismo ambiental. En cuanto al turismo corporal, lo define como aquel donde el motivo de la visita está más bien fundado por sensaciones corporales, y como subcategorías se encuentra el turismo de salud, el turismo de gestación, el turismo sexual, y el turismo de deporte o aventura; en todos estos casos, la experiencia de turismo está centrada en lo que es el cuerpo del individuo. Respecto al turismo intelectual, lo define como aquel que se funda en diferentes tipos de procesos intelectuales o sensoriales del turista en cuestión, y dentro de las subcategorías a este, se identifican el turismo educativo, el turismo religioso, el turismo gastronómico y el turismo virtual. En lo que refiere al turismo material, definido como, aquel donde la principal experiencia en el desplazamiento se basa en la posesión de diferentes objetos, encontrando como subcategorías, el turismo de transferencia de mercancías, es decir, turismo de compras, ventas o canje; el turismo de negocios, el turismo empresarial, y el turismo de lujo.

En cuanto al turismo ambiental, definido en función del motivo del desplazamiento y donde el principal accionar turístico está puesto en el contexto y en los demás individuos. Como

subcategorías a este tipo de turismo, está el turismo de naturaleza, turismo social, turismo de muerte, incluso el turismo de universo, es decir, astronómico o espacial.

Según VIÑALS (2002) para desarrollar cualquiera de los tipos de turismo, se requieren ciertos elementos que funcionen para cada uno de ellos.

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.

Montevideo fue elegida en el 2017 por la consultora estadounidense Mercer como la mejor capital de la región Latinoamericana para vivir. Según Mercer, características como la alta calidad de vida, la tranquilidad, los servicios públicos, el estándar social y la educación, entre otras, hacen de esta ciudad un lugar muy ameno en el cual habitar. El MINTUR, detalla diferentes tipos de turismos que reconoce para la ciudad Montevideo, como son el turismo histórico cultural, turismo de reuniones, turismo de sol, playa y actividad deportiva, turismo en espacios rurales y naturales, turismo de cruceros y turismo friendly; los cuales se detallan en anexo al igual que diferentes actividades a realizar en la ciudad.

El producto turístico

De la Colina (2012) “Desde la perspectiva del marketing, un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer una necesidad”. (p.1)

En su trabajo “Procedimiento para obtener información y caracterizar comportamientos y determinantes individuales de elección de opciones turísticas”, la autora Pérez Martínez, Y., Guerrero García, M. y González Ferrer, G. (2010) citan a D.C. Gilbert (1990) señalando que el producto turístico es “una amalgama de diferentes bienes y servicios ofrecida como una experiencia de actividad al turista”. Estos pueden ser, bienes, servicios, personas (como profesionales de diferentes áreas tales como actores), lugares, instituciones e ideas. (p.12).

Según el autor Miguel Ángel Acerenza (1990), producto turístico es “un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso” (p.3).

Los elementos que conforman el producto turístico según el Prof. Lic. Juan Manuel Colina, se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos.

Para él, los recursos turísticos pueden estar relacionados con la historia del lugar, la naturaleza, o la cultura, en cuanto a la infraestructura hace referencia a los elementos físicos, públicos y privados que hacen posible el acceso y el disfrute por parte del turista, como por ejemplo el transporte, de sanidad, seguridad y protección al turista, de energía, señalización turística, hídricas (abastecimiento y evacuación de aguas); en tanto a los servicios turísticos se referimos a bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado y que satisfacen las necesidades de

los turistas en la organización del viaje mediante el disfrute del mismo (intermediarios, transporte, alojamiento, organizadora de actividades deportivas).

Los productos turísticos, según Juan Manuel de la Colina, presentan algunas características particulares tales como:

- El servicio turístico es intangible
- La experiencia turística no se puede transferir
- El servicio no puede probarse, por lo tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos
- El producto no vendido, se ha perdido
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir propiedad
- El cliente es quien acude a la compra
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo
- El cliente participa en la producción
- Peculiaridades de los servicios y bienes turísticos deportivos

A su vez, el autor expresa que estas características producen ciertas consideraciones sobre los consumidores, como, por ejemplo, la desconfianza, ya que no es un producto que se puede devolver ante una mala experiencia. A causa de ser servicios que no se pueden almacenar, las empresas deben tener la capacidad negociadora de conseguir plazas en servicios similares o de convencer al consumidor de desviarse hacia otros destinos o donde haya plazas. Por otro lado, menciona la existencia de otros aspectos en los cuales las empresas turísticas no pueden gestionar, como las condiciones geográficas, climáticas, temperatura o los insectos y por tanto estas cuestiones deben ser explicadas al turista para que no sean una sorpresa negativa que

afecte la experiencia del turista. Esta última, se ve influenciada por el estado de ánimo del viajero, resultando el producto turístico para Juan Manuel como un producto subjetivo.

El precio de los productos turísticos

El doctor Juan Luis Nicolau (2011), en su curso de Marketing Turístico, al referirse del precio de los productos turísticos expresa que es un aspecto importante para el sector, ya que la fijación de los mismos reviste una gran complejidad debido a la multiplicidad de bienes y servicios que forman parte del sector, la gran competencia y la dificultad de predecir el flujo de turistas que llegarán. Y agrega que, teniendo en cuenta que, en muchos casos, el carácter hedonista que subyace en muchas ocasiones en el consumo de productos turísticos, los precios elevados no siempre actúan como detractores de la demanda, adquiriendo mayor trascendencia el concepto de “valor por el dinero pagado” (value for money), por el que se compara la cantidad abonada con la calidad de las instalaciones y los servicios recibidos.

En este sentido Nicolau continúa diciendo que, para el marketing, la fijación de precios no debe ser visto solamente como un intercambio monetario, sino que debe tener en cuenta también aquellos sacrificios no estrictamente monetarios que aparecen asociados a la compra del producto, así como aquellos valores añadidos del producto que no se miden en términos monetarios. Desde este punto de vista, el precio puede concebirse como el conjunto de esfuerzos y sacrificios, monetarios y no monetarios, que un comprador debe realizar como contrapartida de la obtención de un determinado nivel de utilidad.

Para Nicolau, este hecho es particularmente importante en el caso de los servicios turísticos, ya que la elección de un viaje a un determinado destino no solo supone un esfuerzo monetario (precio), sino que puede implicar la dedicación de tiempo para la tramitación de documentos, y evidentemente existirá un tiempo dedicado al desplazamiento al destino. En consecuencia, una reducción de los costes no monetarios -bien anteriores al consumo o bien durante su disfrute- es equivalente a una reducción en el precio, lo que mejora la competitividad.

Nicolau agrega que, en ocasiones, los consumidores están dispuestos a pagar un poco más para disfrutar de una mayor comodidad, lo que conduce a las empresas turísticas a crear distintos niveles de servicio. Por tanto, el precio de un producto turístico puede ser mejorado bien reduciendo el coste monetario o bien disminuyendo los costes no monetarios.

Nicolau luego detalla que “La fijación de los precios en el sector turístico reviste especial complejidad debido a la variabilidad en la composición de los productos, al alto grado de competencia existente, y a las dificultades de predecir los flujos de visitantes”.

Detalla Juan Luis Nicolau que los factores que condicionan la fijación de precios en el turismo se pueden agrupar en tres categorías, los factores propios de los productos turísticos, los factores internos y los factores externos.

Cuando habla de los factores propios de los productos turístico hace referencia a la intangibilidad del servicio, la caducidad que no permite su almacenamiento, la variabilidad de los costos, la demanda turística, la capacidad fija, entendiéndose como capacidad de aviones, hoteles, etc. y la existencia de periodos largos entre la fijación del precio y la venta del producto.

Para él, los factores internos que la empresa turística debe considerar son los objetivos del marketing, como es el posicionamiento que se desea para el producto, la imagen, entre otros, el marketing mix ya que el precio estará asociado con el diseño, la distribución, y la promoción y los costes que suponen. Mientras que los factores externos a la empresa turística que se deben considerar Según Nicolau, son la competencia, la demanda y el marco legal.

Posicionamiento del producto turístico

Kotler (1997) “define el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales los cuales pueden ser tangibles o intangibles” (p.4).

De la Colina J.M. (2009) toma este concepto y agrega que en el caso de un producto turístico este concepto “se amplía y se introducen “políticas y prácticas” a través de las cuales se recoge la estrategia operativa del producto, el destino que lo presta y el cliente”. (p.4)

La estrategia de posicionamiento es un aspecto muy importante para la gestión de Marcas turísticas.

A su vez, agrega que, el posicionamiento hace referencia a la imagen percibida que no tiene que corresponderse con las características reales del producto turístico englobado bajo la marca, sino es una construcción mental que representa los beneficios o la utilidad percibida. La selección del destino, dependerá del posicionamiento que tenga el producto turístico, por lo que de este depende que el turista se desplace hacia dicho destino.

Los grupos de interés en el turismo

Definiendo los grupos de interés, también denominados “stakeholders”, como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1984).

En su trabajo, los Stakeholders del Turismo mencionan así que los actores o stakeholders del turismo tienen la capacidad de influir en el destino e imprimir directrices sobre las particularidades del producto o servicio turístico del destino. Los stakeholders de cualquier empresa, incluida la turística, pueden ser: a) Accionistas; b) Asociaciones empresariales, industriales o profesionales; c) Clientes; d) Competidores; e) Comunidades donde la empresa tiene operaciones: asociaciones vecinales; f) Gerentes; g) Empleados; h) Gobierno nacional; i) Gobiernos locales j) Gobiernos provinciales; k) Inversores; l) ONGs; m) Sindicatos; n) Familia; ñ) Proveedores/vendedores a la empresa. ñ) Medios de comunicación. Todos ellos obtienen beneficios o sufren daños como resultado de las acciones de la misma empresa. Así se podrán identificar y atenderlos señalando las prioridades que determinen teniendo en cuenta que cuanto mejor identificados estén estos stakeholders y sus intereses más eficaz será la actividad empresarial. (Morales y Hernández, 2011 p. 897).

Stakeholders del turismo en destino

Monchon (2004) “La propia diversidad de servicios que comprende el producto turístico (alojamiento, restauración, transporte, intermediación, etc.) hace que estos sean suministrados por un número muy diverso de proveedores individuales y en el que intervienen un grupo muy heterogéneo de actores que funcionan independientemente unos de otros” (p.899). Meyer (2002) “...a lo que hemos de añadir toda la infraestructura turística que hace posible facilitar el acceso a los turistas, otorgarles comodidades, ofrecerles alojamiento placentero para disfrutar del entorno y del paisaje, pasar momentos felices, y llevarse un grato recuerdo del lugar visitado” (p.899).

A continuación se enumeran los agentes que pertenecen a grupos de interés del sector turístico procedentes de varios grupos de entidades públicas o privadas relacionadas con el sector, como pueden ser: 1) Empresas de alojamiento hotelero y extrahotelero (hoteles, hostales, casas rurales, campings, apartamentos turísticos, etc.): Juegan un papel muy importante en el sector turístico ya que son las empresas turísticas por excelencia; 2) Empresas de restauración; 3) Touroperadores, agencias de viajes mayoristas y minoristas o empresas de intermediación; 4) Compañías aéreas y personal de aeropuertos; 5) Centrales de reservas; 6) Empresas de Actividades Turísticas; 7) Museos, Teatros y Centros de Interpretación; 8) Oficinas de Turismo; 9) Asociaciones y clubs deportivos, culturales y de ocio (Asociaciones de senderismo, micológicas, cinegéticas, ornitológicas o teatrales, entre otros, dependiendo de las distintas tipologías de turismo existente) 10) Ayuntamientos, Mancomunidades, Grupos de Acción Local, Diputaciones Provinciales, Consejerías, Ministerios y demás organismos públicos relacionados, en función de las tipologías de turismo existentes; 11) Fundaciones, Universidades y otros organismos relacionados y con carácter relevante en el sector;

Edificios y lugares de interés turístico y cultural; 12) Espacios naturales protegidos, Patrimonios de la Humanidad y demás figuras de interés; 13) Periodistas y medios de comunicación especializados; 13) Promotores del destino en el extranjero; 14) Empresas del sector del comercio; 15) Empresas del sector del transporte terrestre y marítimo; entre otros. (Morales y Hernández, 2011, p. 899)

Turismo en Montevideo

Rol del Gobierno en el Turismo Montevideano

Según Kotler (2012) “Los especialistas en marketing comercializan 10 tipos principales de artículos: bienes, servicios, eventos, experiencias, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas.”(p. 29) En Uruguay existen diferentes organismos y empresas, tanto en el sector público como en el sector privado, que buscan promover el turismo y generar acciones para brindarle al turista un mejor servicio y generar una mejor experiencia, el Informe de Turismo de Marzo de 2017 publicado por Uruguay XXI hace mención de ellos. (Ver anexo – Rol del gobierno en el Turismo Montevideano)

Marca país

Homs (2004) “En un mundo globalizado e interconectado, las ciudades, regiones y países compiten entre sí para obtener recursos financieros internos, inversión foránea, capital humano, flujo turístico, entre otros.” (p.136). Kotler y col. (1999) Solamente en Europa existen 500

regiones y más de 100 mil comunidades individuales compitiendo por los mismos escasos recursos. (p. 136).

Seisdedos (2006) “La existencia de experiencias tan variadas y diversas de aplicación de conceptos de Marca-País y Marca-Ciudad han creado un extenso debate interdisciplinario en el que profesionales de las ciencias sociales y el sector público; han convertido al Mercadeo de Lugar en una característica prominente de la estrategia del desarrollo económico” (p.136).

Fan (2006) “La Marca-País es un concepto de estructura cognitiva que se vincula a cómo codifican información los consumidores sobre marcas producidas en diferentes países, y sobre lo que significan cada uno de los países en sí mismos” (p. 136). Lucarelli y Berg (2011) “En este sentido, los consumidores mantendrán categorías cognitivas distintas según los países y marcas de que se trate” (p.136).

Valls (1992), en “La Imagen de la Marca de los Países”, considera la marca, un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño, o una combinación de estos elementos, cuyo objetivo es identificar bienes y servicios de una organización que sirva para diferenciarla eficazmente en un entorno donde existen otros productos, otros servicios u organizaciones parecidas. (p. 99).

Sánchez, Cubillo y Cerviño (2005) “La Marca país se construye sobre la base de la Imagen del país. El conjunto de activos y pasivos vinculados al nombre y símbolo del país incorporan o sustraen el valor suministrado por un producto oriundo de esa nación o servicios turísticos allí ofrecidos” (p.136). Anholt, (2008) “Una Imagen País con una base rica cognitiva, se asociará

a un mayor nivel de confianza y disfrutará de mayor disponibilidad, impulsando actitudes y comportamientos más coherentes” (p. 136).

Según Casilda (2001) “Está demostrado que los estereotipos nacionales y culturales influyen en las percepciones y evaluaciones. Los consumidores han desarrollado una serie de creencias sobre las marcas provenientes de otros países. Aunque estos estereotipos pudieran resultar sesgados, suelen desempeñar un papel constructivo y aportar coherencia a los procesos de decisión. Si la información sobre los atributos de la marca es confusa, el país de origen pasará a ser la variable de evaluación” (p. 136).

Galiano (2002) “Remarca la importancia de diferenciar entre la marca y la imagen del país. La imagen de un país siempre existe, siempre que se conozca acerca de la existencia de tal país, mientras que no ocurre lo mismo con las marcas; por este motivo la imagen de un país influye sobre la imagen de las marcas de este país”. (p.137). González y Casilda (2002) “Junto con la imagen país previamente formada, las experiencias personales, información adquirida y las creencias estereotipadas sobre países, los consumidores generan imágenes de marca país”. (p. 137).

Por todo lo anterior, se ha hecho cada vez más indispensable el desarrollo de Estrategias de Marca-País (EMP) para mitigar este efecto. Al respecto, Iglesias y Molina (2008) definen la EMP “como el uso de características típicas de la vida nacional como medio de influir en la imagen y percepción del país en la sociedad civil, la opinión pública y los medios de comunicación extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial” (p.137).

Iglesias y Molina (2008) “Al respecto, el desarrollo de una EMP tiene como objetivo final crear y transmitir una Imagen País (activo intangible) que se acompaña con una Marca País (logotipo, slogan y lema) que engloba a las sub-marcas bienes, productos y servicios nacionales” (p.137). Anholt (2008) Como estrategia, la EMP es emprendida y asumida directamente por el gobierno de un país junto con actores de la sociedad civil, implicándose el sector público y el privado tanto en la etapa del diseño como en la implementación ya que ambos sectores obtendrán a la larga beneficios por igual de esta decisión (p.137).

Uruguay cuenta hoy en día, con una marca país definida que es “Uruguay Natural”. (Ver Anexo – La marca país de Uruguay “Uruguay Natural”)

Figura 2: Marca Uruguay Natural



Fuente: Uruguay natural (2011). Ministerio de Turismo del Uruguay

A su vez, Montevideo como ciudad, también cuenta con una marca ya formada que es:

Figura 3. Marca Montevideo



Fuente: Elementos básicos de la comunicación: Isotipo. Intendencia de Montevideo.

Y en cuanto a turismo, Montevideo está trabajando desde la División de Turismo de Montevideo en la marca Descubrí Montevideo, la cual, tiene desarrollada la pagina web www.descubrimontevideo.com donde se detallan las actividades. (Ver anexo – Marca Ciudad - Montevideo)

Figura 4. Descubrí Montevideo. Conglomerado de Turismo



Fuente: El conglomerado de Turismo. Página oficial de la División Turismo de Intendencia de Montevideo (Ver anexo – Marca de la web oficial de la División de Turismo en Montevideo)

Destino turístico

En el libro Marketing Turístico, conceptualiza destino turístico como; lugares con algún tipo de frontera real o imaginaria: las fronteras físicas que delimitan a una isla, las fronteras políticas e incluso las fronteras creadas por el mercado, como aquellas que un vendedor de viajes define cuando habla de un viaje por el Pacífico Sur, refiriéndose a Australia y Nueva Zelanda. En este sentido, América Central consta de siete países, pero muchas oficinas de turismo o agencias de viajes lo ven como una región. Un paquete de viajes combinado por América Central incluye dos o tres países, como Costa Rica, Guatemala y Panamá. Los otros se excluyen por razones de inestabilidad política o **infraestructura** deficiente. (Kotler, P. et al., 2011, p. 656).

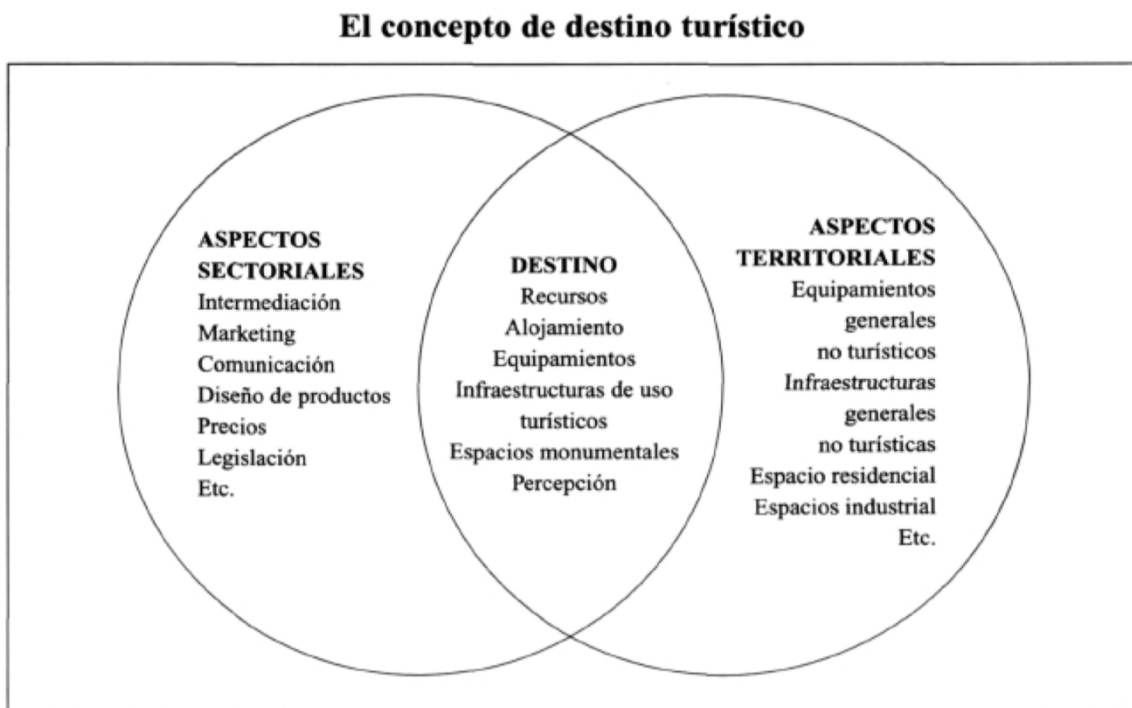
Kotler también comenta que, aunque Australia y Nueva Zelanda se incluyen en el mismo paquete turístico para el turista norteamericano, Australia se ha esforzado para que se considere

este país como destino único y no comparta el tiempo limitado de las vacaciones de estadounidenses y canadienses. A su vez, los destinos dentro de Australia, como el estado de Australia Occidental o ciudades como Perth o Adelaida, desean conseguir una reputación de destino distinguido para evitar que se olviden de ellas o constituyan solamente ciudades de paso.

Por su parte Barrado, D. A. realiza una conceptualización de destino turístico, desde una perspectiva geográfico-territorial, explica que en el sector turístico se da la coincidencia de entre espacio de producción y espacio de consumo, a lo que hay que añadirle un alto insumo de elementos geográficos que acaba dando como resultado que parte de ese territorio de producción-consumo se convierta en un producto consumido por los visitantes. El resultado de esa relación entre procesos productivos y territoriales genera la realidad del destino. (Barrado, 2004, p. 54).

Existen dos esferas en el proceso de creación y consumo turístico de cuya interacción surge el destino (ver cuadro 2), una socioeconómica y sectorial, no se desarrolla en su totalidad en el lugar al que se traslada el turista, pues gran parte de los procesos tienen lugar en origen, y de hecho se ha visto cómo en puridad la producción-consumo turístico comienza mucho antes del viaje. La segunda esfera es geográfica, formada por los recursos y las infraestructuras turísticas y generales que el turista utiliza, pero conformada también por otros muchos elementos que en ningún caso se incluyen ni en las estrategias de los agentes turísticos ni en la experiencia del visitante (Barrado, 2004, p.11).

Figura 5. El concepto de destino turístico



Fuente: Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico- territorial. Estudio Turístico, 1(160).

Así pues, para Barrado, ni todo el producto forma parte del destino, ni éste coincide exactamente con el ámbito territorial en que se asienta y del que forma parte. Lo que sucede es que con el proceso de producción-consumo turístico se genera una nueva realidad socio espacial diferenciada que es el destino, y que participa al mismo tiempo de aspectos sectoriales y geográficos.

Destinos de Paso

Kotler, P. et al. (2011) Al conceptualizar un “destino de paso” afirma que algunos destinos turísticos son, de hecho, destinos de paso en los que los viajeros se detienen durante su trayecto a otro sitio. Singapur atrae a más del doble de turistas anualmente que el número de sus

habitantes; sin embargo, los visitantes se quedan menos de tres días. El 21% están de paso o en conexión con otra ciudad. (p. 680).

A su vez, expresa que los visitantes consumen principalmente servicios de primera calidad como alojamiento, comida o compras mientras que los recorridos turísticos y el entretenimiento solo representan el 3% de su gasto. A pesar de las estancias cortas, Singapur está en el puesto número dos en Asia y en el once a escala mundial en cuanto a turismo receptor. En este sentido, España también es un destino de paso para muchos inmigrantes que cruzan el país con la intención de llegar a países del norte de Europa.

Metodología

La metodología aplicada se basó en lo que Páramo (2018) afirma sobre cómo los comportamientos de consumo se basan en aspectos individuales, sociales y culturales. Así, comprender a un consumidor, en este caso el consumidor turístico de un determinado destino, implica analizar los aspectos individuales, sociales y culturales de los consumidores y éstos además son percibidos de maneras diferentes por parte de sus congéneres.

“Los consumidores prefieren satisfactores que de mejor manera reflejen la esencia de su condición de miembro de un grupo social determinado y se dejan llevar por argumentos que poco o nada tienen de relación con la función del producto. Hoy los significados simbólicos asociados a los productos poseen mayor importancia para el consumidor.” (D. Páramo, 2018, p.16)

Páramo (2010) afirma en este sentido, que el comportamiento de consumidor es el proceso de adquisición, uso y apropiación de bienes, servicios e ideas sociales que hacen los seres humanos en su rol de consumidores en busca de satisfacer sus deseos de interacción social y humana (p.18).

Los distintos ambientes sociales, los rituales, las imágenes transmitidas por los cada vez más poderosos medios masivos de comunicación, los simbolismos que comportan los productos, las ideas y prácticas culturales, los roles de géneros, y las tradiciones religiosas y étnicas, son apenas algunos de los amplios factores que varios académicos han demostrado que ejercen enorme influencia en el comportamiento de los consumidores individuales (Belk, et al, 1989;

Bristor y Fisher, 1993; Hirschman, 1988; Rook, 1987; McCracken, 1988; Schouten, 1991; Scott, 1990; Sheth, Newman, and Gross, 1991; Thompson and Wildasky, 1990).

(Páramo, 2018, p. 113).

El interés de este análisis fue comprender el fenómeno del turismo de una manera integral, y en particular a los turistas que llegan a Montevideo. Entendiendo que tanto el comportamiento de los turistas, y todo el mercado vinculado al sector está inmerso en un constante intercambio de relaciones humanas, es que este trabajo no se concibió solamente en algunas variables, por tanto, el desarrollo del análisis de este trabajo se realizó desde una perspectiva cualitativa.

Se analizaron los comportamientos de quienes eligen Montevideo como destino turístico. A través de una metodología cualitativa nos permitió desde un método científico conocer en profundidad los aspectos individuales y colectivos en los que se basan sus comportamientos.

Además, se pretendió describir de una mejor manera los potenciales segmentos o tipos de consumidores, conociendo los procesos o secuencias en decisiones de marcas o uso de productos, describiendo las similitudes y diferencias entre los segmentos, formulando supuestos sobre las condiciones que predisponen hábitos o preferencias particulares.

Se realizaron un total de veintiséis entrevistas (ver anexo – Entrevistas; pág. 111), que incluyeron a diferentes grupos de interés respecto a la industria turística (ver anexo – Matriz de entrevistados; pág. 305), y de esta manera permitió tener la mayor amplitud posible en la temática, considerando todos los puntos de vista. Las entrevistas fueron realizadas a turistas, agentes de viaje, agentes del gobierno, guías turísticos, hoteles, restaurantes y centros

comerciales. Las mismas tuvieron la modalidad de preguntas de respuesta abierta, donde el entrevistado brindó información sin condicionamientos por el investigador.

Las entrevistas fueron grabadas y desgrabadas y posteriormente analizadas por el grupo de investigadores de forma individual, desde el cual, se llegó a un consenso pasando de las subjetividades individuales de los mismos a la intersubjetividad grupal del consenso. (ver anexo Matriz de análisis; pág. 307)

Resultados

Plantaremos los resultados según objetivos y tipo de agentes involucrados en la investigación de campo definidos en la metodología del presente trabajo.

1. Incidencia del gobierno en el turismo y su promoción:

Según lo mencionado en el marco teórico de este presente trabajo, el gobierno, tanto nacional, local como provincial o departamental forman parte del conjunto de stakeholders del turismo siendo parte la información y desempeño del gobierno para la actividad. A su vez, en Uruguay, directamente relacionados al turismo encontramos como rector más importante al Ministerio de Turismo. Es en función de ello, que se verán los resultados respecto a este punto.

- **Agencias de viaje.**

Promoción: se observa repetidamente la mención a la promoción, mayoritariamente se mencionan lugares hoy en día promovidos como son ciudad vieja y mercado del puerto, a su vez, encontramos menciones a lo que son las bodegas, donde encontramos opiniones de que hay actividad y hay promoción pero que, a su vez, se podría efectuar mayor promoción y difusión de las actividades tanto para turistas extranjeros como para los propios locales.

Hay que tratar de abrir más las bodegas para el perfil del turismo nacional, para que el uruguayo también participe. (Agente de Viaje - Entrevista 3).

Desarrollo: se observa relevancia a la falta de desarrollo más que nada en lo que son productos nuestros, propios del país o la ciudad, de infraestructura y de desarrollo de eventos, de ampliar la gama de eventos internacionales en el país de manera de captar mayor número de turistas.

No generar producto de las cosas realmente nuestras, por ejemplo, lo que es el tango, el mate. (Agente de Viaje - Entrevista 1).

Seguridad: resalta de las entrevistas que Uruguay y Montevideo puntualmente son seguros, que Montevideo es una ciudad segura, donde la gente cuando esta en la ciudad se siente segura y que se la reconoce por ello.

Si, Montevideo y Uruguay en general son seguros. Es lo primero con lo que se vende Uruguay. (Agente de Viaje - Entrevista 4).

Capacitación: se menciona mayormente la falta de capacitación del rubro, o en algunos lugares.

Necesitamos gente capacitada de este lado. (Agente de Viaje - Entrevista 1).

- **Agentes del gobierno.**

Seguridad: al igual que en el agente anterior, podemos encontrar una satisfacción en cuanto a la seguridad, el ser Montevideo y Uruguay seguros, y la percepción de los turistas al respecto.

Se sienten seguros y creo que supera el 80 por ciento de nivel de satisfacción de seguridad. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Está catalogada como una ciudad segura, con gran porcentaje de educación, con un sistema financiero muy adecuado para lo que es el mundo. (Agente de Gobierno - Entrevista 5).

Promoción: en cuanto a esta categoría, surge la necesidad de promoción de la zona metropolitana, de más lugares culturales y no solo ciudad vieja. También se hace énfasis en la falta de promoción y comunicación de percepciones que sí tienen los turistas, pero no son promovidas y trabajadas, como la calidad del aire y demás.

Es muy difícil que te encuentres un turista porque no hay un lugar siendo promocionado”. Lo de la calidad del aire y demás son índices, y yo digo que falta ponerlos en la comunicación, no que la gente lo perciba. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Desarrollo: observamos una conformidad en cuanto al desarrollo de la ciudad como tal.

Vos tenés todo a escala humana, acá es todo rápido, todo ágil. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Conectividad: en cuanto a la conectividad local, se nota un conformismo del turista que tal vez no es el mismo del ciudadano, pero cuando se habla de conectividad internacional, destaca una falta de ello, o una existencia, pero escasa, donde se podría unir con desarrollo e infraestructura para mejorar esa conectividad para que todo el mundo pueda llegar.

[...] que sea un aeropuerto donde todo el mundo pueda llegar. (Agente de Gobierno - Entrevista 5).

Sociedad: se habla de un gran porcentaje de educación en la sociedad, de una sociedad en crecimiento y avance de percepción de ellas a nivel internacional.

[...] con gran porcentaje de educación. (Agente de Gobierno - Entrevista 5).

Precios altos: se destaca que los precios no es una ventaja competitiva de la ciudad, que es un destino caro.

[...]porque por más que se mantengan los beneficios y demás, sigue siendo un destino caro, claro que es un destino caro”. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

- **Centros comerciales.**

Promoción: se menciona la promoción existente de actividades como bodegas, eventos deportivos, city tour entre otros, pero también la falta de promoción de otro tipo de actividades o de otras actividades culturales, no solo las conocidas, la necesidad de sumar otras.

Ampliar la oferta (Centro Comercial - Entrevista 7).

Precios altos: se destacan los precios altos y la necesidad de descuentos o beneficios que son buscados por los turistas.

El descuento es un factor decisivo en la compra. (Centro Comercial - Entrevista 8).

Seguridad: al igual que en el agente anterior, se destaca la seguridad, como positiva, como una ciudad segura donde el turista confía. Se hace referencia a las cámaras de seguridad las cuales contribuyen en la percepción de seguridad.

El turista camina y sabe que lo están controlando. (Centro Comercial - Entrevista 7).

Sociedad: La calidad de la gente es resaltada.

[...] se lo ve como un lugar seguro, percepción de un lugar tranquilo, gente amable... (Centro Comercial - Entrevista 8).

Capacitación: se plantea un buen nivel de capacitación en cuanto a lo que es el idioma Inglés actualmente y anteriormente el Francés.

[...] la mayoría habla o entiende algo de Inglés. (Centro Comercial - Entrevista 8).

- **Hoteles**

Seguridad: se destaca la seguridad, hasta en niveles muy altos, donde la percepción del turista es más alta que el ciudadano.

Seguro, ellos están hasta más tranquilos que yo por la calle. (Hotel - Entrevista 9).

Promoción: se denota la necesidad de promoción, difusión, de actividades existentes y hasta de lugares como restaurantes o pubs.

Nos consultan por los pubs o bailes para ir a la noche. (Hotel - Entrevista 9).

Sociedad: se hace referencia a la amabilidad, a ambiente cálido, humanizados.

[...] con muchos hasta se genera un vínculo de amistad. (Hotel - Entrevista 9).

Precios altos: se realiza comparación con precios de París, para decir que son precios altos.

Me dijeron que caro es Uruguay. Hay alguno que te dice que están bien, pero es uno de diez. (Hotel - Entrevista 11).

Desarrollo: se plantea la necesidad de desarrollar más actividades turísticas y de entretenimiento.

[...] más actividades recreativas y de entretenimiento para turistas. También nos consultan mucho por alquiler de bicicletas, monopatines eléctricos y hasta patines. (Hotel - Entrevista 9).

Información: se destaca la falta de información y de actualización de la misma por parte del gobierno.

Es muy importante pero el Ministerio de Turismo no nos da información o siempre son los mismos folletos [...] son de hace años, con la misma foto, con las mismas cosas[...]. (Hotel - Entrevista 11).

Inseguridad: se hace mención sobre el caso de autos estacionados en la calle y episodios ocurridos.

Hemos tenido varios episodios donde rompieron vidrios de autos”. (Hotel - Entrevista 12).

Capacitación: se destaca la falta de capacitación del rubro, así como se mencionó en el agente anterior, y lo apunta más al rubro gastronómico o de servicios.

El problema está cuando van a conseguir los servicios que allí solo se habla generalmente español. (Hotel - Entrevista 12)

- **Transportista**

Seguridad: nuevamente como en agentes anteriores se hace mención a las cámaras de seguridad.

Hay cámaras por todos lados, el estadounidense no lo sabe y capaz siente miedo por alguna situación ... Hay delincuencia, pero es reducida.
(Transportista - Entrevista 15)

Promoción: solo hace mención a actividades de sol y playa como es la rambla y actividades gastronómicas como son los mercados.

Para conocer la rambla y algunos mercados. (Transportista - Entrevista 15).

- **Restaurantes**

Seguridad: se plantea como positiva, como uno de los motivos por el cual los turistas eligen Montevideo como destino.

Trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad. (Restaurante - Entrevista 13).

Infraestructura: se destaca desde el lado arquitectónico, desde visitar por la infraestructura de la ciudad.

También todo lo que es llamativo de la arquitectura... o sea, la belleza de la ciudad misma. (Restaurante - Entrevista 13).

Promoción: se la puede vincular en este agente para dos funciones, una, como promoción positiva a nivel latinoamericano comparado con sus pares.

Estamos muy bien a nivel latinoamericano, estamos arriba de Chile hoy.
(Restaurante - Entrevista 14).

La segunda vinculación se realiza como descuentos y beneficios que se realizan a los turistas como la devolución del IVA.

Tenes descuento de Itaú, tenés devolución de IVA. (Restaurante - Entrevista 14).

Precios acordes y precios altos: se encuentran ambas posturas, una basándose más que nada en la búsqueda de los clientes, manifestando la necesidad de aggiornar los precios debido a la gran información que hay hoy en día, y la otra, en precios acordes en función de servicio y calidad sin la necesidad de consultar previamente precios.

Hoy la gente no se fija tanto en los precios. (Restaurante - Entrevista 14).

Capacitación: se expresa que por naturaleza se puede hablar un “portuñol” y sino inglés. No se plantea falta de capacitación.

[...] falamos un portuñol perfeito. y con los europeos Inglés. (Restaurante -
Entrevista 14).

- **Guías turísticos.**

Seguridad: se destaca el sentimiento de seguridad por parte de los turistas en la ciudad, más que nada, con la base en comparación con sus ciudades de residencia.

Los turistas ven Montevideo mucho más seguro que sus propios países. (Guía
Turístico - Entrevista 16).

Infraestructura: se resalta el Montevideo como ciudad capital del país con todo en cuanto a infraestructura.

Es como que tiene todos los servicios y mucho más... (Guía Turístico - Entrevista 16).

Promoción: se destaca la promoción de la ciudad vieja y su atractivo cultural, el teletransportar al turista.

Intento perciban no solo como es hoy en día Montevideo, sino como era antes, 1950. (Guía Turístico - Entrevista 17).

Sociedad: se menciona el trato ameno y cordial para con el turista.

Siempre es ameno, muy cordial de ambas partes. (Guía Turístico - Entrevista 17).

Limpeza: se resalta diferencias en las percepciones de limpieza de la ciudad según sus diferentes zonas.

[...]si está más en Pocitos piensan que es una ciudad bastante limpia y después van al Centro o Ciudad Vieja y ahí ya es como bastante sucio. (Guía Turístico - Entrevista 16).

Precios altos: para el agente, se entiende que somos un país caro para el servicio.

[...]somos un país caro. (Guía Turístico - Entrevista 16).

Desarrollo: se plantea como una posible nueva actividad o atractivo los rooftop.

Los bares que están en tipo en los edificios arriba del todo, los rooftop. (Guía Turístico - Entrevista 16).

- **Turista**

Seguridad: se destaca la seguridad, y se realiza comparaciones con Argentina y resto de países latinoamericanos.

Fue en el país de Sudamérica que más seguro nos sentimos. (Turista - Entrevista 21).

Promoción: se hace mención al conocimiento internacional en lo referente al consumo de la marihuana y las actividades de sol y playa.

En 2012, recuerdo que se produjo un impacto en muchos lugares por el tema de la marihuana. (Turista - Entrevista 18).

Sociedad: destacan la amabilidad, lo servicial de la población, y lo civilizada de la misma.

País civilizado y acogedor. Gente muy amable y servicial. Muy agradable estar. (Turista - Entrevista 26).

Los que visitan Uruguay por primera vez quedan sorprendidos. (Turista - Entrevista 20).

Capacitación: se plantea un alto nivel de conocimiento del inglés comparado a otros países de Latinoamérica, pero se considera falta aún capacitación.

Uruguay en sí, si bien es de los mejores con respecto al resto de Latinoamérica con respecto de hablar inglés...esa falta de inglés a la hora de recibir turistas". (Turista - Entrevista 20).

[...]debo estarle explicando o traduciendo. (Turista - Entrevista 26).

[...]no sabía muy bien el español, pero las otras veces que volví pude comunicarme mejor ... (Turista - Entrevista 25).

Precios acordes: se llega a plantear que para el servicio o bien recibido comparado con otros países, el precio hasta es barato, se destaca que el precio es acorde en función del servicio recibido o calidad del bien.

Los precios son similares a Alemania, no es caro. (Turista - Entrevista 21).

Es buenísimo, el servicio que más usamos es el de transporte y nos encantó la organización. (Turista - Entrevista 19).

Precios altos: contrariamente, otros turistas expresan que los precios son caros, pero se destaca el servicio brindado y su calidad.

Los precios son muy caros, pero la calidad es excelente. (Turista - Entrevista 18)

Limpieza: se destaca como cualidad de la ciudad y característica, su limpieza.

Ciudad tranquila y limpia. (Turista - Entrevista 22).

Desarrollo: se plantea como una característica de la ciudad su desarrollo, así como también, falta de desarrollo en cuanto a tours y precios.

[...]diferente a otras ciudades latinoamericanas ... como un pedazo de Europa en América del sur". (Turista - Entrevista 18).

Tours gratuitos caminando por toda la ciudad que cuenten la historia de la capital. (Turista - Entrevista 20).

2. Incidencia de la marca país.

Tal como se mencionó en el marco teórico, la Marca País es, según los autores citados, aquello (diversas formas según cada autor) que caracteriza al país y a su cultura. Aquellos aspectos culturales, nacionales, que caracterizan al país como tal, a la población, a las creencias, y generan una percepción sobre el lugar. A continuación, desglosamos los conceptos recogidos de las entrevistas a los agentes, que se relacionan de forma directa con el análisis de Marca País.

- **Agencias de viaje.**

Gastronomía: Se destaca reiteradamente la relación de la marca país, con todo lo que respecta a la gastronomía. El vino y la parrilla, se destacan entre los comentarios, por lo que notamos que, entre estos entrevistados, la marca país se relaciona de forma contundente con el asado y los vinos.

El regional viene muy sin saber por qué vino: el brasileño paulista porque tiene dinero y vino a comer un buen churrasco...”. (Agencia de Viaje - Entrevista 3).

Seguridad: La gran mayoría de los entrevistados comenta que Montevideo se trata de una ciudad segura, que el turista se siente seguro, que hay condiciones para que el turista considere que aquí su vida no corre riesgo, a diferencia de otras ciudades, como por ejemplo Río de Janeiro, ciudad que se caracteriza por fuerte inseguridad.

Si claro, por eso es que podés venderlo afuera de esa manera, porque es algo que se sostiene con la evidencia del que ya vino. Rio de Janeiro no podría venderse como segura porque no resiste. (Agencia de Viaje - Entrevista 4).

Se desconoce: dentro de los entrevistados, hay quienes consideran que la marca país no es reconocida por los turistas. También más de un entrevistado comenta que algunos turistas confunden Uruguay con Paraguay, haciendo énfasis en lo poco reconocida que es la marca país.

No, no se conoce a Uruguay por una marca. Es muy difícil vender Uruguay. (Agencia de Viaje - Entrevista 2).

¿A dónde vas? a Uruguay, o a veces hasta se complican y te dicen Paraguay.... (Agencia de Viaje - Entrevista 3).

Desarrollo: Cuestiones relativas al desarrollo, a la falta del mismo, a la necesidad de continuar trabajando.

La marca país está encaminada, pero esta vacía de contenido. (Agencia de Viaje - Entrevista 1).

Promoción: Asuntos relativos a la falta de ella, a la necesidad de aumentar en promoción.

Montevideo, pienso que está desaprovechado porque tendría que ser más marcado”.

(Agencia de Viaje - Entrevista 3).

Deportes: se plantea que parte de la marca país es relativa a lo deportivo, más específicamente al fútbol.

Somos conocidos, pero por algunas cosas como el fútbol o algunas personalidades.

(Agencia de Viaje - Entrevista 2).

- **Agentes del gobierno.**

Se conoce: se coincide en que la marca país se conoce mundialmente siendo la misma es completa, integral, se menciona a su vez, que si bien se conoce, es algo que se debe trabajar continuamente.

Es aún una marca bastante completa (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Seguridad: En relación a la seguridad, ambos entrevistados convergen en que se trata de una ciudad sumamente segura.

[...]el turista tiene una percepción de seguridad bastante alta. - Se sienten seguros y creo que supera el 80 por ciento de nivel de satisfacción de seguridad. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Promoción: se expresa que la promoción internacional de la marca país en ferias y exposiciones potencia la percepción internacional de Uruguay en su totalidad. A su vez, dentro de estas percepciones, se encuentran satisfactorias a nivel internacional lo relacionado al sistema financiero, la educación y hoy en día la tecnología.

[...] ha tenido unos cuantos años de crecimiento a nivel de percepción de país, como lugar y creo que eso se potencia teniendo una marca país. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Sociedad: se relaciona a la marca país con lo que el turista efectivamente se encuentra al llegar a Uruguay, a Montevideo, viéndolo como ventajas competitivas destacándose la cordialidad como una característica principal de la sociedad.

[...]También tiene que ver con la cordialidad, tiene que ver con el teatro, con el vínculo de las personas, y eso tiene que ver con las ventajas competitivas que hacen al turista elegir Uruguay. (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

- **Centros comerciales.**

Seguridad: se entiende que se trata de una ciudad segura, donde el turista se siente seguro y hasta se compara con otros destinos.

No es como Argentina donde el turista va mucho más precavido. (Centro Comercial - Entrevista 8).

Sociedad: se considera un plus dentro de la marca país, destacando la amabilidad y por ende la seguridad que trae el estilo de sociedad.

[...]lugar tranquilo, seguro, de gente amable. (Centro Comercial - Entrevista 8).

Se contradice: Uno de los entrevistados, considera que la marca país se contradice, ya que promueve lo natural, pero por otro lado se contradice, provocando un debilitamiento en la marca país.

Hoy por hoy no existe el Uruguay Natural [...]Quieren hacer caza, ir a cazar jabalíes, [...], me parece que Uruguay Natural es más natural, algo clásico. (Centro Comercial - Entrevista 7).

- **Hoteles**

Seguridad: la mayoría de los entrevistados comentan que esto es algo que resalta en relación a la marca país. Que Uruguay se caracteriza por ser un país seguro, con cámaras de vigilancia y sobre todo se destaca que hay una diferencia entre seguridad y sentirse en peligro.

Montevideo es seguro, ellos están hasta más tranquilos que yo por la calle. (Hoteles - Entrevista 9).

No es un problema de falta de seguridad, sino de sensación de que puedes llegar a estar en peligro. (Hotel - Entrevista 11)

Sociedad: se encuentran coincidencias en características positivas de la sociedad, y destacando como importante y decisivo a la hora de elegir el destino por parte del turista.

[...]que vean que somos amables, que tenemos predisposición. (Hoteles - Entrevista 12).

Información: se plantea que seguramente existe una falta de información interna, en el propio destino y país, ya que el objetivo es divulgar en el exterior.

Puede pasar que la información esté en el exterior porque ese es el público objetivo y no nos llega a nosotros mortales de acá. (Hotel - Entrevista 11).

- **Transportista.**

Sociedad: En este punto, expresa que el gobierno y más propiamente la policía, no realiza acciones para mantener la seguridad.

[...]la policía no hace nada, el gobierno no hace nada. (Transportista - Entrevista 15).

Inseguridad: nuevamente se encuentra la mención a la percepción, indicando que no solo es ser una ciudad tranquila, segura y con cámaras, sino que el turista lo note.

no lo sabe y siente miedo por alguna situación, [...], hay delincuencia, pero es reducida.
(Transportista - Entrevista 15).

Información: respecto a la información con relación a la marca país se plantea una discrepancia entre lo que se promueve e informa con lo que es la realidad.

[...]dan mucha información que no es real. (Transportista - Entrevista 15).

- **Restaurantes**

Seguridad: en relación a la marca país, ambos entrevistados coinciden en que la seguridad es muy buena, directamente en la elección del turista a la hora de visitar la ciudad.

El motivo que pienso por ahora trae a la gente a Montevideo, es el tema de la seguridad.
(Restaurante - Entrevista 13).

Gastronomía: En lo que respecta a la gastronomía y su relación con la marca país, ambos entrevistados coinciden en que sin dudas la marca país está fuertemente determinada por todo lo que respecta a lo culinario, más específicamente, la carne.

[...]vienen a buscar el asado, el chivito. (Restaurante - Entrevista 13).

[...]la gente conoce Uruguay por la carne, nuestro producto estrella es la carne.
(Restaurante - Entrevista 14).

Desarrollo: se menciona como positivo y característico de la ciudad, el tránsito, la seguridad en el tránsito, aportando a las características positivas de la ciudad.

[...]el tránsito es una razón por las cuales elegimos una ciudad. (Restaurante - Entrevista 14).

- **Guías turísticos.**

Seguridad: ambos entrevistados destacan la seguridad que ofrece la ciudad, pero a su vez, se menciona a que puede interferir las zonas por donde se trasladan los turistas.

Siempre manifiestan sentirse seguros, entiendo es porque se movilizan en zonas seguras. (Guía turístico - Entrevista 17).

Se conoce: se afirma el conocimiento de la marca país fuera de fronteras al momento de informarse del futuro turista, donde esa búsqueda, asocia al país con lo natural, entendiéndose que es justamente lo que caracteriza al país.

[...]al entrar al Uruguay lo ven o cuando se quieren informar en la web ven el logo de Uruguay Natural. Estamos asociados con lo natural. (Guía turístico - Entrevista 16).

Limpieza: En relación a la marca país, se encuentra diferenciado la opinión en función de la zona a la que se este haciendo referencia, marcando que Ciudad Vieja o el Centro es más sucio que zonas como Pocitos.

[...]si está más en Pocitos piensan que es una ciudad bastante limpia y después van al Centro o Ciudad Vieja y ahí ya es como bastante sucio. (Guía turístico - Entrevista 16).

Sociedad: se destaca como algo característico del país y de la ciudad la sociedad en general y su trato hacia el turista al igual, que el trato del turista para con el ciudadano.

Siempre es ameno, el trato cordial de ambas partes. (Guía turístico - Entrevista 17).

- **Turista**

Seguridad: en relación con la marca país, casi todos los entrevistados comentan que Montevideo es una ciudad muy segura en todo sentido, independientemente de si es de día o noche, destacando la tranquilidad de caminar por la ciudad sin estar al pendiente o sentirse inseguro y comparándola con otras ciudades de América del Sur.

[...]siempre que anduvimos por algún lado, de día o noche nos pareció muy seguro.

(Turista - Entrevista 19).

Me siento muy seguro en la ciudad. No me preocupa andar en la noche. (Turista - Entrevista 25).

Fue en el país de Sudamérica que más seguro nos sentimos. (Turista - Entrevista 21).

Y inseguridad anda a la Argentina y después hablamos piba, acá se puede caminar. (Turista - Entrevista 24).

Sociedad: se destaca como una característica fuerte positivamente del país su sociedad por la amabilidad y lo servicial de las personas además de resaltarlo como un país civilizado.

Buena visión. País civilizado y acogedor. Gente muy amable y servicial. Muy agradable estar. (Turista - Entrevista 25).

Amamos Uruguay, hacen todo bien, es un lujo. País tranquilo. Siempre somos bien recibidos. (Turista - Entrevista 24).

Se conoce: En relación al slogan Uruguay Natural, los entrevistados toman posiciones bastante divididas. Algunos de ellos comentan que se conoce, pero en destinos de sol y playa y otros más que nada al momento de arribar al país ya sea marítimamente o aérea. A su vez, se menciona que esta más presente actualmente en internet y publicidades.

[...]por Rocha todo eso, en la Paloma sobre todo lo empecé a ver. (Turista - Entrevista 19).

Siempre lo veo en el aeropuerto y en los comerciales de televisión. Es un buen marketing para el país. (Turista - Entrevista 25).

[...]en internet y algunas publicidades, hoy creo está más presente que antes. (Turista - Entrevista 26).

No se conoce: algunos entrevistados no conocen el slogan de “Uruguay Natural”, o no considera sea frecuentemente visto fuera de Uruguay. Están los que nunca escucharon sobre él, como los que lo conocieron al llegar al país, no anteriormente.

Nunca lo escuché. (Turista - Entrevista 18).

Antes de viajar no tenía idea de la marca[...]. (Turista - Entrevista 21).

Limpieza: según algunos de los entrevistados, la ciudad y el país se caracterizan por ser limpios.

Ciudad tranquila y limpia. (Turista - Entrevista 22).

Gastronomía: al igual que en otros agentes ya mencionados, se asocia la carne con la marca país. Encontrando tanto la parrilla como el chivito, dentro de las más destacadas.

Tengo que ir a probar ese chivito que, que, el que todo el mundo habla (Turista - Entrevista 19).

Promoción: en lo que respecta a la promoción del destino dentro de lo que es la marca país, se encuentran menciones de escasa promoción publicitaria y difusión.

No hay buena promoción del país. Muchos llegan porque se arman su itinerario para conocer Latinoamérica y se topan con Uruguay. (Turista - Entrevista 20).

Desarrollo: en lo que respecta al desarrollo en función de la marca país, se destaca la comparación con otros destinos de Latinoamérica y Europa.

[...]ciudad muy desarrollada, diferente a otras ciudades latinoamericanas “como un pedazo de Europa en América del sur. (Turista - Entrevista 18).

3. Tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

En el marco teórico se define al turista, según la OMT, como una persona que se desplaza de su residencia, y que requiere de una serie de servicios. Este desplazamiento se realiza por diferentes motivos que permite denominar el turismo realizado, es por eso que con este objetivo buscamos determinar cuales son los motivos principales que traen a los turistas a Montevideo y cuales son los tipos de turista que visitan el destino.

Es necesario para este objetivo dividir en diferentes puntos el análisis:

Motivo, procedencia, tipo de turistas y estaciones.

- **Agencias de viaje.**

Motivo: Los motivos que los traen a los turistas según lo que dicen los entrevistados son:

Gastronomía: La gastronomía se repite en la mitad de las entrevistas realizadas.

Les gusta ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas.

(Agencia de viaje - Entrevista 1)

Cultura: Lo cultural también se repite en la mitad de las entrevistas.

[...] la ciudad vieja con su historia, la ciudad amurallada” (Agencia de viaje - Entrevista 1).

Sol y playa: Un entrevistado hace mención al sol y la playa.

[...]la costa de Montevideo (Agencia de viaje - Entrevista 4).

Entretenimientos: Un entrevistado hace referencia al casino.

[...]el brasilero viene mucho por el casino. (Agencia de viaje - Entrevista 4)

Negocios: Un entrevistado también nombra a los negocios como un motivo de visita de los turistas.

Hay gente que va como negocio, pero no como recreación. (Agencia de Viaje - Entrevista 1)

Procedencia: La procedencia de los turistas según las respuestas de este agente son:

Fronterizos: De los 4 entrevistados, 3 nombran turistas que provienen de Argentina y Brasil.

Resto del Mundo: 3 entrevistados también nombran países del resto del mundo.

[...] rusos (Agencia de viaje - Entrevista 2)

[...] europeos (Agencia de viaje - Entrevista 1)

Resto de América: La mitad de los entrevistados nombran países del resto de América.

[...] paraguayos (Agencia de viaje - Entrevista 4)

Tipos de turistas:

Días: Quienes responden estas preguntas expresan que los turistas que vienen a Montevideo lo hacen por algunos días.

[...] 3 o 4 noches a reventar (Agencia de viaje - Entrevista 4)

Estaciones:

Primavera/Verano: La mitad de los entrevistados nombra a las estaciones primavera y verano.

Por lo general en lo que es el verano nuestro (Agencia de viaje - Entrevista 1)

Todo el año: La mitad de los entrevistados dice que hay turismo todo el año.

Turismo de negocios y turismo de eventos a lo largo de todo el año (Agencia de viaje - Entrevista 1).

- **Agentes del gobierno.**

Motivo:

Gastronomía: Un entrevistado nombra que la gastronomía es un motivo por el cual llegan turistas a Montevideo.

[...] tenés a 25 minutos, media hora una bodega (Agente de Gobierno - Entrevista 6)

Sol y playa: Un entrevistado dice que un motivo que trae a los turistas a Montevideo es el turismo de sol y playa.

El de sol y playa (Agente de Gobierno- Entrevista 5)

Cultura: Se expresa que otro motivo es el cultural.

[...] pensando en turismo extranjero en Montevideo es la... es el producto cultural (Agente de Gobierno - Entrevista 6)

Negocios: También un entrevistado dice que un motivo es el turismo de negocios.

El principal motivo por el que los turistas visitan Montevideo es por el turismo de reuniones y de congresos (Agente de Gobierno - Entrevista 5).

Procedencia:

Fronterizo: Un entrevistado dice que la procedencia de los turistas son principalmente Argentinos y Brasileños.

Brasil, Argentina (Agente de Gobierno - Entrevista 6)

Resto del mundo: Un entrevistado dice que provienen de todo el mundo.

De todas partes del mundo (Agente de Gobierno - Entrevista 5).

Resto de América: Un entrevistado nombra a EEUU

Estados Unidos (Agente de Gobierno - Entrevistado 6)

Uruguay: Dice un entrevistado que hay personas que también vienen de Uruguay.

[...] del interior del país (Agente de Gobierno - Entrevista 6)

Estaciones:

Primavera/Verano: El 50% de los entrevistados dice que el turismo en Montevideo se da en Primavera y Verano.

Generalmente es en la segunda parte del año (Agente de Gobierno - Entrevista 5)

Todo el año: El 50% de los entrevistados dice que el turismo en Montevideo se da a lo largo de todo el año.

Montevideo logró desestabilizar y en los cuatro trimestres tiene prácticamente la misma cantidad de visitantes (Agente de Gobierno - Entrevista 6)

- **Centros comerciales.**

Motivo:

Gastronomía: Un motivo al que hace mención un entrevistado es lo culinario.

Lo gastronómico (Centro comercial - Entrevista 8).

Cultura: Se menciona una vez que un motivo que trae a los turistas es la cultura.

Lo cultural (Centro comercial - Entrevista 8).

Sol y playa: Expresa un entrevistado que los motivos son varios, uno de los motivos es la rambla.

La rambla (Centro comercial - Entrevista 8)

Eventos: Un entrevistado dice que un motivo son los eventos que se desarrollan en la ciudad.

[...] vienen a algún evento (Centro comercial - Entrevista 7)

Deportes: Un entrevistado dice que un motivo son actividades deportivas.

[...] son las correccaminatas (Centro comercial - Entrevista 7)

Negocios: Un entrevistado también nombra los negocios como motivo por el cual vienen los turistas.

[...] los congresos (Centro comercial - Entrevista 7)

Procedencia:

Uruguayos: Nombra un entrevistado que los turistas que vienen son uruguayos.

[...] mucho uruguayo (Centro comercial - Entrevista 7)

Fronterizos: También nombra Argentinos y Brasileños.

[...] mucho argentino... brasileños (Centro comercial - Entrevista 7)

Resto del mundo: El entrevistado dice que también vienen turistas desde Alemania, Holanda, Rusia.

[...] después Alemanes, Holandeses, Rusos (Centro comercial - Entrevista 7)

Tipos de turista:

Días: El entrevistado que contesta dice que vienen los turistas por días.

Viene a algo puntual, dos o tres días (Centro Comercial - Entrevista 7)

Estaciones:

Todo el año: Quién responde a esta cuestión dice que no se puede determinar la época en la que asisten más turistas

Imposible decírtelo (Centro Comercial - Entrevista 7)

- **Hoteles**

Motivo:

Marihuana: El motivo que se nombra dentro de los entrevistados de esta agencia es la marihuana.

H1 expresó Primero que nada siempre va a ser el motivo de la Marihuana (Hotel - Entrevista 9)

Procedencia:

Fronterizos: Quienes responden a esta interrogante nombran turistas provenientes de países vecinos.

Argentina, Brasil (Hotel - Entrevista 10 y 11)

Resto del mundo: Un entrevistado nombra que algunos de los turistas que vienen a Montevideo son provenientes de Europa,

Europeos (Hotel - Entrevista 11)

Tipos de turistas:

Días: Todos los entrevistados que trabajan en un hotel dicen que los turistas se quedan solo algunos días en Montevideo.

Depende, de cada turista, y porque vengan, se quedan 2 noches perfectamente (Hotel - Entrevista 10)

Semanas: Un entrevistado expresó que el turista se puede quedar varias semanas.

Se quedan hasta 15 días (Hotel - Entrevista 10)

Meses: Un entrevistado dijo que hay turistas que pueden quedarse en la ciudad hasta un mes.

Hay quienes se quedan hasta un mes (Hotel - Entrevista 9)

Estaciones:

Todo el año: La mitad de los entrevistados dice que los turistas vienen a Montevideo durante todo el año.

[...] si me pedís un número de ocupación, digo el 30% por mes (Hotel - Entrevista 12)

Primavera/Verano: Un entrevistado dice que los turistas vienen en verano.

Principalmente verano (Hotel - Entrevista 10)

- **Restaurantes.**

Motivo:

Seguridad: Todos los entrevistados dicen que la seguridad es un motivo que trae a los turistas a Montevideo.

Lo que trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad (Restaurante - Entrevista 13)

Cultura: También se nombra que la cultura es otro motivo por el cual vienen las personas a Montevideo.

[...] también todo lo que es llamativo de la arquitectura... o sea, la belleza de la ciudad misma (Restaurante - Entrevista 13)

Procedencia:

Fronterizos: Un entrevistado comenta que vienen turistas de Brasil y Argentina.

Brasilero, Argentino (Restaurante - Entrevista 14)

Resto del mundo: También se nombra al turista de otras partes del mundo.

Americanos, el Español (Restaurante - Entrevista 14)

Resto de América: Se hace referencia además a turistas que vienen desde otros puntos de América.

Americano, el Mexicano, el Peruano (Restaurante - Entrevista 14)

Estaciones:

Primavera/Verano: Los entrevistados que forman parte de este agente dicen que principalmente vienen en primavera y en verano.

Por lo general verano, primavera-verano. Igual aun nos estamos acomodando por la pandemia (Restaurante - Entrevista 13)

Todo el año: Hay quien dice que depende del turismo que se venga a hacer, cuál es la época elegida.

Verano para el turismo e invierno para los negocios (Restaurante - Entrevista 14)

- **Transportista.**

Procedencia:

Fronterizos: El entrevistado nombra a turistas que vienen de países que son fronterizos con Uruguay.

Argentina y Uruguay (Transportista - Entrevista 15)

Resto de América: También el entrevistado nombra turistas que son de América.

Estadounidenses (Transportista - Entrevista 15)

Estaciones:

Todo el año: El entrevistado dice que vienen los turistas a Montevideo a lo largo de todo el año.

Los turistas vienen todo el año (Transportista - Entrevista 15)

- **Guías turísticas.**

Motivos:

El entrevistado que habla de esta interrogante expresa que en Montevideo se puede hacer todo tipo de turismo.

Me parece que... Montevideo como que unifica todos los turismos, por así decirlo, en un solo lugar y al ser la capital es como que tiene todos los servicios y mucho más logística durante todo el año y me parece que por eso es más atractivo frente a otros destinos de Uruguay (Guías Turísticas - Entrevista 16)

Tipos de turistas:

Semanas: El entrevistado que contesta esta pregunta comenta que vienen los turistas por semanas.

Es muy variado, hay casos que es por familiares y vienen aprox 10 días o más (Guías Turísticas - Entrevista 17)

Estaciones:

Todo el año: La mitad de los entrevistados dice que hay turismo todo el año.

En Montevideo hay turismo todo el año (Guías Turísticas - Entrevista 17)

Primavera/Verano: La otra mitad dice que vienen en verano los turistas.

Obviamente en verano porque estamos acostumbrados a viajar cuando hace bastante calor (Guías Turísticas - Entrevista 16)

- **Turista**

Motivo:

Cultura: Uno de los motivos que nombra un entrevistado, son las actividades culturales.

[...] recorrer ciudad vieja (Turista - Entrevista 24)

Gastronomía: Habla un entrevistado sobre la gastronomía como motivo de su viaje a Montevideo.

Nos gusta ir a comer (Turista - Entrevista 24)

Estudio: Una de las entrevistadas llegó a Montevideo por estudios,

Por estudios (Turista - Entrevista 18)

Familia y amigos: Un turista expreso que su motivo de viaje a Montevideo fueron su familia y sus amigos.

Mi motivo principal son familia y amigos (Turista - Entrevista 20)

Seguridad: Uno de los entrevistados habla de la seguridad como el motivo de su viaje.

Montevideo tiene eso, es una ciudad tranquila, imagínate vivir en Capital (Turista - Entrevista 24).

Procedencia:

Fronterizos: 6 de los turistas entrevistados provienen de países fronterizos a Uruguay, Argentina y Brasil.

Resto del mundo: Los restantes 3 turistas provienen del resto del mundo, dos de ellos de Alemania, y uno de Australia.

Tipo de turista:

Días: De las 9 entrevistas realizadas, 3 entrevistados dijeron que vinieron por días.

3 días (Turista - Entrevista 21)

Semanas: Uno de los entrevistados dijo que se quedó varias semanas

1 o 2 semanas (Turista - Entrevista 20)

Meses: Un entrevistado dijo que vino para quedarse varios meses.

Vinimos a conocer, y me quedé, y me quedé. en un principio eran 3 meses (Turista - Entrevista 19)

Estaciones:

Primavera/Verano: De los nueve entrevistados cuatro responden que la mejor época para visitar Montevideo es en verano.

Verano es la mejor porque evita el invierno frío de Alemania (Turista - Entrevista 20)

Otoño/Invierno: Algunos entrevistados comentan que la mejor época es invierno

Creo que a los brasileños les gusta viajar a Montevideo en invierno, porque les gusta sentir el frío uruguayo (Turista - Entrevista 25)

Todo el año: Un entrevistado comenta que por más que viene en verano, Montevideo se puede recorrer a lo largo de todo el año.

Todo el año, pero venimos en turismo (Turista - Entrevista 24)

4. Tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

Tal como se mencionó el marco teórico, el producto turístico es “un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista”. En este sentido se verán los resultados respecto a este punto.

- **Agencias de viaje.**

Gastronomía: La gastronomía es la principal actividad que realizan los turistas cuando visitan la ciudad, todas las agencias de viaje consultadas coincidieron que el arte culinario es de las principales cosas que el turista extranjero quiere hacer; probar la carne, platos propios del país y los vinos uruguayos ha sido la principal actividad.

Ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas (Agencia de viaje - Entrevista 1)

Cultura: Ligado a lo anterior, conocer el destino desde lo cultural es la segunda actividad más repetida en cuanto a las actividades que se realizan. Conocer, los monumentos, escuchar música y danza típica de la ciudad y lo vemos cuando nos mencionan las siguientes frases

[...]conocer lo que es el centenario que es el primer estadio mundialista, la ciudad vieja con su historia (Agencia de viaje - Entrevista 1).

[...]metes milongón, que es un espectáculo, Un show clásico de acá, metes “La Perdiz” ponele, comes un asado (Agencia de viaje - Entrevista 4).

City Tour: En tercer lugar, de menciones la actividad que más se elige son los city tour, recorrer lugares históricos, ver los monumentos, las historias de la ciudad son parte de la experiencia que, según las agencias de turismo, es lo que quieren hacer los turistas cuando llegan a Montevideo.

Bodegas, Ciudad vieja, Barrio sur y Palermo, Playa, Mercado del Puerto (Agencia de viaje - Entrevista 2).

Entretenimiento: El entretenimiento, viene de la mano con tener una experiencia completa al conocer una ciudad y esto también es mencionado por parte de las agencias de viaje, cuando nos mencionan que se realizan muchas actividades de entretenimiento.

[...] andar en bicicleta por la rambla (Agencia de viaje - Entrevista 2).

Eventos: Para las agencias de viaje, una de las actividades principales para atraer turistas son los eventos, por ejemplo, como el deporte, eventos deportivos de todo tipo de disciplinas llegan a la ciudad cada año

[...] estadios de fútbol, competencias. (Agencia de viaje - Entrevista 4).

Sol y Playa: Una de las características de la ciudad que es muy resaltada es el ser una capital con playas y el paseo de la Rambla. Es una actividad que el turista realiza con frecuencia.

[...] Barrio sur y Palermo, Playa (Agencia de viaje - Entrevista 2).

- **Agentes del gobierno**

Gastronomía: Esta vez por parte de agentes vinculados al gobierno vemos que lo culinario sigue siendo de las actividades que más eligen los turistas.

[...]Lo que más llama la atención es el producto Cultural (Agente de gobierno - Entrevista 6).

Eventos: Los eventos que se organizan en la ciudad, son generalmente promovidos por los diferentes agentes de gobierno que participan en turismo porque es de las actividades que atrae más personas a visitar el destino.

Los eventos y reuniones (Agente de gobierno - Entrevista 5).

Cultura: Desde los agentes de gobierno también resulta que los aspectos culturales son de las atracciones que más se eligen, como el carnaval y las cuerdas de tambores.

Lo que más llama la atención es el producto cultura (Agente de gobierno - Entrevista 6).

Sol y Playa: Por parte de los agentes de gobierno involucrados al turismo también resaltan a la rambla de Montevideo como una actividad de las más elegidas.

La playa (Agente de gobierno - Entrevista 5).

Entretenimiento: Otro motivo considerado son diferentes actividades de entretenimiento.

[...] paseos en bicicleta en la rambla o por la ciudad, Kayaks (Agente de gobierno - Entrevista 6).

City Tour: Conocer la ciudad, su arquitectura, las plazas, monumentos es una actividad que se vuelve a repetir.

[...] Bodegas, chacras turísticas... Bus Turístico. (Agente de gobierno - Entrevista 6).

- **Centros comerciales.**

Otro agente consultado fueron los centros comerciales, estos son agentes que reúnen diversos tipos de comercios, desde indumentaria, gastronomía, artículos diversos. Al consultarles por qué actividades consideran que los turistas eligen realizar, se han obtenido los siguientes resultados.

Gastronomía: Por parte de estos agentes de interés se vuelve a repetir que lo culinario de las principales actividades.

[...] gastronomía (Centro comercial - Entrevista 8).

City Tour: Tanto para el comerciante de la Ciudad Vieja como para el representante de un gran centro comercial, lo que todos los turistas realizan, son los city tours para conocer la ciudad, su historia y la arquitectura.

[...] de acá caminando puedes ir a una catedral, a algún museo, ..., la plaza Independencia, la puerta de la ciudadela (Centro comercial - Entrevista 7).

Eventos: Un aspecto mencionado también fue que la cercanía que permite la ciudad hace que se facilite también el acceso a actividades de entretenimiento como teatros.

[...] teatro Solís (Centro comercial - Entrevista 7).

Sol Y Playa: Volvemos a encontrar que la visita a la rambla y recorrerla es una actividad que gusta a los turistas.

[...] rambla (Centro comercial - Entrevista 7).

- **Hoteles**

El sector hotelero es de los que más contacto tiene con el turista, mucha información se puede encontrar allí de las conversaciones que se dan en las recepciones.

City Tour: En la mayoría de los casos estuvieron de acuerdo que la actividad más realizada por los turistas que llegan a la ciudad son los City tours, El Bus turístico, conocer lugares como los parques, y lugares históricos.

[...] quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. El mirador general que se ve, toda toda la ciudad, todo Montevideo (Hotel - Entrevista 10).

Gastronomía: Al igual que con los agentes que venimos mencionando anteriormente vuelve a aparecer la gastronomía como actividad. En este sentido las bodegas es una actividad que se vuelve a repetir.

Excursiones a bodegas (Hotel - Entrevista 12).

Cultura: Lo cultural vuelve a mencionarse por este grupo de agentes.

Como por ejemplo la Ciudad Vieja (Hotel - Entrevista 9).

Entretenimiento: Las actividades de entretenimientos aparecen nuevamente

[...] Nos consultan por los pubs o bailes para ir a la noche (Hotel - Entrevista 9).

Sol y Playa: Para los hoteles que se consultaron también la rambla, es un lugar típico donde ir a recorrer.

Seguro quiero conocer la Rambla. La Rambla es un punto, por el mar (Hotel - Entrevista 10)

- **Transportista**

City Tour: Comenta que para ese sector la principal actividad que hacen los turistas es recorrer la ciudad.

Deporte: También comenta que el deporte es una actividad recurrente, como cuando comenta que los lleva al estadio Centenario.

Gastronomía: Se vuelve a repetir lo Culinario, la gastronomía como actividad para conocer la cultura.

Lo llevó a lo clásico, a Punta Carreta, por la historia que tiene, al estadio Centenario, el Mercado Agrícola, capaz que me piden o me preguntan por el Barrio de los Judíos, entonces le doy una vuelta, porque quieren saber. Y después tenes muchos lugares, los llevó por Montevideo Shopping. (Transportista - Entrevista 15)

- **Restaurantes**

Gastronomía: Al consultar a los restaurantes la principal actividad de la que nos brindaron información fue sobre lo gastronómico.

Vienen a buscar el asado, el chivito. Comidas típicas. (Restaurante - Entrevista 13)

- **Guías turísticos.**

City Tour: Los guías turísticos coincidieron en que la principal actividad para el turista son las recorridas por la ciudad

Siempre que pongo sobre arquitectura como que explota (Guía turístico - Entrevista 16)

Gastronomía: También vemos que todos coincidieron en que la actividad gastronómica es una de las actividades más realizadas.

[...] también siempre de comidas me preguntan. (Guía turístico - Entrevista 16)

Cultura: Mediante las recorridas por la Ciudad el turista busca conocer la cultura

[...] siempre es lo novedoso, lo diferente, por ejemplo, con los street art (Guía turístico - Entrevista 16)

Marihuana: La marihuana es algo sobre lo que el turista consulta.

[...] del cannabis me preguntan mucho también (Guía turístico - Entrevista 16)

- **Turista**

City Tour: La actividad principal de los turistas entrevistados es el recorrer la ciudad. Ocho de nueve entrevistados nos contestó que esto entre las actividades que realiza o realizará.

Conocer la ciudad en general, conocer gente que me haga conocer lugares (Turista - Entrevista 18)

Gastronomía: Como también resultó en los demás agentes, la gastronomía, lo culinario es la actividad más recurrente, parrillas, bodegas, bares, son actividades que el turista realiza con mayor frecuencia y se constata en las respuestas de los entrevistados.

Queríamos ir a comer al puerto, comer el famoso chivito, ir al Parque Rodó (Turista - Entrevista 19)

Sol y Playa: Recorrer la Rambla de Montevideo y disfrutar de las playas es la tercera actividad en frecuencia de respuesta de los turistas entrevistados. Seis de los nueve entrevistados, nos contestaron que la rambla es un lugar al que van.

[...] caminar por la rambla. Recorrer la ciudad a pie (Turista - Entrevista 22)

Cultura: En cuanto a lo cultural, se vuelve a dar esta respuesta, con un poco menor frecuencia de respuesta que las anteriores, dos personas lo mencionaron, conocer museos, arquitectura es de las actividades que también se ha comentado.

Recorrer lo que es la old city [...] algún museo (Turista - Entrevista 26)

Familia y Amigos: Algunos turistas, son visitantes recurrentes, ya sea porque son uruguayos que viven en el exterior, o son extranjeros con familiares aquí, o que simplemente han formado amistades en Montevideo, hacer actividades con ellos, es importante para su estadía.

[...] una cerveza con amigos. (Turista - Entrevista 20)

Marihuana: Si bien no se menciona que es por la actividad que viene a Montevideo si forma parte de las actividades consideradas.

En 2012, recuerdo que se produjo un impacto en muchos lugares por el tema de la marihuana (Turista - Entrevista 18)

Compras: Un entrevistado considera las compras como una actividad realizada.

[...] hicimos compras. (Turista - Entrevista 23)

5. Perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo.

Tal como comentábamos en el marco teórico respecto a los tipos de turistas que llegan a Montevideo, así como todo lo relativo al establecimiento de los precios de los productos turísticos, y las complejidades que este proceso implica -ya que como dice Nicolau- el precio

del producto no es algo fácil de determinar “debido a la variabilidad en la composición de los productos, al alto grado de competencia existente, y a las dificultades de predecir los flujos de visitantes”, en esta sección profundizaremos sobre los conceptos relacionados a las diferentes percepciones en relación a los precios. Luego y con esa información, intentaremos establecer pautas relativas a las concepciones respecto al precio y perfiles económicos de los turistas que llegan a Montevideo.

- **Agencias de viaje.**

Precios altos: En relación a lo que respecta a los precios, casi todos los entrevistados comentan que se trata de un destino con precios elevados.

Uruguay no es un destino para el que anda corto de dinero, sino para aquel que está acostumbrado a pagar altos precios. Trabajamos con personas de nivel alto y están acostumbrados a precios altos. (Agencia de viaje - Entrevista 2)

El transporte es caro, la comida es cara, ir a comer, ir a comer afuera es caro, la noche, es cara, el traslado es caro. (Agencia de viaje - Entrevista 4)

Negocios: Dos de los entrevistados hacen referencia a visitas por motivos de negocios:

hay gente que viene como negocio, y no como recreación. (Agencia de Viaje - Entrevista 1)

- **Agentes del gobierno.**

Precios altos: En relación a los precios, los agentes del gobierno, no centran la atención sobre los precios, no lo consideran un aspecto determinante.

Sigue siendo un destino caro [...]claro que es un destino caro [...] hay que trabajar sobre las ventajas competitivas que existen y en los precios no son una de ellas (Agente de Gobierno - Entrevista 6).

Negocios: De las entrevistas también resulta que dentro de los motivos por lo que se llega a Montevideo son los negocios.

El principal motivo por el que los turistas visitan Montevideo es por el turismo de reuniones y de congresos (Agencia de gobierno - Entrevista 5)

- **Centros comerciales**

Precios altos: También desde los Centros comerciales hacen referencia a precios altos, comentando que los descuentos por ley a los precios, siguen resultando en precios altos para los turistas.

Así les saques el 22% de IVA es caro para ellos, es muy caro para ellos. (Centro comercial - Entrevista 7)

Los centros comerciales hacen una comparación de los precios en relación a los de la vecina orilla.

Yo hice hace poco Argentina, Brasil, Paraguay. En relación con ellos nosotros tenemos todo muy caro. [...] estamos caros, salvo en lo que es vestimenta. En la región, Argentina está muy barato. (Centro comercial - Entrevista 8)

- **Hoteles**

Se asesora: Respecto a un asesoramiento previo en relación a precios locales, el turista se asesora respecto a los costos.

“El huésped tiene muchísima información al alcance de su mano, desde, comparaciones de precios de alquileres, hoteles, rentadoras de autos, excursiones, hoy tienen herramientas para comparar casi prácticamente todo y muchas veces terminan consultando por el WhatsApp del hotel para ver si tienen un descuento

extra o si esta bien. hoy se está dando mucho que comparen (Hotel - Entrevista 12)

Sin embargo, es pertinente considerar que los hoteles también perciben que la asesoría previa depende de la procedencia del turista.

Depende de donde sean, si son de Argentina o Chile por lo general averiguan todo. (Hotel - Entrevista 9)

No se asesora: Por su parte también algunos hoteles coinciden con lo anterior.

El europeo, inglés etc. no consulta costo, solo quiere el servicio (Hotel - Entrevista 12)

Estudios/Mochileros: También hay un buen numero de turistas que llegan por cuestiones que tienen que ver con la formación académica.

[...] que vienen de intercambio o por estudios, otros que recorren Sudamérica en mochilas y pasan unos días en Montevideo (Hotel - Entrevista 12)

Precios altos: Para este grupo de agentes, los precios son un detractor en relación a la llegada de turistas.

“uno de diez turistas te dice que los precios están bien (Hotel - Entrevista 11)

- **Transportista.**

Se asesora: Para el agente de transporte, vemos que el turista si viene asesorado sobre el precio o los costos.

Si se asesora (Transportista - Entrevista 15).

- **Restaurantes.**

Se asesora: en cuanto a informarse antes de ir al destino, una actividad o un restaurante, se entiende que los turistas si se informan, si comparan e investigan precios y servicios.

Por lo general están informados sí, por el tema de costos y todo para ellos. Más que nada vienen informados con el tema de las aplicaciones. (Restaurante - Entrevista 13).

No se asesora: contrariamente con la opinión anterior, se encuentra otra donde la interpretación es que el turista no mira tanto, no se informa como antes.

Hoy la gente no se fija tanto en los precios. (Restaurante - Entrevista 14).

Precios altos: se plantea la existencia de una diferencia entre lo que son precios caros y medios y altos, y que los precios, deben fijarse en cuanto a lo que se ofrece, resultando ser altos, pero no caros, sino que acordes para el servicio o producto ofrecido.

Caro es una cosa, cuya expectativa no se cumple, cuando la calidad no está acorde al precio. (Restaurante - Entrevista 14).

- **Guías turísticas.**

Se asesora: Según un guía turístico el turista efectivamente se asesora previo a venir

Es determinante a la hora de elegir el destino. (Guía turístico - Entrevista 16)

No se asesora: Mientras que otro caso considera lo contrario Caso contrario, comenta que el turista no se asesora anticipadamente.

Primero compra, después mira el precio, no cuidan tanto el gasto. (Guía turístico - Entrevista 17)

Precios altos: Otro resultado en cuanto a los precios fue la afirmación sobre los precios y el servicio, el cual no se considera acorde.

No es buena la relación, somos un país caro. (Guía turístico - Entrevista 16).

Familia y amigos: También se indica que hoy día hay muchas personas que vienen a visitar el país a visitar familia.

principalmente a vínculos familiares, más que nada en estos últimos tiempos, muchos vienen a reencontrarse con familiares. (Guía turístico - Entrevista 17).

- **Turista**

Precios altos: Varios turistas coincidieron en que los precios son altos, pero no todos hacen referencia a los mismos servicios. Se hace referencia a la comida, a los hoteles, y a los pasajes aéreos.

Si claro, es una ciudad cara. (Turista - Entrevista 18)

La comida es cara, pero la atención es muy buena y muy rica (Turista - Entrevista 22)

re caro (Turista - Entrevista 24)

Deberían mejorar los precios de los hoteles. (Turista - Entrevista 25)

hay que estar atento a las tarifas (Turista - Entrevista 29)

Precios acordes: Hay quienes comentaron que los precios son acordes, más que nada en función del servicio o calidad, a su vez, se destaca comentarios de que pensaban era más caro de lo que les fue una vez estando en el destino.

Si claro, pero no es tan caro como nos dijeron antes de venir. Me habían re asustado. (Turista - Entrevista 19).

Para un turista europeo la relación es buena, el servicio es barato para la calidad que es buena, es decente. (Turista - Entrevista 20).

Los precios son similares a Alemania, no es caro. (Turista - Entrevista 21).

Familia y amigos: se da en varios de los entrevistados, que vienen por motivos para visitar familiares y/o amigos.

Mi motivo principal son familia y amigos[...]viviendo por Alemania y vengo todos los años a visitar. (Turista - Entrevista 20).

Visitar a la familia y recorrer el país en el que nací. (Turista - Entrevista 26).

Estudios: se dan casos de turistas que llegan con motivo de ampliar sus estudios o conocimientos en materias.

[...]además vine a estudiar. (Turista - Entrevista 18).

6. Montevideo como una ciudad puente, ciudad de tránsito o punto turístico en sí mismo.

En el marco teórico hablamos de destino turístico, Kotler hacía referencia a lugares con algún tipo de frontera real o imaginaria Dentro de esos destinos, continuaba Kotler, hay destinos de paso en los que los viajeros se detienen durante su trayecto a otro sitio, consumiendo diferentes servicios. Es en este objetivo queremos determinar si Montevideo es considerado un destino de paso.

- **Agencias de viaje.**

Destino Uruguay: las agencias de viaje entienden que Montevideo es un destino dentro de Uruguay que lo complementan con otras ciudades del país.

En general se hace el turismo de tres noches, una en Colonia una en Punta del este, o dos en Montevideo, una en Colonia y full day en Punta del Este (Agencia de Viaje - Entrevista 4)

Destino Montevideo: Una de las agencias comenta que Montevideo en sí mismo el destino, como parte de un recorrido por América del Sur,

Lo que hacen es tocar varios puntos que tiene América del Sur (Agencia de Viaje - Entrevista 1)

- **Agentes del gobierno.**

Destino Montevideo: Los agentes de gobierno entrevistados coinciden en que el destino que los trae al país es Montevideo.

En general, Montevideo es el destino principal (Agencia de Gobierno - Entrevista 6).

- **Centros comerciales.**

Destino Montevideo: Para los centros comerciales el destino principal es Montevideo.

Vienen por algo puntual (Centro Comercial - Entrevista 7).

Destino Uruguay: Si bien entienden que Montevideo es el destino principal, también se visitan otros destinos

Como está quien hace base en Montevideo, pero van a visitar Punta del este o campos (Centro Comercial - Entrevista 8).

- **Hoteles**

Destino Montevideo: la mitad de los entrevistados creen que la capital de Uruguay es parte de un recorrido por América.

[...] el turista extra región, como el estadounidense si te hace Montevideo mezclada con buenos aires y alguna ciudad más de Sudamérica”. (Hotel - Entrevista 12).

Destino Uruguay: El otro 50 % de los hoteles entrevistados entiende que Montevideo forma parte de un recorrido dentro de Uruguay.

[...] la utilizan de trampolín también porque muchos hacen Punta del Este o Colonia o hacen Cabo Polonio [...] (Hotel - Entrevista 10)

- **Transportista**

Destino Uruguay: El entrevistado comenta que es un destino dentro de Uruguay, no siendo la única ciudad que se visita.

Me piden ir a Punta del Este o Colonia. (Transportista - Entrevista 15)

- **Restaurantes.**

Destino Montevideo: Los entrevistados entienden que Montevideo es el destino de los turistas.

Muchos vienen a Montevideo como destino. (Restaurante - Entrevista 13)

Guías turísticos.

Destino Montevideo: Los guías entrevistados coinciden en que el destino principal es Montevideo.

Eligen Montevideo para visitar, como destino. (Guía Turístico - Entrevista 17)

- **Turista**

Destino Montevideo: La mayoría de los entrevistados coinciden en que el destino es Montevideo.

[...] siempre uno o dos días nos gusta Montevideo (Turista - Entrevista 24)

Destino Uruguay: De las nueve entrevistas realizadas, dos expresan que el destino es Uruguay, ya que recorren varios puntos del país.

Estuvimos en Rocha, Punta del Este y nos queda por conocer Colonia (Turista - Entrevista 19)

Destino otros países: De los turistas entrevistados, uno comenta que Montevideo fue utilizado para conectarse con otro país.

Paso por Montevideo Porque conecta Santiago de Chile con Bello Horizonte.

(Turista - Entrevista 23)

7. Actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no encuentran

hoy.

- **Agencias de viaje.**

- **Información:** De las entrevistas resulto que son muchas las actividades, solamente falta más información.

[...] hay de todo, hay que incentivarlas (Agencia de viaje - Entrevista 3)

- **Eventos:** Otro resultado que se obtuvo es, que considera que una actividad que atrae muchos turistas son los eventos como recitales.

Después estaría bueno que hayan mas recitales de bandas internacionales que

traigan turistas regionales (Agencia de Viaje - Entrevista 4)

- **Promoción:** Otra de las cosas que surgieron de las entrevistas tiene que ver con promover el producto cultural local como atractivo turístico.

[...] generar productos de las cosas realmente nuestras, por ejemplo, lo que es el

tango, el mate [...] (Agencia de Viaje - Entrevista 1)

- **Agentes del gobierno**

Conectividad: La conectividad aérea es un punto central para algunos entrevistados.

[...] que sea un aeropuerto donde todo el mundo pueda llegar [...] (Agencia de

Viaje - Entrevista 1)

En este mismo sentido, también la logística es un aspecto importante.

[...] si bien nuestro aeropuerto ya se puede considerar un HUB porque conecta con Argentina, Brasil, Panamá, Perú, Chile, España, no conecta con todo el resto de Europa [...] (Agencia de Viaje - Entrevista 1)

- **Centros comerciales**

Información: Para los centros comerciales la falta de información es un aspecto a considerar respecto a las actividades.

[...] no hay información, falta lo que se llama información, recién vino una guía turística y me preguntaba por el Ministerio de Turismo, pero hoy sábado está cerrado. El Ministerio está cerrado, la intendencia que está ahí enfrente, que es turística, está cerrada. [...] (Centro comercial - Entrevista 7)

Desarrollo: Otro de los resultados respecto a las actividades que faltarían en la ciudad tiene que ver con el desarrollo del turismo de bodegas.

Se está trabajando mucho el turismo de bodegas, pero hay que potenciarlo más y promocionarlo mas (Centro Comercial - Entrevista 8).

- **Hoteles**

Entretenimiento: Potenciar las actividades recreativas y de entretenimiento ha sido otro de los resultados obtenidos.

Más actividades recreativas y de entretenimiento para turistas. También nos consultan mucho por alquiler de bicicletas, monopatines eléctricos y hasta patines. (Hotel - Entrevista 9).

- **Restaurantes.**

Gastronomía: la respuesta sobre la propuesta gastronómica de los restaurantes es que no falta nada.

[...] hoy en Uruguay tenés todo. Hay todo, es maravilloso (Restaurantes - Entrevista 14).

- **Guías turísticas.**

Limpieza: En cuanto a las playas de Montevideo no son de una calidad suficiente, y comenta

[...] playas, en Montevideo hay, pero no es lo mismo, piden mucha playa y por eso es que recomendamos Punta del Este [...] (Guía Turístico - Entrevista 17).

Promoción: También otro aspecto que resultó, tiene que ver con promocionar más las actividades que ya hay.

[...] somos uno de los pocos países en donde los museos son casi todos gratuitos para el público [...] (Guía Turístico - Entrevista 16).

Eventos: En cuanto a los eventos se deberían promover más fiestas en terrazas como los rooftop.

Los bares que están en tipo en los edificios arriba del todo, los rooftop. (Guía Turístico - Entrevista 16).

- **Turista**

Eventos: En esta consulta, dos de 9 turistas nos contestaron respecto a actividades de eventos, como un partido de fútbol para el que no pudo ir.

Yo quería ir a un partido de fútbol, me hubiera encantado ir a un partido, pero llegamos por 3 días y no se jugaba ninguno por la liga de Uruguay en ese momento. (Turista - Entrevista 21).

Conclusiones

Estudiamos nuestro objetivo general a través de los diferentes objetivos específicos planteados, debido a que se considera se puede analizar al turista que visita Montevideo, conociendo los motivos que los trae al país, los días de estancia, la época del año en el que se visita; a su vez, conocer estos puntos nos permite también saber cual es la incidencia del gobierno en el turismo y cuánto incide la Marca País a desarrollarlo. A continuación, se procede a concluir según la investigación cualitativa realizada, la cual permite comprender al consumidor de manera integral.

En cuanto a la incidencia del gobierno en el turismo de Montevideo, podemos concluir en base a las entrevistas realizadas, los siguientes aspectos donde se encuentran opiniones fuertemente coincidentes:

En lo que respecta a la seguridad, aspecto el cual, según VIÑALS (2002), forma parte de los elementos que se requieren para desarrollar cualquier tipo de turismo, se encuentra un alto grado de satisfacción por los entrevistados. La seguridad se destaca como percepción positiva entre los turistas que visitan Montevideo. Se observa en reiteradas oportunidades durante las entrevistas, que el turista tiene mejor percepción de la seguridad que el Montevideano en sí mismo. Los turistas destacan la seguridad, e incluso la comparan de forma positiva con otros destinos en Sudamérica.

Otro aspecto importante de coincidencia, ha sido la promoción, donde se destaca en algunos casos la existencia de la misma, pero siempre se expresa la necesidad de ampliarla, de realizar

mayor difusión y promoción, y a su vez, desarrollar otros atractivos o actividades para el turismo, así como difundir e informar más sobre lo ya existente, como son, por ejemplo, el city tour, la ciudad vieja, las bodegas, entre otros. Destacamos que estas opiniones se dan, aunque, como expresamos en el marco teórico, existe la página web descubrimontevideo.uy donde se encuentran todas las actividades y atractivos de Montevideo con su ubicación y descripción.

Por otro lado, se identifica una marcada línea en cuanto a los precios, donde casi la totalidad de agentes, salvo el propio turista, expresa que es un país caro, hasta muy caro. El agente turista, considera que es un país con precios acorde, lo cual comprendemos se debe al análisis realizado por Nicolau (2011), donde se explica que, en el turismo, los precios elevados no siempre actúan como detractores de la demanda, sino que adquiere mayor trascendencia el concepto de “valor por el dinero pagado” (value for money), concepto por el que se compara la cantidad abonada, con la calidad de las instalaciones y los servicios recibidos. Por lo cual, concluimos que los precios del turismo en Montevideo son acordes al servicio y calidad esperado por el turista de la ciudad.

Guerrero, P. y Ramos, J. R., 2014; expresan que el turismo surge en un entorno cambiante, donde la sociedad es parte de dicho entorno, y tras la realización de este trabajo podemos concluir que la sociedad de Montevideo es valorada por igual por todos los agentes estudiados, siendo satisfactorio el análisis, encontrando como destacada la sociedad en cuanto a amabilidad, trato cordial, y colaboradora entre otros adjetivos positivos. Estos aspectos conllevan a concluir que, a nivel internacional, la imagen y percepción del país de su sociedad civil, es buena y muy positiva.

Otro aspecto de concordancia entre los agentes entrevistados, se da en cuanto a la capacitación del personal del turismo respecto al idioma, para la comunicación con el extranjero. Si bien los agentes coinciden sobre la existencia de programas de capacitación, y que el manejo de inglés y portugués, que ya existe, permite una buena comunicación; en varias oportunidades se hace referencia a la necesidad de continuar preparando al personal de turismo y a la sociedad en general.

Por otro lado, encontramos opiniones individuales que entendemos cabe mencionarlas, debido a que refieren a aspectos que se relacionan fuertemente con las políticas y acciones del gobierno nacional y departamental, la limpieza de la ciudad, donde se manifiesta que, según la zona, la percepción del turista es de una ciudad limpia o sucia, y, por otro lado, la necesidad de ampliar las conexiones internacionales, y con ello mejorar la infraestructura.

En función de lo descrito en el marco teórico respecto a la marca país, con su definición como tal, entendemos que la misma es de gran importancia para atraer el turismo, intentando transmitir diferentes valores que caracterizan al destino, y que, además, lo diferencian con otros destinos turísticos del mundo.

En este caso, concluimos que los aspectos que inciden y forman la marca país como tal son tres: la gastronomía, la seguridad y la sociedad. La gastronomía como lo más característico que tiene Montevideo y Uruguay en sí, resaltando el asado y el famoso “chivito Uruguayo”. A su vez, encontramos fuertemente marcado el factor de la seguridad, más que nada al observar reiteradas comparaciones respecto a Uruguay con otros países de Latinoamérica, por lo cual podemos decir que la percepción respecto a la Seguridad es algo que caracteriza tanto a Montevideo como a Uruguay, en relación a la Marca País. El tercer aspecto que destacamos es

el tema de la sociedad y la cultura, entendiéndose por esto, un trato amable, personas tranquilas y cálidas.

Otro de los conceptos que surgen al consultar acerca de la Marca País a los diferentes agentes, es el deporte, más específicamente el fútbol, donde la historia del mismo hace que sea una referencia clave a la hora de reconocer Uruguay y Montevideo como capital, donde se encuentra el Estadio Centenario.

Respecto al slogan de “Uruguay Natural”, definido como el slogan característico de Uruguay, y el cuál se mantiene desde hace varias administraciones gubernamentales, concluimos que no es fuertemente conocido como sí expresa el gobierno. Por otro lado, y luego del análisis de los resultados, concluimos que la marca de la ciudad, “Descubrí Montevideo” es algo desconocido por la mayoría de los agentes estudiados. La única excepción se observó en el agente gobierno.

Respecto a los motivos de viaje, la OMT distingue el turismo según la razón de la visita, entre ellos por la duración del viaje, por su origen y destino. En función de ello, es que podemos concluir que lo que más atrae de Montevideo al turista es la cultura, la historia que caracteriza a la ciudad, y los diferentes vestigios de la ciudad colonial que se encuentran. Otro motivo es la gastronomía, entre los destacados están el clásico chivito y las carnes uruguayas que se pueden consumir en el Mercado del Puerto. También los negocios, diferentes congresos o reuniones, son motivos que llevan a diferentes personas a visitar Montevideo. La seguridad por otro lado, es un motivo al que también se hace basta referencia. En menor medida, se destacan otros motivos, como por ejemplo los eventos deportivos, la visita a familia y amigos, diferentes entretenimientos como el casino, y también la marihuana.

Concluimos que los turistas visitan Montevideo mayoritariamente por algunos días, y que la procedencia principal es de destinos fronterizos, como lo son Argentina y Brasil, encontrando en menor medida turistas del resto de América y de Europa. A su vez, existe turismo de procedencia de otras ciudades dentro de Uruguay, pero no forman turismo de gran escala como el fronterizo.

En cuanto a la estacionalidad del destino, concluimos que Montevideo permite ser visitado en cualquier momento, debido a la existencia de actividades independientemente de la estación del año que se encuentre, aunque, en primavera y en verano sea mayor el volumen de turistas debido al turismo de sol y playa.

Como ya se mencionaba anteriormente, Gilber (1990) caracteriza al producto turístico como “una amalgama de diferentes bienes y servicios ofrecida como una experiencia de actividad al turista”. Este conjunto de bienes y servicios son justamente esas actividades que la persona realiza cuando llega al destino, y de estos, podemos ver que lo que busca el turista cuando llega a Montevideo, tiene que ver con conocer el país desde su cultura, conocer lo que hace particular a esta ciudad. Vivir la experiencia desde los sentidos, desde el paseo por la ciudad, el restaurante, hasta en la compra del souvenir en la calle.

En el caso de Montevideo, podemos concluir en base a los resultados de esta investigación que cuando el turista llega, desea conocer la Cultura, y las principales maneras que elige para hacerlo son a través de, la gastronomía, expresiones artísticas (especialmente las típicas de Montevideo/Uruguay), arquitectura, historia y en el contacto con las personas, entre otras muchas.

En este sentido la principal actividad que realiza el turista está vinculada a lo gastronómico, los platos típicos como la parrilla, el maridaje con vinos y la visita a bodegas, es de las cosas que más se han repetido en todos los grupos de interés consultados.

Otro punto a destacar es el interés en conocer la ciudad a pie o en bicicleta, la Ciudad Vieja, su historia, y arquitectura es un atractivo muy común, que coincide con lo que mencionamos antes. Allí también se encuentra el Mercado de Puerto, el cual es un sitio gastronómico típico al que se invita al turista a degustar el asado Uruguayo. Siguiendo con la actividad de conocer la ciudad, vemos que otro paseo recurrente es la rambla, corredor costero de la ciudad que atrae a la gran mayoría de turistas, y es un paseo muy recomendado por recepcionistas de hoteles, agencias de viaje y guías turísticos.

Vemos que esta experiencia se complementa con un interés muy grande de conocer expresiones artísticas como el carnaval, el candombe, el tango y teatros.

Tal como mencionamos, lo sensorial está muy vinculado con la experiencia del turista en la ciudad, desde los sabores de su gastronomía, los paisajes costeros, y los sonidos musicales de los tambores.

Podemos concluir tal como mencionamos anteriormente, que los precios en Montevideo y Uruguay en sí, son considerados altos para los agentes, no incluyendo el agente turista. A su vez, en función de la procedencia identificada, podemos decir que los turistas extranjeros, consideran que el precio es acorde para el servicio que reciben. A su vez, esto aporta características del perfil socioeconómico del turista, el cual, requiere o espera recibir un servicio diferencial, de categoría, y, por ende, pagar un mayor precio por ello. Destacamos lo expresado por los agentes turísticos y agentes restaurantes, donde expresan que el turista que

llega a Montevideo es de un nivel socioeconómico medio alto y alto, en busca de experiencias diferenciadas y exclusivas.

Kotler (2011), hace referencia a lugares con algún tipo de frontera real o imaginaria cuando habla de destino turístico. Dentro de esos destinos, continuaba Kotler, diciendo que hay destinos de paso en los que los viajeros se detienen durante su trayecto a otro sitio, consumiendo diferentes servicios. Respecto a Montevideo concluimos según la investigación realizada, que Montevideo es un destino turístico en sí mismo, independientemente que en muchos casos los diferentes turistas que visitan Montevideo, también visitan otras ciudades del Uruguay, tal como lo es Punta del Este o Colonia. De todas formas, Montevideo es un destino final como tal, ya que es parte del itinerario de viaje el conocer y recorrer diferentes lugares de Montevideo.

Por otro lado, encontramos también aquellos que visitan Montevideo como parte de un recorrido por Latinoamérica, permaneciendo en la capital del Uruguay, y no así llegando solo porque lo conecte con otro país del continente, lo cual reafirma la conclusión de Montevideo como destino en sí mismo.

En relación a las actividades, podemos concluir que la cantidad y la diversidad de propuestas es suficiente, pero lo que está faltando principalmente es información disponible y accesible, tanto para el turista como para quien trabaja en el rubro, así como también promoción de las actividades y eventos.

Por todo lo antedicho, concluimos finalmente, que Montevideo es un destino en sí mismo elegido por el turista, al cual, le falta promoción y difusión tanto de su marca país como de las

actividades que pueden realizar. Las actividades que realiza hoy el turista principalmente son de gastronomía con un amplio interés en conocer la cultura de la ciudad, siendo los turistas en su mayoría de origen de países fronterizos.

Recomendaciones

Como recomendación principal y fundamental, entendemos que si bien existen organizaciones y asociaciones donde se conectan distintos agentes del turismo, encontramos en las entrevistas la necesidad de reforzar la comunicación e información, actualizando la misma y divulgando a todos los agentes referentes y relevantes en cuanto al turismo. Realizar jornadas informativas, y de intercambio, donde quien trabaja día a día con el turista pueda estar informado de todas las actividades y acciones de promoción para los turistas. Así como la difusión de la APP Montevideo, donde hoy en día ya se encuentran actividades y eventos, pero no es difundida y conocida por la gran mayoría de los agentes del turismo estudiados.

A su vez, otro foco importante, es el tema de la capacitación, entendemos ya se encuentra el organismo de capacitación creado y actuando que es el INEFOP como se mencionó en el teórico, se podría plantear desde el organismo en unión con la cámara de turismo, la cámara de comercio y la cámara de restaurantes, el realizar diferentes cursos de idiomas promoviendo el conocimiento de los trabajadores de restaurantes y servicios no dedicados únicamente al turismo pero con gran incidencia en la percepción del turista.

En cuanto a la conectividad, se recomienda continuar las alianzas internacionales sumando conexiones aéreas con más destinos directos, no solo Brasil, Argentina, Chile y Madrid. A su vez, continuar los desarrollos de infraestructura con los países fronterizos para brindar al turista mayor conexión y formas de traslado para que el destino Montevideo y Uruguay en si mismo, sean más atractivos para los turistas internacionales.

Considerando las conclusiones a las que se han podido llegar en base a los resultados de la investigación, en cuanto a las actividades que se pueden realizar en el destino, recomendamos hacer hincapié en las actividades relacionadas con lo sensorial y cultural. Podemos ver que mayoritariamente los turistas llegan para conocer la cultura uruguaya, optan por actividades que tienen que ver con los sentidos, ver (ciudad, colores, arquitectura, arte), escuchar (candombe, tambores, música), degustar (asado, chivito, bodegas). En este sentido potenciar los “recitales callejeros” de grupos musicales o cuerdas de tambores es un atractivo que puede hacer sentir al turista una experiencia más completa.

Para el sector privado, una recomendación recabada de la entrevista GT1 es la de considerar eventos y hasta restaurantes en terrazas de edificios, es una actividad muy común en otros países y es algo que se podría replicar por Montevideo.

Referencias Bibliográficas

- Acerenza , M.A. El concepto de Producto Turístico. Universidad de Antioquia. CEO
- Anholt, S. (2008). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico- territorial. *Estudio Turístico*, 1(160).
- Barretto M. (2003). O imprescindível aporte das Ciência sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. *Horiz. Antropol*, 9(20).
- Beni M. (2008). Tipos de turismo: nueva clasificación. Buenos Aires: OMPT.
- Boullon R. (2004). Tipos de turismo: nueva clasificación. Buenos Aires: OMPT.
- Casilda, R. (2001). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- De la Colina J.M. (2009). El concepto de Producto Turístico. Universidad de Antioquia. CEO
- Fan, Y. (2006). El poder blando de la Marca-País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Freeman, R.E. (1984). *Los Stakeholders del turismo. Tourism & Management Studies*, 1(1).
- Galiano, J. (2002). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Gilbert (1990). Procedimiento para obtener información y caracterizar comportamientos y determinantes individuales de elección de opcionales turísticos.

- Homs, R. (2004). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Hunziker W. y Krapf K. (1942). *Introducción al Turismo*. México: Grupo editorial Patria S.A.
- Iglesias, M. y Molina, D. (2008). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Kotler, P. (1997). El concepto de Producto Turístico. Universidad de Antioquia. CEO
- Kotler P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. y col. (1999). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Kotler, P., et al. (2011). *Marketing turístico*, 5ªed. Madrid: Pearson educación.
- Ledhesma M. (2014). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Buenos Aires: OMPT.
- Lucarelli, A., & Berg, P. O. (2011). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).
- Meyer (2002). LOS STAKEHOLDERS DEL TURISMO. *Tourism & Management Studies*, 1(1).
- Monchon (2004). LOS STAKEHOLDERS DEL TURISMO. *Tourism & Management Studies*, 1(1).
- Morales, G. y Hernández, J. M. (2011). Los Stakeholders del turismo. *Tourism & Management Studies*, vol. 1.
- Nicolau J. L. (2011). *Introducción al marketing turístico*. Alicante: Universidad de Alicante.
- La Organización Mundial del Turismo (2008). *Glosario de términos de turismo*.
- Páramo, D. (2018). *Comportamiento del consumidor desde el etnomarketing*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.).

Ramos Mendoza (2014). Introducción al turismo. México: Grupo editorial Patria S.A.

Seisdedos H. (2006). El poder blando de la Marca-País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).

Sánchez, J., Cubillo, J. y Cerviño, J. (2005). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8).

Tourism Society of England (1976). Introducción al Turismo. México: Grupo editorial Patria S.A.

Valls, J. F. (1992). La imagen de la marca de las ciudades. Mérida: Universidad de los Andes.

Viñals, M. (2002). Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 5(12).

Bibliografía

Acerenza, M. A. (1990). *Agencias de Viajes Organización y Operación* (1a. ed.). México: Trillas.

Anholt, S. (2008). Las marcas país. *Estudios Internacionales*, 41(161), p.193 –197.

Recuperado en: <https://revistaei.uchile.cl/index.php/REI/article/view/14290/18918>

Benites, M. (2012). Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 5(12), p.1 – 15

Recuperado en: C:\Users\Hogar\Downloads\FACTORES_DETERMINANTES_DEL_DESARROLLO_TURISTICO_DE.pdf

Cámara Uruguaya de Turismo. (2022) <https://www.descubrimontevideo.uy/es/asociacion-turistica-de-montevideo>.

Casilda, R. (2001) Apéndice: La Marca-País como ventaja competitiva. *Una década de inversiones españolas en Iberoamérica*. Centro Virtual Cervantes. Anuario, p. 4-5. Recuperado en: https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_01/casilda/p04.htm

Casilda, R. y González, E. (2002). La marca país como ventaja competitiva. El valor de la marca España. *ICE, Revista de economía*, 1(799). Recuperado en: <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/349/349>

Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded?. *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), p. 5-14.

Fuentes, C. (2017). Montevideo, el “tesoro oculto” de América Latina: es la ciudad con la mejor calidad de vida. Chile: Uruguay Natural. Recuperado en:

<https://marcapaisuruguay.gub.uy/montevideo-tesoro-oculto-america-latina-la-ciudad-la-mejor-calidad-vida/>

Galiano, J. P. (2002). La Marca España como oportunidad y como reto: Mucho más que una imagen. *Investigación y Marketing*, 1(76), p.36-46.

Guerrero, P. y Ramos, J. R. (2014). Introducción al Turismo. México: Grupo editorial Patria S.A. Recuperado de:

<https://books.google.com.mx/books?id=5erhBAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

Homs Quiroga, R. (2004). La era de las marcas depredadoras. México : McGraw-Hill Interamericana de España.

Iglesias, M., y Molina, D. (2008). La estrategia marca país en la sociedad informacional: los casos de España y Ecuador. *Historia Actual Online*, 1(16), p. 109-126. Recuperado en: [file:///C:/Users/Hogar/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/Hogar/Downloads/Dialnet-LaEstrategiaMarcaPaisEnLaSociedadInformacional-2719256.pdf)

[LaEstrategiaMarcaPaisEnLaSociedadInformacional-2719256.pdf](file:///C:/Users/Hogar/Downloads/Dialnet-LaEstrategiaMarcaPaisEnLaSociedadInformacional-2719256.pdf)

Kotler, P., et al. (2011). Marketing turístico(5 ed.). Madrid: Pearson educación. Recuperado en: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf>

Kotler, P., Jutusripitak, S. y Maesincee, S. (1999). The Marketing of Nations: A Strategic Approach to Building National Wealth. New York: Free Press.

Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo : nueva clasificación. Buenos Aires: OMPT.

Recuperado de:

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf

Lucarelli, A. y Berg, P. O. (2011). City branding: a state-of-the-art review of the research domain. *Journal of Place Management and Development*, 4(1),

9-27. Recuperado en: <file:///C:/Users/Hogar/Downloads/lucarelliberg2011.pdf>

Montaner, J. (1991). Estructura del mercado turístico. Madrid: Síntesis.

Morales, G. y Hernández, J. M. (2011). LOS STAKEHOLDERS DEL TURISMO. *Tourism & Management Studies*, 1(1), p. 894 - 903. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867081>

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). El turismo: un fenómeno económico y social. Madrid. Recuperadora de: <https://www.unwto.org/es/turismo>

Saavedra, J. L. (2012). El poder blando de la Marca- País. *Revista académica de marketing aplicado*, 1(8), p. 133 -148. Recuperado en: <file:///C:/Users/Hogar/Downloads/Dialnet-ElPoderBlandoDeLaMarcaPais-4125614.pdf>

Sánchez, J., Cubillo, J. M. y Cerviño, J. (2005). Influencia de posicionamiento competitivo de las empresas en el efecto Made in Spain y éxito empresarial. *ICE, Revista de economía*, 1(827), p. 261-276. Recuperado en:

<http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/896/896>

Seisdedos, H. (2006): «La marca-ciudad como antídoto para la bonsainización del city marketing». *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, 1(76), p. 72–79.

Uruguay. Decreto 268/020 Reglamento de los arts. 11 a 19 de la ley 16.906 (ley de inversiones y promoción industrial). (2020, 7 de octubre). Montevideo: Diario Oficial. Recuperado en: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/268-2020>

Uruguay. Decreto 175/003 Adecuación de la normativa de promoción turística e inversiones. (2003,13 de mayo). Montevideo: Diario Oficial. Recuperado en:<https://www.impo.com.uy/bases/decretos/175-2003>

Uruguay Natural (s.f.). La historia de nuestra marca. Recuperado en:

<https://marcapaisuruguay.gub.uy/la-historia-de-nuestra->

[marca/#:~:text=La%20marca%20Uruguay%20Natural%20nace,de%20crisis%20econ%C3%](https://marcapaisuruguay.gub.uy/la-historia-de-nuestra-marca/#:~:text=La%20marca%20Uruguay%20Natural%20nace,de%20crisis%20econ%C3%B3mica%20del%20momento.)

[B3mica%20del%20momento.](https://marcapaisuruguay.gub.uy/la-historia-de-nuestra-marca/#:~:text=La%20marca%20Uruguay%20Natural%20nace,de%20crisis%20econ%C3%B3mica%20del%20momento.)

Uruguay XXI. (2017). Oportunidades de inversión: Turismo. Recuperado

en:<https://www.uruguayxxi.gub.uy/uploads/informacion/Informe%20Turismo%20Marzo%20>

[-%202017%20-%20Uruguay%20XXI_ES-4.pdf](https://www.uruguayxxi.gub.uy/uploads/informacion/Informe%20Turismo%20Marzo%20-%202017%20-%20Uruguay%20XXI_ES-4.pdf)

Anexo

Rol del Gobierno en el Turismo Montevideano

El principal organismo rector del sector turístico es el **MINTUR**. Este organismo considera tanto los intereses del sector público como los del sector privado, y teniendo en cuenta el marco ético y normativo, define, diseña, promueve, ejecuta, controla y evalúa las políticas del Estado relativas a las actividades turísticas.

Fondo de Fomento del Turismo, que realiza planes promocionales junto a capital del sector privado, a nivel nacional e internacional para la creación y mantenimiento de las infraestructuras turísticas.

Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) integrado por empresarios, trabajadores y por el Ministerio de Turismo, encargado de la capacitación de trabajadores y empresarios del sector existe buscando identificar desafíos y promover políticas que beneficien al sector. Además, tienen como objetivo lograr un desarrollo turístico sostenible, competitivo, accesible, amigable y seguro.

También, hay diferentes herramientas que se utilizan para el desarrollo del sector siendo ejecutadas por distintas organizaciones. Estas herramientas también son detalladas en el Informe de Turismo de Marzo de 2017 publicado por Uruguay XXI.

Fondo Innovaturismo, fondo concursable que busca generar productos turísticos e innovaciones que agreguen valor e impacten positivamente en las localidades que se desarrollen. Además, apoya y financia estudios que sean relevantes para la actividad turística.

Fue creado en el marco del Acuerdo de Cooperación firmado entre el Ministerio de Turismo y la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII).

A su vez, dentro de las herramientas, el **MINTUR** y el **Instituto Nacional de Calidad** acordaron iniciativas para asegurar que la gestión interna de las empresas y centros o servicios turísticos garanticen la satisfacción de los clientes, seguridad y confort de las instalaciones.

Cámara Uruguaya de Turismo su objetivo es promover el desarrollo y el crecimiento sustentable del sector turístico. Siendo una institución civil que representa al conjunto de la actividad turística nacional, agrupando a gremiales sectoriales, asociaciones y cámaras regionales.

Dentro de Montevideo existe la **Asociación Turística de Montevideo** (ATM) que es una asociación sin fines de lucro que tiene como objetivo promover y fortalecer a Montevideo como destino turístico. Está integrado por la Intendencia de Montevideo a través de la División Turismo, el Ministerio de Turismo y operadores turísticos privados.

Marco Legal - Normativa Uruguaya -

Decreto 175/003 - Adecuación De La Normativa De Promoción Turística E Inversiones

En el año 2003, el gobierno decretó, según el Decreto 175/003 un régimen específico de promoción para el sector turístico.

Este decreto clasifica las actividades turísticas en dos grupos a los cuales le aplica diferentes incentivos. Por un lado, están los proyectos turísticos, que son todas aquellas actividades de servicio de alojamiento, culturales, comerciales, para congresos deportivos, recreativos, de

esparcimiento o de salud, que conformen una unidad compleja realizada para la captación de demanda de turismo. Por otro lado, los Hoteles, Apart-hoteles, Hosterías, Moteles y Estancias turísticas construidas o a construirse.

Los incentivos que aplican son en cuanto a la exoneración de impuestos tanto para la obra civil como para el equipamiento.

Decreto 268/020 -Reglamentación De Los Arts. 11 A 19 De La Ley 16.906 (Ley De Inversiones Y Promoción Industrial).

Actualiza los incentivos promulgados en el decreto 175/003 para el sector turístico debido al impacto que sufre el país en ese momento por la emergencia sanitaria, buscando promover las inversiones para aumentar las inversiones en el país y buscando mejorar la economía a través de diferentes exoneraciones a empresas del rubro.

La marca país de Uruguay “Uruguay Natural”

Uruguay cuenta con una página destinada a la marca país donde detalla la historia y las características de ella.

A continuación, se desarrolla información de interés que figura en la misma.

La marca “Uruguay Natural” nace en 2001 durante el gobierno del presidente Jorge Batlle. Dada la situación económica del país por esos años, la utilización de la misma se vio limitada primordialmente por el MINTUR, como una marca para atraer turistas.

A partir de 2007, bajo la presidencia de Tabaré Vázquez comienza un trabajo en torno a la marca a través del programa “Una ONU Unidos en Acción de Naciones Unidas” que elige a Uruguay como el único país de renta media para formar parte del programa “Construyendo

capacidades para el desarrollo” y así mejorar el posicionamiento de Uruguay en el mundo. Siguiendo este proceso en 2011 se realizó una “Auditoría de Imagen del Uruguay” realizada por la empresa de relaciones públicas Burson Marsteller bajo el Programa de Apoyo a la Gestión de Comercio Exterior del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

De estas consultorías es que surgen los primeros insumos, herramientas y recomendaciones para el trabajo con la marca país.

En 2012 los lineamientos de gestión de la marca son definidos por la Comisión interministerial para asuntos de Comercio Exterior (CIACEX) y se genera el grupo de trabajo de marca país que empieza a funcionar con un grupo de consultores financiados por el BID. Siendo un proyecto liderado por el director nacional de turismo y delegado de la CIACEX Benjamín Liberoff y con la gestión de Uruguay XXI (agencia responsable de la promoción de exportaciones, inversiones e imagen país.)

En 2013, aplicando una de las recomendaciones de la consultoría de no cambiar la marca sino de agregarle contenidos, se reformula el concepto de marca. En 2014, producto de una nueva consultoría que estudió los formatos de gestión de la marca en distintos países, se decide la creación de la gerencia de la marca país en Uruguay XXI como una gerencia independiente y con un presupuesto de funcionamiento.”

Figura 2: Marca Uruguay Natural



Fuente: Uruguay natural (2011). Ministerio de Turismo del Uruguay

El isotipo se apela en forma simbólica mixta verbal e icónica, aludiendo al nombre por la inicial “U” y al contexto institucional en referencia al Pabellón Nacional. Asimismo, se hace referencia a una persona con los brazos en alto. Los colores de la marca se inspiran en los colores de la bandera nacional: azul y amarillo.

Tal como se define a sí misma el por qué de la marca, Uruguay es un país que respeta la naturaleza, y se integra a ella de una manera cuidadosa y equilibrada. Es un país que busca desarrollar su máximo potencial, sin olvidar su identidad y sus valores, y que busca constantemente brindar estabilidad y seguridad para que todos podamos crecer. Cuida a su gente, y le brinda la mayor cantidad de recursos posibles y disponibles para su desarrollo.

Uruguay se caracteriza por ser un país abierto y accesible, que se basa en el respeto y la cooperación que tiende a equilibrar la dedicación y el esfuerzo con el disfrute, y se sustenta en dos atributos centrales: un espíritu particular y único, y la armonía en su sentido más amplio y profundo.

Es un país que transmite la completa singularidad y originalidad de su ser en cada acción, en cada palabra, en cada una de las cosas que emprende y consigue.

Marca Ciudad – Montevideo

Figura 3. Marca Montevideo



Fuente: Elementos básicos de la comunicación: Isotipo. Intendencia de Montevideo.

Centrándonos en Montevideo, el manual de Marca de la Intendencia de Montevideo, detalla que existe un isotipo que cumple la función de marca, y que permite la identificación de la ciudad en cualquier lugar y situación. Representa la inicial del departamento y el techo de un hogar, también haciendo alusión al cerro de Montevideo y la dirección del crecimiento.

Esta marca se utiliza para todas las instancias de comunicación masiva que representan a la institución.

Marca de la página oficial de la División de Turismo en Montevideo

Figura 4. Descubrí Montevideo. Conglomerado de Turismo



Fuente: El conglomerado de Turismo. Página oficial de la División Turismo de Intendencia de Montevideo

La División Turismo pertenece al Departamento de Desarrollo Económico de la Intendencia de Montevideo y tiene como cometido fomentar el turismo en Montevideo.

Si bien existe una marca ciudad, el turismo en Montevideo no se ve relacionado solamente con ella, sino que se relaciona con las tres marcas nombradas anteriormente, Uruguay Natural, Montevideo y Descubrí Montevideo. Estas tres, en su conjunto, son la combinación más oportuna para referirse al turismo de Montevideo.

Tipos de turismo en Montevideo

Se detallan a continuación los diferentes tipos de turismos que se encuentran en Montevideo según la página del MINTUR.

Se puede encontrar el turismo histórico cultural donde los turistas buscan el tango, expresión cultural original del Río de la plata, el candombe, un género musical autóctono, el art decó, el mate, bebida de origen indígena, el asado, la murga, expresiones culturales de la identidad uruguaya que pueden contemplarse. Montevideo es una ciudad que se caracteriza por una gran variedad de atractivos arquitectónicos, desde las construcciones militares de la fortificación de la época colonial, donde aún se conserva la “puerta de la ciudad vieja”. La ciudad vieja es considerada lo que se denomina como casco histórico de la ciudad, allí se encuentra una gran variedad de construcciones de diferentes épocas, como las de época colonial, art decó, y muchos otros estilos arquitectónicos. Otro punto característico de este tipo de turismo es el Teatro Solís, edificio de estilo neoclásico, el cual es el principal de la ciudad.

Según, dicha página web, también es posible encontrar el turismo de reuniones es aquel que se realiza en un contexto laboral, de forma independiente o mediante una empresa u organización,

donde la principal característica es que quien lo ejerce tiene motivaciones laborales. La ubicación de Montevideo en la región es estratégica. Cuenta con un alto nivel de infraestructura y servicios que permiten que sea un entorno ideal para realizar congresos, conferencias y viajes de incentivo. Este turismo se encuentra en constante crecimiento, aparecen el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), el Teatro Solís, el auditorio Adela Reta del Servicio Oficial de Difusión, Representaciones y espectáculos (Sodre) y la IMM con un Centro de Conferencias. Uruguay ofrece beneficios para la realización de congresos esperándolos de impuestos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Además, brinda apoyo económico a las asociaciones que ofrecen a Montevideo como sede, a través del protocolo S.O.S., política que estimula a la captación de congresos.

A su vez, expresa que en Montevideo se encuentra la “rambla montevideana”, 24 kilómetros de un espacio recreativo que bordea el Río de la Plata, permiten la realización de turismo de sol, playa y actividad deportiva con una excelente vista de la ciudad. El turismo de sol y playa se da en aquellas épocas del año donde el clima favorece el motivo de la visita. En el caso de Montevideo, esto sucede principalmente entre enero y marzo. Durante la temporada se ofrecen diferentes actividades para niños y para la tercera edad, programas deportivos y espectáculos artísticos al atardecer. En Pocitos se encuentra la cancha de beach volley donde se desarrollan distintos campeonatos. Además, se pueden encontrar diferentes paradores a lo largo de la costa montevideana.

Por otro lado, menciona que, en la región Metropolitana, ciudad de Montevideo y alrededores, también posee una amplia extensión natural que da lugar al turismo en espacios rurales y naturales donde se pueden encontrar propuestas de agroturismo, ecoturismo, turismo aventura, enoturismo. Estas propuestas son cada vez más utilizadas ya que se encuentran a pasos de la

capital. Existen diferentes establecimientos que ofrecen distintas experiencias, pero todas buscan que el turista conecte con la naturaleza, los animales y los productos que pueden realizarse allí.

También en Montevideo se puede observar el turismo de cruceros que, antes de la pandemia, era una de las actividades turísticas que venía creciendo a mayor escala a nivel mundial. Montevideo es elegido por la seguridad, cordialidad y amabilidad de los ciudadanos, además de la facilidad para el cambio de moneda, las diferentes opciones para realizar compras y la gastronomía variada que ofrece.

En cuanto al turismo friendly, donde se le brindan al turista un servicio profesional y personalizado con una legislación donde prevalece el respeto por la diversidad. En Montevideo se conformó una “Mesa Friendly” con un grupo de emprendedores directamente relacionados con la comunidad Lesbianas, Gays, Trans, Bisexuales y Otros grupos (LGTB+) que brinda información personalizada para que la experiencia del turista sea excelente. Es importante resaltar que Montevideo fue caracterizada como la ciudad más amistosamente gay del continente en 2015. En el año 2020 Uruguay ocupó el quinto puesto en el ranking global como destino amigable y seguro para este segmento debido al trato y su avanzada normativa antidiscriminatoria, y fue primero en América Latina.

Actividades turísticas en Montevideo y sus consideraciones

En la página web de la Intendencia de Montevideo exclusiva para el turismo de la ciudad, descubriendomontevideo.uy se encuentran todos los atractivos y actividades a realizarse en Montevideo con su ubicación y descripción que permite armar un itinerario personalizado. A

su vez, indica que Montevideo dispone de oficinas de turismo para aquellas personas que no quieran coordinar o averiguar datos por internet, y desde el 2019, posee la primera oficina de turismo inteligente dentro de lo que es el casco histórico de la ciudad. Donde según su web, los servicios que provee, son asesoramiento personalizado, uso de diferentes plataformas que permiten descubrir Montevideo desde lo digital, pantallas táctiles, recursos geolocalizadores, juegos, tecnología wearable, entre otros.

Por otro lado, tanto en la web como en la app de Montevideo, se puede ver la ubicación en mapa geo localizable y consultar como ir a otros destinos ya sea en ómnibus con horarios incluidos o taxi, auto, bicicletas.

En cuanto al transporte, la web indica distintas aplicaciones para una variada posibilidad del mismo, existiendo bicicletas para uso turístico en distintos puntos clave de la ciudad como son en el casco histórico y en Carrasco, el transporte público el cual llega a todas partes de la ciudad y su costo es accesible a todo público marcando el recorrido y horario en las diferentes apps.

Según la web, la grilla de actividades a desarrollar en Montevideo es muy variada, depende de la época del año cuáles son las actividades más destacadas y ejecutadas las cuales se puede ver el calendario de cada una de ellas en la web.

Entrevistas

ENTREVISTA 1 -

E - Bueno contame, charlemos, contame a ver cómo sería.

I - Te cuento, yo estoy haciendo el posgrado de marketing ahora y estamos investigando sobre el turista que visita Montevideo. ¿Me gustaría saber primero que nada si vos vendes algún tipo de paquete o te piden para viajar a Montevideo?

E - Mira, no, como nosotros tenemos la agencia en Punta del Este no, pero lo que sí tengo es mucha información de pasajeros que van desde Punta del Este, a veces por el día me piden para ir a Montevideo. O sea, mis clientes no están 100 % en Montevideo, pero igual, conozco un poco el baño.

E - Tengo si turistas que vienen a Punta del Este, José Ignacio, que me piden para ir y le armamos un city tour por el día. Hay gente que va como negocio pero no como recreación. Hay un turismo corporativo bastante grande, negocios en general. Por eso te digo que no. Así, respondiendo a tu pregunta, mi principal cliente no es el que viaja a Montevideo.

I - ¿Tenés algún caso de algún turista que venga del exterior y te pida directamente venir a Montevideo?

E - No, porque a mi me contactan los operadores mayoristas del exterior, por ejemplo, operadores de Miami, Nueva York, San Pablo, Río Janeiro, Buenos Aires, entre otros destinos, pero ellos todo lo que es de Montevideo lo operan directamente con receptivos de Montevideo. Nosotros tenemos la base en Punta del Este y lo que es camioneta, remise y todo eso lo tenemos solo en Punta, claro no quiere decir que no nos pidan traslado aeropuerto Carrasco a José Ignacio.

I - Contame ¿hay personas que vivan ahí y te pidan para venir a Montevideo? sd

E - Durante la pandemia se dio mucho, que como nosotros como agencia de viaje no teníamos mucho para ofrecer, sinceramente, porque el mundo estaba cerrado y bueno, nosotros más que nada porque recibimos gente de afuera que viene a Punta del Este o bueno de Uruguay hacia afuera en general, entonces la única que nos quedaba era trabajar con el público interno, con el

uruguayo, que quería explorar un poquito de Uruguay con gente que se quisiera animar a conocer un poquito más.

Igual había mucha gente que no se quería ni mover de su casa. En ese caso se vendió Montevideo como experiencia y como paseo de fin de semana o entre semana, porque ahí durante la pandemia, había mucho tiempo libre y de ocio para la gente, por ahí estaba sin trabajo fijo o trabajando a modo home office. Ahí por ejemplo teníamos un paquete que era Home Office en Montevideo, entonces te llevamos a un hotel con Wifi, con buena conexión, con un buen escritorio para poder trabajar y la modalidad era con estancias mínimas de 7, 15 y 25 días pero la posta es que no fue un producto que nos sacaban de las manos.

Además, ahora hay mucha gente que hace turismo interno y decide alojarse por su propio medio. Hay muchos turistas que por ahí decide ir a Montevideo y lo hace porque tienen algo de trasfondo o alguna obra en el Teatro Solís, o alguna espectáculo de música, algún concierto que eso durante la pandemia no se dio, obviamente porque estaba todo cerrado, entonces lo que podíamos ofrecer era como la experiencia de irse a hacer una visita de Montevideo.

¿Hoy en día el uruguayo que quiere ir a Montevideo, no se lo está pidiendo a una agencia de viajes, viste? Agarra booking o airbnb y se va para Montevideo.

Vendemos Montevideo también en carnaval. Hacemos un paquete que es propio, que se lo vendemos a la gente de afuera, no a la gente de Uruguay, y es para vivir todo lo que es la zona de barrio Sur y Palermo, y las llamadas. La experiencia se trata de que la gente tenga una terraza con la gastronomía de la gente local. Ahí han venido alemanes, estadounidenses, que flipan con la experiencia. Hay un montón de terrazas, pero nosotros utilizamos una que les brinda ya la comida, el choripán y la bebida. Solo nosotros ofrecemos esta experiencia y por ahí nos terminan comprando operadores de Montevideo. Tenemos cercanía con la familia Lubola, porque Federico que trabaja conmigo está en todo ese tema y a través de ello hemos cosechado

los contactos ahí en Montevideo, con buenos servicios y asociando traslados y demás desde Punta del Este. También vendemos la experiencia sin traslado para el que ya está en Montevideo.

I - ¿Cómo llegan a esa experiencia?

E - Nosotros lo ofrecemos por varias vías, se lo ofrecemos a operadores mayoristas de Montevideo, se la ofrecemos a operadores mayoristas del exterior y se lo ofrecemos a nuestros principales clientes de Punta del Este que son los hoteles, entonces por ahí hay gente que ya está Punta del Este y le preguntan qué hay para hacer entonces ahí el conserje del hotel le dice, mira, mañana están las llamadas en Montevideo, hay una experiencia que cuesta tanto, que te pasan a buscar a tal hora y que regresan a tal hora, si se quieren sumar, me avisan y confirmamos los lugares, o sea, hay gente que por ahí llega por la fecha de carnaval, obviamente a Punta del Este y sentirán el momento de esa experiencia. También hay gente de otros países que ya vienen sabiendo que quieren vivir la experiencia y ahí el hotel ya le arma el paquete con esta experiencia.

I - Sacando carnaval, ¿por qué crees que vienen más que nada a visitar Montevideo?

E - Lo que yo considero de Uruguay es que hay muchos turistas, más que nada hablando de los turistas que no son de América del Sur, o sea todo lo que es América del Norte, Europa o por ahí destinos más remotos como puede ser clientes rusos, chinos, japoneses, alemanes, europeos que no es que hay gran cantidad, pero hoy los hay que viene para la zona de América del Sur, por lo general en lo que es el verano nuestro, porque es el invierno de ellos, y lo que hacen es tocar varios puntos que tiene América del Sur, que Uruguay no tiene claramente, cómo es el Glaciar Perito Moreno, Machu Pichu, Rio de Janeiro, las cataratas de Iguazú, Buenos Aires que son cosas que realmente en América del Sur impactan a pasajeros que son de destinos que ya son impactantes, pero hay cosas que no están en otra parte del mundo, entonces cuando vienen

para estos lados, suelen hacer viajes de 15 a 20 días tocando varias cositas, y yo creo que Uruguay lo tocan, no porque Punta del Este sea hermoso o Montevideo sea hermoso, que no quiere decir que no lo sean, sino porque es como para tachar un país más del mapa..

I - Si, te entiendo.

E - Todos sabemos que Uruguay es un país amigable, un país easy going como le dicen, que es fácil de andar. Creo que la ventaja que tiene Uruguay, que a veces nos juega en contra, pero a veces ayuda, es que estamos dentro de 2 grandes potencias, dos montañas enormes como son Argentina y Brasil.

Entonces mucha gente llega a América del Sur por estos dos países y cruzan a Uruguay, entonces hay mucho turista que hace dos noches en Colonia, dos noches en Montevideo, dos noches en Punta del Este por decirle algo. Entonces siento que hay mucho pasajero que llega a Uruguay sin pensar en venir a Uruguay, como que no, no es como el único destino que tocan cuando son pasajeros del hemisferio norte, por así decirlo, sino que vienen a ser como un gran tour.

Mi visión general entonces es que considero que mucha gente llega a Montevideo por simplemente la proximidad que tiene con otras grandes ciudades. Porque obviamente es un país lindo, que hay cultura, que es fácil hablar, que es un país amigable, que estamos bien posicionados a nivel mundial. Vos siendo uruguaya, decís que sos uruguaya y la gente de otro país te respeta, no somos un país mal visto, entonces, aprovechando la proximidad de con grandes ciudades y la buena conectividad que al menos había pre pandemia que desde Río de Janeiro tenías vuelo directo, que desde Porto Alegre tenías vuelo directo a Montevideo, que desde Buenos Aires a Montevideo tenías una hora, que desde Santiago de Chile dos horas y medias, aprovechando esta cercanía a Uruguay es que se utiliza mucho el bueno, voy y tacho

en el mapa a Uruguay, conozco Montevideo, me como una buena carne, me tomo un buen vino tannat, miró algo de tango y viví una mini experiencia de lo que es Montevideo.

I - Te quería preguntar si crees que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país, o si hay alguna marca país que crees que en el mundo representa a Uruguay.

E - Mira yo con el tema marca país tengo sentimientos encontrados. Yo creo que la marca país nuestra, que el slogan es Uruguay Natural, me parece buenísimo y considero que viene por ese lado porque es lo que tenemos para ofrecer, no tenemos grandes tecnologías, no tenemos grandes vestigios arqueológicos, no tenemos playas paradisíacas con temperaturas calurosas, como tienen otros destinos. Entonces creo que Uruguay tiene que ir por ese lado. Yo creo que el slogan Uruguay Natural, es lo mejor que podríamos haber hecho, ahora lo que yo considero es que nos quedamos solo en el nombre, en el sentido de que si, Uruguay, natural, pero nos falta tanto trabajar en eso. Es un slogan bastante vacío de contenido, ¿viste?

Entonces si bien tenemos cosas que están buenas, por ejemplo, las termas, todo lo que hay alrededor del Río Negro, las playas que tenemos, los parques que hay, pero nos falta muchísimo también, al fin de cuenta, todos los países pueden hablar de Argentina natural, Brasil natural, Estados Unidos natural. Y la posta que hablando mal y pronto nos cagan a palo con la naturaleza que ellos también tienen, entonces yo creo que Uruguay, con el eslogan que tiene, tendría que ser un país mucho más natural en el sentido de, por ejemplo, justamente lo que se está hablando ahora de la caza de animales autóctonos, eso no puede pasar en un país en el que el slogan es Uruguay Natural, me explicó? natural de que entonces?

I - Te entiendo si..

E - O UPM que agarró y mató casi las mejores partes del campo uruguayo, entonces como que no va de la mano con la política que Uruguay va tomando desde el punto de vista de decisiones país. Entonces vos ponete a pensar cómo uruguayaya para ver si está Uruguay natural, si vos decis

quiero ir a una experiencia, listo, me quiero ir al Cabo Polonio, ta perfecto, bueno, para ir a Cabo Polonio, si vos no tenés un vehículo propio para ir, te tenes que tomar un bondi y como haces, porque en el día desde Montevideo hasta Cabo Polonio no tenes bondis que te llegue a la hora que entra el 4x4. No sé, como que con la práctica, si vos en Uruguay no tenés un transporte propio, privado, que los turistas no tienen un transporte propio, tienen que recurrir a un traslado privado, que le salen montones de dólares, o podes alquilarte un auto que tampoco es baratos para ir hasta el Cabo Polonio para quedarse cuatro días y que el auto esté ahí pagando todos los días un uso que no esta haciendo. ¿Me explico?

I - Si, claro

E - Entonces la conectividad en Uruguay hacia el interior profundo es mala, entonces eso ya hace que, todo el contenido que hay en Uruguay fuera de lo que son los puntos más esenciales como Colonia, Montevideo y Punta del Este y bueno, ahora está empezando a crecer bastante, todo lo que es la costa de Rocha, todo lo demás, que sería parte de ese Uruguay profundo, es difícil conectarlo si vos no tenés un vehículo.

Entonces yendo un poco a la respuesta, que sí, yo creo que la marca país está bien encaminada desde el punto de vista del marketing. Tenemos un nombre fuerte, un slogan fuerte, tenemos contenido re lindo. Yo he ido a un montón de ferias de turismo y he visto, por ejemplo, en diciembre fue en Buenos Aires la Feria Internacional de Turismo más grande de América del Sur y el stan de Uruguay estaba hermoso, la posta es que estaba hermoso. Pero viéndolo como uruguayo desde adentro, es como que está buenazo, pero yo sé que todo eso que mostramos cuando vos llegas no es tan fácil de acceder a esos lugares. Viste?

I - Si, te sigo, y me parece super interesante tu opinión. Pasando a los turistas que vienen a Montevideo - sí hablamos de Punta del Este, supongo que me dirás que cuando más visitan es en verano - pero cuando decís que visitan más Montevideo?

E - Yo igual comparto que Montevideo también se visita en verano por el mismo hecho que te decía que mucha gente viene a hacer el gran tour de América del Sur y toca Montevideo pero también es un turismo mucho más estable que el del resto del país. Es más que nada por un tema de que hay mucho turismo por negocio. Entonces, claramente Montevideo tiene diferentes nichos de mercado más allá del turismo de recreación. También viste, es mucho más barato hacer un evento en Montevideo. Hay más propuestas de hoteles pensadas con salas de negocios, reuniones y eventos. Entonces, la estructura de Montevideo hace que el turismo de negocio y eventos se de como no se da en el resto del país, se da tanto lo que es el turismo por ocio, turismo de negocios y turismo de eventos a lo largo de todo el año.

I - ¿Qué crees que le falta a Montevideo, hay alguna actividad que busque el turista que te llaman y te dicen, mira, quiero vivir esta experiencia en Montevideo, puedo?

E - Buena pregunta, emmm... Dame unos segundos para pensarlo...

I - Podes comentarme sino algo que haya pero no lo promuevan tanto o que no le den tanta importancia...

E - Yo creo que en ese sentido, por ejemplo, que Argentina lo hace muy bien, es no generar producto de las cosas realmente nuestras, por ejemplo, lo que es el tango, el mate, como que el argentino te agarra el tango y te lo muestra en todos lados de Buenos Aires. En Montevideo es difícil encontrar un lugar donde se baile tango, por ahí hay uno o dos, pero tenes que buscar mucho. Entonces siento que se podría explotar mucho más la cultura uruguaya, poniéndosela a la gente como en la mesa para sentarte y consumirlo. Yo no quiero decir que no haya gente bailando tango, que no haya gente que lo haga, pero siento que a los turistas se les complica mucho más llegar a esa experiencia. Es un producto super rioplatense que cuando el pasajero va a Buenos Aires y lo ve y después va Montevideo y no lo ve, siento que ahí es cuando se desvaloriza la cosa. Entonces creo que de la cultura que nosotros tenemos y de las costumbres,

es cómo generar más productos, viste? hacerlo más marketinero por así decirlo. A veces no es lo ideal, a veces lo ideal es dejar que las cosas fluyan como son, pero Argentina eso lo sabe hacer muy bien y sabe empaquetar y armar producto y pagando un precio, ponerlo en plaza, hacer una promoción y pum, que se venda. A nosotros nos cuesta más verlo y ponerlo en práctica.

I - ¿Que actividades hay en Montevideo que me digas los turistas vienen porque está eso o simplemente vienen para tachar un país como me decías?

E - Bueno, no, yo no creo que sea solo por eso. Sí creo que hay mucha gente que llega por eso, porque es un gran tour y bueno, pero es una capital que todos sabemos que es súper interesante, una capital más, pero obviamente hay gente que viene solo a Montevideo. Creo que por ejemplo al brasilero le gusta ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas, conocer lo que es el centenario que es el primer estadio mundialista, la ciudad vieja con su historia, la ciudad amurallada, creo que por ahí viene más en búsqueda de de un poco de historia y asociado a gastronomía, viste? Creo que viene más por ese lado, por el patrimonio que tiene Montevideo y la gastronomía, los vinos, las carnes en general. El público, al menos nuestro, que es más que nada el brasilero quiere ir a Montevideo a eso viste? Después también, en noviembre, creo que fue, el año pasado que se jugó la final de la Libertadores en Montevideo, que exploto la capital, a ese tipo de eventos se debería apuntar, viste? porque son actividades que por ahí no las tenemos y que cuando las tenemos revienta, todo el mundo labura, todo fluye.

I - ¿Cómo consideras a Montevideo en cuanto a la seguridad, en cuanto al trato al turista, los precios?

E - Los precios en base al resto de Uruguay u otros destinos?

I - Otros destinos, ya sean en Uruguay o en otros países.

E - Bien. Creo que Montevideo, dentro de Uruguay, es uno de los destinos más económicos por la por el abanico que hay, o sea, puedes ir a comer a un restaurant mega caro, como puedes comer en el restaurante barato. En relación a los precios con otros destinos del mundo, creo que seguimos siendo un país para un público por ahí, un poco más selecto, viste? Para un público nivel medio alto, porque Uruguay está muy dolarizado. Para un argentino le es caro venir a Uruguay, pero para una persona de Brasil, de San Pablo, Río de Janeiro, los precios son muy similares actualmente. Al mismo tiempo, si vos te vas de viaje a, no sé, a Nueva York, que es una ciudad cara, tampoco es que te termine siendo mega caro porque comer en Uruguay no es muy económico. Entonces creo que en cuanto a precio si nos comparas con otras capitales del mundo, no somos baratos, pero no por Montevideo en sí, sino por por el costo de vida que tenemos nosotros.

I - ¿Cómo ves la seguridad en Montevideo?

E - Y yo creo que es un caos Montevideo, vos sabrás más que vivis ahí, comparado con Punta del Este, un caos, obviamente no estamos en una cajita de cristal pero es otra cosa pero también si lo comparas con otras ciudades del mundo no es una ciudad peligrosa, o sea, te puede pasar que te roben, sí, como en cualquier parte del mundo, pero no siento que sea una ciudad peligrosa. No nos podemos comparar con San Pablo o Río de Janeiro, igual creo que se podría mejorar y se debería mejorar mucho más la seguridad por la cantidad de personas que somos por metro cuadrado, que tendría que ser mucho más fácil de controlar que en grandes ciudades, con miles y millones de habitantes. Osea que no, no le doy el dedo para arriba a la seguridad por más que entienda que el turista no nos ve como un país inseguro, y por más que entienda que por ahí en Montevideo o en Uruguay en general, no te pegan un tiro para robarte un celular como te puede pasar a otro lado.

I - ¿Cómo ves que tratamos los uruguayos a los turistas?

E - El uruguayo es súper, súper receptivo con la gente. Hay mucha calidad humana para recibir gente pero al mismo tiempo entiendo que hay poca gente preparada para recibir al turista. Hay mucha gente en el rubro de turismo que se dedica al turismo por la oportunidad del ingreso económico que te brinda y no porque le gusta el turismo ¿Me explico? Pasa en Uruguay y en Montevideo pasa el doble. De hecho, fijate que la carrera de licenciatura en turismo es muy joven en Uruguay y que es algo que antes no se estudiaba. El turismo era tipo, te metías en turismo y te ibas haciendo y no sé, tengo un ejemplo, en el 2012 fui a Machu Picchu, fui a hacer el camino del Inca y todo el mundo te hablaba en inglés. Cualquiera peruano que te atendiera te sabía hablar en inglés, entendés? y en Uruguay cuánta gente habla en inglés para que esté metida en el turismo? Hay poca gente que habla en inglés, es difícil conseguir choferes o guías que hablen en inglés como una segunda lengua para recibir pasajeros de otros destinos. Mismo el portugués. Hay mucha gente que no habla portugués y que intenta hacerse entender, pero no es lo que necesitamos. Necesitamos gente capacitada de este lado, entonces sí, siento que somos súper receptivos, que eso está bueno y que por ahí la remamos mucho, de que somos buena onda, que somos amigables, que nos interesa el compartir con otras personas, desde ese lado somos un 10, pero desde el lado del servicio siento que hay mucha gente dentro del rubro, que pasa dos cosas, que no está preparada porque no te saben hablar bien ni el español y lo que tienen es una libreta de conducir, o el que trabaja en un hotel, porque consiguieron ese laburo, pero hablan el inglés más o menos, el portugués que a todos le ponen el inea de fondo y no es así, o sea, falta gente preparada.

I - Bueno, por aca terminan las preguntas, te agradezco un montón por tu tiempo, y estamos armando algún viajecito pronto.

E - Estoy a las órdenes Micaela, me llamas cualquier duda que te surja.

ENTREVISTA 2 -

I - Genial, bueno primero, muchas gracias por el tiempo. Perfecto, bueno, como te comentaba también por correo, y bueno por teléfono, la idea con esto es poder conocer... el trabajo de tesis está basado en en lo que es el turista y el turismo en Montevideo y especialmente...lo recalco, lo recalco un poco, porque es en Montevideo y no no en todo el país.

Lo que buscamos con esto es conocer el perfil del turista que viene a Montevideo, y por eso te voy a hacer una serie de preguntas que están por sector

Voy con lo primero que tiene que ver con con todo lo que es la marca país.

¿Cuál crees vos que son los motivos de la visita de los turistas a Montevideo?

E - ¿Eh, a Montevideo en particular? Es difícil de decirte porque los clientes que tenemos nosotros, no no vienen específicamente a Montevideo, o sea, vienen a Uruguay, y dentro de eso está la capital, que es Montevideo... este, y que es donde el lugar donde donde en definitiva pueden tener como más contacto con la cultura del país, ta? Es donde nosotros, por ejemplo, hacemos que vayan a la ciudad vieja, donde se entra un poco más en en contexto de la historia del país, esté... donde esté...les contamos un poco de de las raíces de carnaval, de lo que es lo que significa carnaval para los Uruguayos, de candombe, de de la tradición progresista que tiene el país comparada con con, con, con, con Sudamérica en general bueno, nada un poco donde donde entran un poco en contacto con lo que es la cultura del país, pero no vienen específicamente a Montevideo, aunque sea por lo menos no los clientes que nosotros tenemos, vienen al país como un todo.

I - Genial

E - De hecho, en los últimos años hemos construido esa necesidad para que se queden una o dos noches en la ciudad, pero antes, por ejemplo, la la esquivaba no... o sea en general hay gente que busca actividades como más activas como como estan mucho en contacto con la naturaleza y le esquivan un poco a la ciudad de por sí no, pero por lo menos te repito, no digo que esto sea la la generalidad de de todos los turistas, digo que es la generalidad del perfil que tenemos nosotros.

Dame un segundo que voy a sacar a la perra porque está insoportable.

A esta ahora empiezan a llegar los vecinos y se vuelve loco.

I - Me imagino, yo también tengo un perrito y lo tengo bravo a esta hora, también se pone complicado.

Bueno, en realidad todas las preguntas están un poco entrelazadas. Sí, ya me respondiste algo con las siguientes preguntas, igual pues cómo evitarlo, obueno, volver a hacer énfasis en eso.

¿Crees que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país? y en en caso de que sí, ¿cuál consideras que es la marca más firme a nivel internacional?

E - No, no, no, no, no, no, no, no. No diría que el país es conocido como su marca país.

Mira, yo empecé con la empresa en el año 2000-2001 y en aquel momento fue bastante difícil... en aquel momento, era bastante difícil, es difícil todavía vender Uruguay como tal. Este... en el año 2000-2001, a mí me daba mucha bronca la forma en la que se vendió Uruguay, todavía me da mucha bronca la forma en la que se ve en Uruguay y en muchos sentidos porque este.

Antes de empezar una clase de Geografía, o sea, empezabas a decir Uruguay y en el mejor de los casos, la gente te decía que sí, ue que estaba en Sudamérica, este, y que compartía frontera

con Argentina y con Brasil, este...en las cataratas del Iguazú explicarle que no, que eso era Paraguay, que sonaba parecido, pero que no era Uruguay. Nos paso muchas veces.

Este...y después nada, digo, era un destino que es un destino el día de hoy que no tiene una imagen muy clara para la gente, vos le decís Uruguay y mucha gente sabe de lo que estás hablando somos conocidos por bueno por algunas cosas, por por el fútbol, por algunas personalidades del fútbol, este José Ignacio se hizo bastante conocido como destino en Estados Unidos, sobre todo en la costa este. Este bueno nada hay, como como, como muchas regiones que que que que han ido adquiriendo de como como más renombre por por por muchas cosas, pero todavía el turista llega y no tiene una imagen del país, que eso es muy difícil por un lado, porque cerrar una venta o, lograr convencer a alguien de venir al país, cuesta más y, muy a favor nuestro en otro aspecto, porque una vez que están acá es mucho más fácil sorprender a la gente este porque todo es es es una hoja en blanco, todo, todo, todo es buenísimo.

Pero la realidad es que es un destino...Nosotros, yo yo hice mucha presión y trabajamos muchísimo desde el año 2001 2002 hasta ahora para que el destino se venda como destino en sí mismo, este ... y hoy yo te diría que el el la la estaba promedio, pero tenemos es de 7 noches, pero eso no, no le pasa a todo el mundo. Mucha gente sigue vendiendo Uruguay y sigue pensando en Uruguay se tiene que vender como como como una extensión de Argentina, como una extensión de Brasil y para mí nada que ver, o sea, creo que también se venden como extensión de Argentina, pero como Argentina se vende como extensión y como parte de un viaje a Sudamérica, pero no necesariamente porque el destino no tenga lo suficiente para ofrecer, todo lo contrario.

Nosotros tenemos Tours de 14 días de 20 días en Uruguay, y hemos vendido Tour de 14 y 20 días en Uruguay, este para el que quiere de verdad este conocer destino, no?

Entonces es difícil, me preguntas, una marca país la verdad que para mí es re difícil decirte una marca, parece que la gente no tiene o sea.

No, no es como como como, Costa Rica, que en algún momento sí, tuvo una marca país que ayudó a salir adelante a Costa Rica por la naturaleza y por un montón de cosas.

Yo no creo, no creo.

Sí, en un momento se hizo mucha presión con el tema de Uruguay Natural, y me parece que sí, que se ve al destino como un destino de naturaleza y un montón de cosas, pero este pero no, no me parece que la gente venga al destino por la marca país, ni ahí.

I - Perfecto y en cuanto a la época, ¿consideras que existe una época con mayor, con mayor concurrencia de turistas en Montevideo?

E - De vuelta, te voy a contentar, no de Montevideo. Yo creo que Montevideo es un destino que sí se puede vender todo el año. Me parece que otra.

Te voy a hablar de los clientes que nosotros trabajamos, que no es todos los clientes que vienen a Uruguay a suceder, por ejemplo, que hay colegas que trabajan con mercados como como Chile o Brasil o este. Nosotros trabajamos algo de Brasil, pero no es lo que más trabajamos y en esos mercados de repente se hacen escapadas de fin de semana en las que en las que capaz que vienen a Montevideo el fin de semana.

Yo tengo muy poquito de eso. La verdad es que no es lo que más trabajamos. Trabajamos con con clientes que en realidad, cuando viajan, viajan por lo menos 1 semana.

Este... no viajan menos de una semana, entonces en ese en ese sentido, vuelvo lo mismo: Montevideo ocupa un día o una noche o dos noches de ese de ese programa completo, este...

de a poquito le hemos ido dando ese lugar porque no nos costó durante muchos años no teníamos alojamiento para el nivel de gente que traíamos.

Entonces no los podíamos dejar en ningún lugar porque no, no, no, no, no le interesaba la gente quedarse en los hoteles que habían disponibles en aquel momento, este... y tuvimos que ir creando mucho producto.

Este no es que no existiera, pero no, no, no se vendía como producto. Vos no puedes decir, “venga a ver el carnaval” y tenés carnaval, nada más que en febrero, o “venga a ver tal cosa” y no hay una propuesta de o sea, entonces eso fue lo que se fue creando cada vez más este y nosotros soy yo, hoy me siento muy cómoda vendiendo dos días en Montevideo porque es lo que tenemos, productos que son atractivos para este tipo de público, que es así este

Y me perdí la pregunta, perdón, repetírmela?

I - No, en realidad era en el caso de que consideraras hubiera una época de mayor concurrencia, a qué se debía? Pero...

E - Entonces, durante, durante muchos años acá se dijo que la temporada muy corta, de vuelta, desde que arrancamos a vender, trabajamos pila en desestacionalizar, y al principio.. yo ahora vivo en la barra, me mudé para acá hace 8 años, 9 años.

Y al principio nos pasaba, y una de las razones por las que nos mudamos era porque nos costaba muchísimo ofrecer estando yo a Montevideo, ofrecer producto que se extendiera en el tiempo, por qué tal la gente acá venía a trabajar en diciembre y el 28 de febrero primero de marzo, se las picaba para otro lado hacer temporada en otra parte

Entonces te quedabas sin nadie que atendiera a nadie y se cerraban los restaurantes y te cerraba todo. Y una vez que logramos que la gente empezara a quedarse más tiempo, el desafío más

grande era los recepcionistas de los hoteles explicarles, que cuando llegaba la gente no le dijera “ah no, pero usted vino fuera de temporada”, te dan ganas de matarlos porque habias logrado que vinieran en esa fecha y lo primero que le decían es que hayan venido fuera de fecha, entonces la gente se sentía como que estaba equivocado.

Y en eso, en ese sentido no estábamos equivocados. Nosotros hoy trabajamos desde los primeros días de octubre hasta, o sea, no tan fuerte como como como trabajaríamos en enero, pero noviembre si trabajamos igual de fuerte y cómo trabajamos en enero, Diciembre trabajamos incluso las primeras semanas de diciembre, trabajamos igual de fuerte, y lo mismo Marzo... para mí marzo es un mes igual de alto de lo que es Febrero, y abril se está convirtiendo en un noviembre, este año en Abril trabajamos un montón y este y el año de la pandemia cancelamos pila de servicios en Abril, que ta que no se pudieron dar porque solo todo en marzo, pero en realidad, como que las temporadas se han ido extendiendo, o sea, que antes hablabas de 2 meses, 3 meses, un mes y medio, nosotros ahora trabajamos octubre, noviembre, diciembre, enero, febrero, marzo y abril, o sea, son 7 meses de doce, re bien, y con destinos que, naturalmente, todo el mundo diría, “ah no, pero es playa”, bueno, acá es playa y no es playa, porque hay gente que viene pensando en la playa, pero hay un montón de americanos, un montón de europeos, que van a la playa porque por ahí está la posibilidad, pero no es lo que más les interesa, hacen bicicletas, hacen caballos, hacen vinos, hacen clases de cocina, hacen un millón de cosas, y si quiera algún día libre van a la playa entonces esto lo puedes hacer en primavera, o en Otoño.

Para mí, en realidad es. De hecho, por ejemplo, este año fue el primer año que gracias a Dios tenemos dos de las propiedades de Vik que están abiertas este casi que todo el año -van a cerrar 2 meses para mantenimiento- y eso ayudó un montón, y ahora por ejemplo con la pandemia

pila de gente se viene a vivir para acá y ahora, o sea, no te pasa lo que te pasaba antes, o sea, no te digo que todos los restaurantes esten abiertos todos los días, pero todos los días tienes por lo menos un restaurante abierto y eso está buenísimo, el día más complicado creo que son los martes sacando los martes, que siempre inventamos una clase de cocina en la casa de alguien, este... o sea en esas opciones para darle a la gente.

I - Buenísimo, y bueno, ya haciendo un poquito más énfasis en lo que estabas contando ahora, respecto a las actividades que bueno, ya estuve escuchando un poquito, pero qué actividades consideras que son las que más le interesan a los turistas para hacer?

En este caso tengo que preguntar en Montevideo, ya sé que no es el fuerte del Lares, pero bueno.

E - No, ya te digo, nosotros en Montevideo tuvimos que acomodarlo a lo que la gente buscaba porque si no nos pasaba eso, la gente dice “no, pero no hay nada para hacer”. No, no, ojo, no, no, es que no hay nada para hacer... este... al principio lo centramos mucho en bodegas, pero también necesitamos buscarle algo que lo diferenciara porque bodegas, tenes en Carmelo, tenes en el Este.

Nosotros hay dos o 3 productos que hacemos en Montevideo, una es la visita que visitamos a alguien relacionado al candombe que por lo general es un luthier de tambores, alguien que hace tambores, y es una demostración de lo que es el candombe y ahí tocamos pila de temas, tocamos un poco el tema de de la colonia, de cómo nace el candombe, de lo que significa el candombe para para para el Uruguay, de como está hasta el día de hoy es una música super popular que puedes ir a una a un ensayo de candombe, casi que todo el año, que se sale a tocar la música a la calle, que es como muy uruguayo, igual que el mate, o sea, nosotros no nos quedamos tomando mate dentro de casa como hacen los argentinos, salimos afuera a tomar mate, lo

compartimos y el candome lo mismo, lo que se comparte es una música popular en la calle que se vive en la calle.

También hablamos mucho de que fue el primer país de toda América que que abolió la esclavitud y eso, y ahí enganchamos un poco con la tradición progresista como país que tenemos, o sea, de muchas cosas, no? Primer país donde la mujer pudo votar donde fue legal el divorcio, donde fue legal la marihuana, donde luego se legalizó el matrimonio igualitario, en fin.

O sea, como que de por sí es un país que tiene una tradición muy progresista, nos guste o no nos guste, estemos de acuerdo, no estemos de acuerdo, pero es así.

Entonces este... en Montevideo como que como que lo que hacemos es que la gente aterrice un poco todo lo que tiene que ver con esa tradición, con quién es Uruguay. Porque a mi siempre a mí lo que me pasaba desde desde que arranqué a vender el país siempre te pasaba lo mismo, te dice "es que Uruguay y Argentina es todo lo mismo, comparte las mismas tradiciones, el dulce de leche, el tango, no se qué" No, sí compartimos tradiciones, pero somos esencialmente diferentes, tenemos idiosincrasias totalmente distintas. Si vos venís a Uruguay y te vas con la idea de que es igual que Argentina, no entendiste nada lo que conociste, porque somos muy distintos, o sea, ni mejores ni peores, distintos.

Entonces, para nosotros es re importante mostrar esas diferencias, marcar esas esas diferencias como países, porque ta, porque es otro país, es bien diferente. Entonces la ideosincracia es muy distinta a la Argentina y del uruguayo.

Para el uruguayo, es re importante, la familia es re importante nuestro tiempo, acá tener un negocio y abrir un negocio, un feriado, te querés matar como empresario porque nadie trabaja,

pero no es porque seamos malos, ni haraganes, es porque todo el mundo valora mucho su tiempo y las familia es re important, y nada, y eso está bueno también explicarlo.

Vos te encoentras con uruguayas en la palabra que una de las que más usamos es tranquilo, como andar tranquilo, todo bien, tranquilo. O sea, es como que el ritmo nuestro, ya son 3 cambios más abajo y el argentino trabaja 3 cambios más arriba, pero porque tienen otro ritmo.

¿Entonces, es mejor? ¿Es peor, no? Ni ahí, o sea, como distintos. Entonces, para algunas cosas es buenísimo el uruguay... mi marido es Argentino, o se vino a vivir acá a fascinada, amaba, me decía, “no puedo creer en el peaje te dicen buen día que pasé bien”, como que la gente se toma el tiempo de hablarte.

Ahora, el primer día de lluvia que necesitó un plomero. Odió a todos los uruguayos del primero al último, o sea porque no había nadie que quisiera venir a trabajar, entonces nada, tiene sus cosas buenas y malas y tratamos de contar lo bueno y lo malo para que cuando de repente vaya al restaurante y no lo atiendan en una hora y almorzar, cenar cosa, no sé, pagar e irse, entienda que es parte de ideosincracia uruguayas. Nos gustan los almuerzos largos, nos tomamos nuestro tiempo para las cosas, entonces a veces pasa, lo notaba siempre venían a almorzar los americanos y les parecía tipo que todo era re lento y el servicio era malo.

No, no es malo

Es que nosotros tomamos nuestro tiempo para cada cosa. Entonces, cuando vos lo planteas desde ese lugar, o sea, ya la gente empieza a vivir la cultura desde otro lugar, entendés?

Porque es distinto y porque por algo viajas a otro país. ¿Para entender las diferencias, no? Entonces se puede hacer más rápido. Podés pedir que el restaurante tienda más rápido. No es lo que se acostumbra.

Entonces, ta, eso como es lo que tratamos de hacer yo por lo menos como guía que a mí me encanta guiar, gui pila y es de las cosas que creo que voy a seguir haciendo siempre, es de las cosas que nos gusta marcar, porque la vivencia del país después de que te explican todo eso es totalmente distinta.

I - Claro, lo sentís como que lo sentís desde otro lugar ya cuando te lo explicaron...

E - Claro, es que que tomar mates, es una ceremonia para nosotros. El argentino toma esa sopa llena de palo, flotando, por qué no le dedican el tiempo para que las yerba se hinche, pero bueno, tiene que ver con la propia ideosincracia.

Tiene a la yerba que no necesita toda esa ceremonia, nosotros tenemos una yerba que ya de por sí implica otro tiempo, o sea.

I - Se entiende, sí, sí, tal cual, me parece que lo describis súper.

E - Entonces llevandolo al extremo, tratamos de plantearlo como como un poco de de ese lugar y para mí Montevideo es eso, es donde explicamos eso, vamos al Mercado del Puerto. Me encanta reivindicarlo. La gente dice “ay, no lo los lleves mas al Mercado porque no se que” para mi es alucinante el Mercado, y si vos lo contás de ese lugar, la gente lo entiende desde ese lugar.

También este la ciudad vieja, toda la historia que tiene la ciudad vieja y después, por ejemplo, a mí me encanta llevarlos a la casa de un bodeguero para que, para que cenén con la familia y para que les cuente un poco su pasión por el vino, que tiene que ver un poco, de vuelta, con lo que es el uruguayo. O sea este, al uruguayo del encanta recibir en su casa le encanta quedarse en su casa, o sea, este... invitar a amigos, compartir y bueno, esto es parte de, entonces, este , o sea, tiene que ver un poco con eso, no? Con con con entender y por qué el tannat, porque yo,

porque yo sé adaptó tanto a nuestros gustos, a nuestra cocina, todo lo culinario, entonces yo qué sé, eso es lo que hacemos un poco en Montevideo, entramos del lado del vino, desde ese lugar yendo a la casa de alguien a comer, a probar el vino, a entender un poco lo que es el el paladar de acá, eh... a veces hacemos algún recorrido en bicicleta por la rambla porque eso también para mí es re uruguayo, para nosotros, para mi y para todo montevideano la rambla es como somos, estamos muy orgullosos de nuestra rambla y bueno, andar en bicicleta por la Rambla es como también re uruguayo, entonces hacemos todo el recorrido desde la ciudad vieja, si se quedan en el Sofitel, hasta el Sofitel.

Y está está buenísimo, este bueno, eso es un poco lo que lo que ofrecemos de Montevideo.

I - Y respecto a actividades que consideres que los turistas, o sea, les gustaría encontrar en Montevideo y por algún motivo no encuentran este... cuáles serían esas actividades?

E - Pues no, no sabría decirte, porque ya te digo como que nosotros lo tenemos bastante seteado. Este son dos días y da tiempo para eso: el tour de la ciudad vieja, un poco de cultura, un poco de entender las raíces de del candombe, de la del del, del, del, del, del carnaval...de noche por ahí , este yo te digo, vamos a cenar a la casa de de de un bodeguero al otro día, se de repente el tour de bicicleta o la parte más moderna de Montevideo y ya el otro día se van, o sea, son dos son dos días no hay cómo mucho más...

I - Claro, digamos no hay una actividad que ellos requieran y que nosotros como ciudad no se la podamos ofrecer?

E - Yo eso, no lo siento. Tampoco, te vuelvo a repetir, para mi Montevideo son dos días adentro de un itinerario claro. No, entonces no, no. No, es que vengo a Montevideo en plan 7 días a Montevideo o cuatro días en Montevideo, no esté... esa es la realidad también.

I - Obvio, entiendo... Y ya hablando un poquito más respecto a los precios en general, el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?

E - De vuelta, nosotros trabajamos con un público bastante alto. Yo lo primero que arranco diciendo en una presentación es, o sea, Uruguay es caro. No hay manera de que yo disfrace eso, somos un país de poquitas personas y entre poquitas personas se sostienen todos los costos del país, y ta, la comida que en Argentina vas a pagar 15, acá vas a pagar 35, es así, o sea, no, no hay, no hay, no hay.... ahora lo que sí, siempre digo, que por lo general la calidad de las cosas que que que se obtiene, es buena.

A mí me parece que lo que le pasa a Uruguay es que tiene una calidad bastante buena de cosas, que es de precio alto y no tiene la como la opción de precios económicos. No es un destino para gente que que ande corta de plata, o sea no, se van a quejar porque si van a terminar diciendo bueno, esto es lo mismo que ir a Europa, sí, es nivel de precio que Estados Unidos

No es más caro que Europa.No es más caro Estados Unidos.

Capaz que lo que no tenes es el Entry Price, no? o sea, vas a un super en Estados Unidos y tenes 3 opciones de tomates: los que son muy baratos y por ahí capaz que no tiene mucho gusto pero tenes la opción de dos dólares, tenes una opción de tomate que está más o menos y valen cuatro, y tenés la opción de tomates orgánicos, divinos, no se que, que te salen 8, acá tenés solo los orgánicos divinos que salen ocho.

I - Y según tú, tu experiencia, luego de haber estado con ellos y demás. Una vez que ellos se van, consideras que ven a Uruguay como caro o en realidad por la calidad que se les ofrece...

E - Pasa, es que vuelvo, vuelvo, vuelvo a lo mismo, o sea, yo trabajo con un público alto, que está acostumbrado a pagar lo mejor afuera, entonces acá, al, igual que afuera, lo mejor, el rango

de precios es muy parecido, estamos hablando de gente que si tiene que pagar 150 dólares una comida en el restaurante francés, la paga y la disfruta y no se va a quejar y no le importa cómo sale, a veces en el diario que la milanesa salga 70 dólares, da igual para ellos es una novedad la milanesa y como él cocina y es genial y yo lo aplaudo entonces, es muy difícil que yo te pueda hablar de los precios cuando en realidad ya te digo por la gente, es un público que está dispuesto a pagar eso y que lo haga feliz y que no se queja.

Entonces, si tenemos un rango de precios a veces que un cliente que que es un par de escalones más abajo, que igual tiene un buen poder adquisitivo. Pero no va a ir a comer ahí lo mandamos a comer a otro lado, de repente.

Pero no, jamás, le va a parecer barato el destino.

Vos salís a comer en Estados Unidos a un restaurante más o menos bueno, a un restaurant más tipo -no te hablo de ir a mas tipo una parrilla acá-, ir a comer un buen restaurante afuera, no te sale más barato que acá. Una botella de vino no te sale menos de 50 dólares. Y es lo que te sale aca en realidad.

Yo no tengo problema de que la gente se se se queje.

Pero soy consciente de que no le estoy vendiendo un argentino, no lo estoy viendo este... no son latinoamericanos.

Tenemos brasileiros, tenemos un público brasileiros que viene de nivel alto, que tampoco se queja mucho o sea. Por ahí no, no van a las habitaciones no se, con vista mar, capaz van a las habitaciones con vista jardín, pero lo toman igual.

I - Y respecto a la seguridad de Paola, qué percepción tenes sobre la idea que tienen los turistas sobre la seguridad en Montevideo, puntualmente, en Montevideo?

E - La gente, cuando viene sientes súper segura, se siente que el país es muy limpio, que todo está limpio, que todo sea ordenado, que todo es, o sea, yo sé que a veces no es la percepción que tenemos los uruguayos, lo tengo claro, una de las razones, de las razones por las que me fui a Montevideo en otro momento era porque yo, yo, yo no sé vivir con miedo.

Pero pero, pero, en general, la percepción que tiene la gente, que es un país seguro... a lo sumo, a ver que te roben, aunque no te roben, eso te puede pasar en cualquier parte del mundo. Acá nadie siente que su vida está en riesgo. Esa es un poco la percepción.

I - Y consideras también el trato con el turista que viene a Montevideo sin importar de dónde provenga.

E - No entiendo la pregunta.

I - Si consideras lindo, ameno el trato con el turista que viene de afuera sin importar de dónde venga, como eso sea el trato entre quien recibe este y quién viene, si fluye o no, por temas culturales, quizás o no. A veces hay algún algún tipo de no sé contradicción o no fluye tanto, no es tan ameno?

E - No no, el uruguayo en ese sentido y la o sea verdad, me parece que una de las cosas que a la gente también le gusta es que el uruguayo es muy es muy abierto, es muy tolerante, es muy, o sea, por lo menos es la percepción que tiene la gente y yo no he tenido problema en general con...en una época, hace muchos años, cuando cuando recibimos mucha gente de Rusia, al principio era un poquito difícil algunas cosas porque ellos tienen una forma a veces de expresarse que te parece que te hablan y te están puteando, viste? Pero tal después que entendías un poco cómo era el perfil de la gente , entendías que no era nada contigo. Era un poco la

manera de, o sea, parecía que se estaban puteando entre ellos también, o sea, encima ni les entendías.

Pero me parece que son cosas que tienen que ver con con la ideosincracia de cada mercado.

No, no, no, no hay un problema de trato.

I - Y ustedes como agencia Lares que buscan que el cliente perciba?, o sea, con qué idea les gusta que el cliente que el turista se vaya luego de su estadía?

E - No bueno, no se, yo que se, no busco que se vaya con una idea en particular, o sea, a mí me gusta, yo amo el país que vendo, o sea, me encanta. Soy como en ese sentido. Me gusta mucho mostrar lo que tenemos, me gusta mucho reivindicar. Como te decía recién viste, o sea, trato de que las cosas que se pueden percibir como algo negativo trato como de reivindicarlas para que se entiendan, entonces cuando haces como esta traducción, me parece que que algo que inicialmente puede ser más que negativo, se tornan una cosa que se entiende y hasta es positiva. Me parece que desde ese lugar, yo que se a mí me gusta mostrarles un poco de todo, me encanta que se vayan con la idea de de los vinos, del aceite de oliva, de la gente, del paisaje, del campo, no se, para mí hay pila de cosas para hacer acá.

Pero a mí como uruguaya, me gusta disfrutar mucho el país, entonces yo creo, cuando a vos te gusta lo que haces, lo lo mostrás con ganas.

I - Lo transmitís.

E - Amo los caballos, amo andar en bicicleta, hacemos kayak, a mí me encanta, digo, todos amamos el vino, creo que es uno de los presupuestos más grandes que tengo en mi casa, pero no se, nos encanta comer, entonces, o sea, todo eso es lo que tratamos de mostrar a la gente lo que nos gusta a nosotros, yo qué sé.

I - Y respecto al tema del idioma, los turistas consultan antes de venir, o bueno, cuando ustedes se ponen en contacto para vender el paquete, qué idioma se habla o en qué idioma va a ser el tour?

E - No bueno, o sea, en realidad es difícil que los americanos hablen español, o que la gente de habla inglesa hable español - no es lo más normal porque general, todo lo que hacemos casi todo lo que hacemos es en inglés. El francés quiere que le hablen en francés, el alemán que le hablen en alemán.

Yo que sé, depende y buscamos un guía de de el idioma que que que que no tenemos a nadie disponible de la gente nuestra, buscamos a alguien idiomas y creo que eso te piden, o sea, no. No hacemos Tours en español si esa es la pregunta.

I - No, no, en realidad era bueno más esto que me comentabas y se adaptan al idioma de quien viene o si hay un idioma como por ejemplo el inglés que es...

E - Y no, no hay. No, yo que sé, no se puede alguien que no habla español no se puede adaptar.

Algún alemán habla algo de español, algún francés, pero pero en general buscas gente en el idioma de ellos, genial.

I - La última pregunta en realidad y tiene que ver respecto con lo bueno lo que me comentabas ya desde el principio que decía, eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otros lados?

No sé si quieres expresarte un poquito más sobre eso.

E - No, a mí me parece ridículo que que que pensemos perdón, que lo diga así, que pensemos que la gente solo va a venir a Montevideo. Yo creo que ya tenemos que estar contentos de pensar que solamente van a venir a Uruguay

En el en el mejor de los casos si hay mucha gente que viene solo a José Ignacio, eso si, nos pasa pila. Este...y si hay gente que por ahí va solo a Colonia, pero porque está en Buenos Aires y cruza puntualmente a Colonia, que es un caso como más especial, gente que venga solo a Montevideo y la verdad qu no, o sea yo no tengo.

Bueno, lo mismo me parece que puede haber algún algún mercado como más este, más más, más, más, más, más de la región que que vengan a pasar el fin de semana Montevideo. Una cosa más así.

Pero pensando en turistas que vienen como más días, eh, a no ser que sea por algo particular, yo que sea un Congreso una cosa como, más más puntual, nada que eso ta, que ahí no vienen por Montevideo, viene por el Congreso, que casualmente es en Montevideo, ahí eso es lo que hay que entender a veces...este, me parece que la gente cuando ve a Uruguay viene a Uruguay, o sea este...y bueno y de esos días en Uruguay le dedica algún algunos días a Montevideo, pero no específicamente Montevideo

I - Genial, bueno, en realidad era eso. Me me gustó muchísimo hablar contigo. Realmente me fue bastante difícil encontrar agencias que se dedican al turismo receptivo.

Gracias por el tiempo, y por por la disposición para ayudarnos con el trabajo final.

E - Dale, cualquier cosa, ya sabes, me avisas.

I - Bueno, encantada un gusto.

ENTREVISTA 3 -

I - Hola, como estas? Soy la estudiante del posgrado que te habia comentado.

E - Buenas, si claro, te cuento, nosotros creamos los productos o consolidamos los productos y los vendemos al mercado a los que son los minoristas, no que son las agencias de viajes que esos sí comercializan con el público directamente. Nuestro trabajo no es directo al público, sino que nuestros clientes son, el primer cliente el agente de viajes, la agencia de viajes como empresa y a su vez, la marca de nuestros productos para que se distribuya, este, con la marca ABTUR, pero eso no quita -con los permisos que hay en este momento ante el Ministerio de Turismo- que yo pueda vender al público. Yo puedo ver el público, pero soy una agencia, no existe más para el mayorista minorista la reglamentación, sino que es un tema de facturación, entonces en este momento yo puedo vender ahora, luego así lo hago corro riesgo de que mis competencias, mi competencia, mis clientes, agencias de viajes me digan, “pero me estás compitiendo?” ¿Entonces este como un mayorista, no? como macro mercado y un minorista, o un o un supermercado en esa, pero el mercado tiende más a eso, porque? porque el consumidor, si no lo hace así, va a entrar en mi web, entonces como que se ha blanqueado esa relación.

I - Claro.

E - Sí, como que se ha blanqueado el tema de esa relación, pero no estamos en una, no hay un cartel, lo que sea abajo, que diga -”suba, acá somos mayoristas”.

Entonces en este sector, tenemos lo que es en la rendición más corporativo.

Mi familiar no va a venir a buscar un pasajero de la calle que va a comprar en J pesando no creo que compre en Madrid, pero en mi familia yo no quiero que compre a una agencia, quiero que me compre a mí.

I - Esta, es la batería de aéreos. ¿Qué hacen acá en aéreos?

E - Ellos están en comunicación con las compañías aéreas. A través de los GDS, que son los canales de distribución de herramientas, que tienen las 2000 compañías del mundo, más de 2000.

Y Sabre y Amadeus son las más importantes, porque en algunos mercados es más importantes Sabre, mientras que acá tienen más clientes amadeu.

Aquí hay un centro Sabre de distribución. Después estaba el Travel Port es otra que tiene una base en Argentina que es también, que algunas agencias lo distribuyen, que es donde el stock de cada compañía lo vuelcan a ese sistema para que se venda más fácilmente, y a los motores de las ventas directas del pasajero. Ahora la tendencia esa de las compañías aéreas estar directo con el cliente entonces están creando ese tipo de herramientas evitando la distribución, por eso tiene un costo de comisiones que se le paga a varios, a la tecnología primero, y después a nosotros, agencia, agentes, por ejemplo, antes era un 10% de la tarifa, de los impuestos, después pasó a ser 6 y un 3, ahora está en un 1 y un 7. Fue bajando.

Por ese lado no hay. ¿Entonces, cuál es el negocio? El negocio es consolidar, vender más. Entonces vas a la meta cuando una compañía con Copa, con Iberia a meta, pero esas metas son a mu largo plazo si llegas a esa meta, bueno, te pago publicidad te pago dinero para poder mantener los funcionarios, por eso están haciendo el trabajo que tendría que hacer la compañía aérea.

Entonces eso es lo que decimos, siempre se toma el que le vende más y el que gana menos.

El conflicto, es, este soporte para los paquetes que vende la mayorista y los boletos que vende sueltos, es decir, tiene dos perfiles. Pero es muy importante que que tenga condiciones, porque

si no tiene condiciones mi consolidadora, no no puede hacer paquetes atractivos, este, eso es todo lo que es expeditivo, no estamos hablando de receptivo aún

Y acá, y acá los que tienen estos chicos son, salen en contacto con la Agencia de viajes, y son todo líos. Recién estaba hablando con unos amigos: de los bonos de Iberia, que Iberia le dice que tiene que hacer por el Call Center, son personas de 80 años, no, entonces lo tomamos nosotros el bono, le hacemos el trámite, supuestamente hasta poder cobrar un fee. Pero no se cobra si te haces cliente y compras un servicio, o sea, ya entra la relación comercial.

Después, acá tenemos el área de servidores, y acá tenemos lo que es la batería de venta, la mayorista.

La mayoría, ese montón de gente.

Están trabajando online, Jefe de Producto, los que trabajan los productos, la Gerente de Operaciones, el Jefe de Ventas, todos estos son los vendedores que están en contacto con las agencias, algunos son especializados. Por ejemplo, una preceptora, están los cruceros, nuevos representantes de Royal Caribbean y Carnival.

I - Ajam

E - Y en aquello sector, minimamente en este momento, el receptivo, que es Mónica Rivera, nuestra querida, y una chica que venezolana que trabaja con nosotros que ella trabajaba en el Hilton de Caracas, y este, o sea que nosotros también hemos tomado personal inmigrante que han venido con información y conocimiento, y nos ha servido, este, y eso acá, Fernando Aguirre, en el tema de l capital humano se fija en conocimiento.

Y después, este, bueno, el gerente general y en aquel sector está lo que es la administración, porque en todo tipo de volúmenes necesitas una buena administración, sino tienes una buena administración, no sabes dónde está parado.

I - Total

E - Sí, sí.

Esto sería lo que es administración, y acá se hace toda la preparación de los cobros y de los pagos, acá están que están trabajando las 3, nosotros éramos una operadora de 97-98 funcionarios, en pre pandemia, y en este momento estamos en 47- 48, vamos a llegar a 50 y poquitos, o sea, que no vamos a crecer más, un 60% porque el mercado se ha reducido. Teníamos un departamento de marketing que ahora no tiene el trabajo que tenía, eran 5 ahora hay 2, secretarías para cada vendedor, no tienen el volumen, no están los secretarios, entonces el mercado se redujo, y se tuvo que reducir la plantilla.

I - O sea, ¿que podemos decir que la pandemia golpeó considerablemente a la agencia en este caso?

E - Sí, nos golpeó, pero fuimos una de las pocas operadoras que se mantuvo abierta desde home office.

Entonces estamos en un proceso de remontada, en proceso de tratar de recuperar los clientes pero el problema es que el mercado recién se está abriendo.

En mi caso, yo soy gerente de ventas y de promoción y estoy en la empresa, hace 35 años... tengo 44 años en el mercado.

Empecé en Sprint, que era una minorista, estuve 10 años, hice receptivo también. Ponele que el mercado tenía una 300 agencias habilitadas. Pero en realidad, el permiso del Ministerio de MT,

tiene también minibuses o sea, agencias que son transportistas que podían tener una extensión, entonces te distorsiona eso, porque capaz que es una agencia del Tala que hace traslado, pero es agencia de viajes que los traslada. Entonces este vamos a reducir el mercado, 100-150, 50 son del interior, más o menos, algunas están agremiadas en la Unión de agente de viajes de Interior, llamada Wabi, que tiene 20 años de existencia, las de Montevideo y algunas del interior, pero pocas están adheridas en la Asociación Uruguaya de agencia de viajes a Abu Dhabi, que si ya tiene 100 socios.

Este, y después muchas que no están agremiadas. ¿Que sirve de estar agremiado? Bueno, estar al piste de todos los problemas que tenemos. Es la relación con el Ministerio de Turismo en cuanto hay una Comisión de Receptivos de operadores que analizan los productos para colaborar, pero sobre todo en la parte comercial, o sea, como vendemos esto en el mundo, bueno, tenemos que viajar a tal feria, bueno se va junto a la gobernanza, sea nacional o sea departamental, porque Maldonado va Colonia va, son las 2 que se mueven más. Entonces lo que se hace es se sale al mundo a vender Uruguay. Audi integra también la CAMTUR, la Cámara uruguaya de Turismo. Yo fui vicepresidente de captura hasta el 2019. Por Abu Dhabi. Soy fundador del sectorial de turismo en INEFOP como representante de la CAMTUR hasta el año pasado. Todos cargos honorarios -se rie-, trabaja junto al Pit CNT, el sector gastronómico era el que estaba representado allí y sigue representado ahí, y el Ministerio de Turismo para ver el tema de capacitación al que va desde un curso de mozo, mucama, recepcionista, a uno de marketing digital, o de atención al Cliente. Son más bien transversales, es decir, yo no te voy a enseñar a vender crucero y nada porque no, no corresponden a INEFOR, corresponde fortalecer el empleo, pero vinculado al turismo receptivo, que es lo que trae divisas, no? Entonces este el sector de turismo tiene mucha competencia, pero también hay una mucha concientización de que la tortilla tiene que crecer

para repartirla la torta, entonces eso hace que haya mucho trabajo gremial desinteresado. En el sentido de aportar obra, trabajo, conocimiento y capaz que hasta estrategias juntas para poder vender mejor el Uruguay y se da mucho más en caso de esa estrategia, en lo expeditivo.

¿Por qué? Porque en lo expeditivo viene la compañía aérea, por ejemplo, Copa y dice, vamos a vender a Aruba. En este momento estaba con un curso online Aruba, que es presencial, y estábamos escuchando Alan por el mundo que estaba, haciendo una presentación del producto Aruba. Entonces junta a los cuatro o 5 operadores que venden todos los los Grupos al Caribe y hace ferias, eventos, entonces se llama Copa Vactation. Yo integro también en BC USA desde destinos de Estados Unidos, pero invierten en serio, yo fui a Chicago hace 5 años, fui el último delegado fuimos a una feria que se llama Po WOW, es un encuentro, ahora se hacen Las Vegas este mes, invitan, algunas son pagas otras, bueno, pero hacen trabajos en conjunto y fuimos 12 operadores.

Después, el Comité de Brasil, en ese caso es más más importante el dinero que recibimos de la Embajada para hacer una fiesta de la caipirinhia. Y en eso Uruguay va atrás. Quizás esperamos mucho del Estado y el Estado no lo va a hacer. El va a ser el marco, te compra espacios en una feria, pero después la movida, esa que hay que estar todos los días en un destino, no hemos propuesto, incluso este es un proyecto personal que se llama Comité Uruguay natural, utilizando la misma imagen, que justamente es eso de promocionar.

Uruguay todos los días con los que venden localmente y no ir una vez al año a una feria. Porque después se disipa y bueno, pero eso es un tema político y de no que esto no porque entra en choque con este, con otra no hay que hacerlo chau. Esto queremos hacer basta de esto ahora es gestión y no lo estamos logrando. Este, eso lo digo en general, si bien están, estamos en la remontada y estamos juntos, lo público y lo privado, porque es necesario porque nos han dado

ayudas, en el sentido empresarial, no aportes patronales, tratar de que entre más gente y todavía seguir en el seguro parcial, es hasta el 30 de junio porque el mercado se ha reducido, pero se ha reducido, no por que no tenga interés el cliente consumidor de viajar por el mundo, pero subieron mucho las tarifas, sobre todo de conectividad por el combustible y por la poca conectividad. Entonces las compañías aéreas que vendíamos boletos, por ejemplo, expeditivos Montevideo Madrid a 900 o 1000 dólares ahora querés viajar en mayo o junio, 2000 y largos, y entonces decis, pero qué locura, ¿que quieren? ¿recuperar lo que perdieron? Sí.

I - Se vieron muy golpeadas...

E - Claro, pero la ley de demanda. Pero por que te comenté y comencé por el lado expeditivo, porque esto es ida y vuelta, ese vuelo va a traer pasajeros. Ese vuelo regional trae pasajeros ida y vuelta. En mercado que no se alimentan recíprocamente, ese vuelo desaparece. Las compañías aéreas que no les sirve la ruta, la levantan y las levantan de un día al otro para el otro sin necesidad de tener un aval, como nos piden a nosotros los ministerios.

I - Montevideo-Miami no existe más.

E - No, no existe más.

Dejó de existir.

Entonces este, cuando nosotros queremos mostrar al mundo Uruguay, tenés que mostrar conectividad. En ese Po WOW que fui a Chicago, me reúno con la gente de Houston, Houston sí. Estaban interesados en el tráfico corporativo, y me dice, “¿no hay conexión directa? Ok, no nos interesa”. “Nosotros queremos con conexión directa y apoya motor, que sea como el directo. Non STOP”.

¿O sea, pero por qué? Porque saben que ahí está el flujo y lo manejas. Si hay más demanda metes otro vuelo, otra frecuencia, pero si no tenes, no sé qué decir, me llevan a Houston, vía Los Ángeles, Nueva York. No nos interesa porque no lo puedo ni cuantificar.

Entonces este estamos en un proceso de flotación todavía, y peor son los receptivos, porque los receptivos tuvieron cerrado, cerrado el Uruguay. Entonces no hubo eventos, no hubo nada, el que venía, venía por un problema comercial, justificado, engorrosamente. O por algo de salud de alguien, de un familiar o algo, no sé.

Argentina está conectado, conectado, quizás no aéreo tanto porque hay pocos vuelos de aerolínea, pero hay una conexión. Brasil falta mucho todavía entonces queremos traer paulistas y un vuelo de San Pablo aca 600 dólares, y capaz que por 800 se van a Miami o al Caribe. No se va a arreglar eso a corto plazo. Porque pensá, vos sos compañía aérea, también me pongo del otro lado, tengo una máquina en San Pablo y, Brasil explotó. ¿Están vendiendo más que en 2019, el nordeste, por ejemplo, pero al estar dentro salieron poco, se potenció el mercado interno, entonces tiene un turismo interno, entonces? Cuando me venían a buscar a mí y me cobraban a San Pablo 250-300 yo, vuelo directo, no les sirve porque de San Pablo a Recife, cobran 600. Sí me viene a buscar a mí, ya ir a Recife sale 900 lo dejé allá y hago un vuelo.

Nos ponemos en posición también de entonces, cómo se hace eso? Bueno, con subvenciones, un trabajo político mayor, depresión de la Cancillería y del Ministerio de Turismo, tratando de conseguir vuelos, intermediando con el aeropuerto para tratar de bajar las tasas, como hacen con los cruceros cuando llegan los cruceros a Montevideo, que se negocia con la Administración Nacional de puertos, los amarres con descuento, porque si no levanta la compañía. Entonces, se está en en la reestructura de toda esa malla que no es fácil.

Y también tenemos un potencial, mucho potencial, por ejemplo, yo te hablaba de conexión, pero Rio Grande do Sul tiene 30 millones de 20 y pico. Pueden cruzar en auto, en ómnibus, o sea, tenemos costas que les gustan en la parte de Rocha, o sea. Brasil, tenemos un gigante ahí para atraer gente. Tenemos que trabajar más las provincias argentinas. Todos derivan Buenos Aires. Al no tener más la pluma que iba a Córdoba, no tener la UER que iba a Córdoba o Rosario, eso se perdió.

Entonces, este también se necesitaría tener una compañía de bandera. O no de bandera, pero con funciones con una bandera como fue Amazonas, pero también levantó, pero Amazonas levantó porque le agarró la crisis. No pudo levantar este. Entonces, el no tener aviones acá, mira Peñarol ayer iba a Asunción, al no tener máquina acá no salía de acá, tenía que venir la máquina, vacía. Salió tarde en vez de venir a las 3:00 de la mañana se rompió, no sé que, vino a las 6, ya distorsionas un equipo de fútbol que tiene que estar descansando, o sea, todo lo que a una reunión de un Ejecutivo que va a una reunión en un laboratorio que fuese. No tenes maquina, entonces este no puedes prever... este, ahora todo lo que se pueda prever de charters que esos son charters. Hay cielos abiertos, yo puedo traer charters, lo hace el Conrad, por ejemplo. Nosotros hicimos chárter a Florianópolis, río, Bahía, Recife, en turismo cuatro o 5, jetmar también. Quisimos hacer lo mismo en julio porque ya no hay vuelos para julio baratos, económicos, y un charter no es que sea economico, puede ser elevado nivel y no se animan por la neblina, claro.

Porque tiene que ser de madrugada y siempre hay lío. Entonces, otra vez vuelve el mismo tema. ¿Quién invierte en el nuevo radar de anti neblina? “y no” te dicen, si es privado el aeropuerto, no, pero es para tu negocio.

Bueno, junten el Gobierno, junte a la dinasia, La Ministra de Defensa con compremos un radar, sale 20 millones bueno de dólares.

Pero ese tipo de macro es lo que hay que hacer para tener un turismo que sea sustentable, porque si no estamos... Dependemos de circunstancias cambiarias que crucen millones de argentinos.

Como ahora es al revés.

I - En realidad yo tengo una serie de preguntas, muchas cosas en realidad ya me las fuiste comentando, y como yo te contaba el el trabajo de tesis es sobre el turista en Montevideo.

Vos me decías que Abtour hace las dos cosas.

E - Exacto, nosotros somos multidesino, y de las dos formas.

Porque ahí, como te dije, tantas agencias, el mercado de agencias receptoras se reduce a menos de 20.

I - Sí, sí, bueno, me costó mucho a mí encontrar... en realidad hablé con Lares.

E - También, ahora está mucho con temas cabalgata y están afuera.

I - Claro, hablé con ustedes y después tampoco encontré mucho más.

E - Claro, está Adecom que más bien online, que son argentinos, están acá en la plaza libertad, está Personal que tienen mucho del mercado del sur de Brasil, está Daniel Reyes, que es un más fuerte en Brasil, pero más todo Brasil, San Pablo y Carioca porque representa una operadora CVC brasilera. Depende quien te alimente de pasajeros del exterior.

I - Entonces lo que ustedes hacen en cuanto al turismo receptor, es en realidad como armar paquetes y ofrecérselos las aerolíneas como para que no.

E - La aerolínea nos da un insumo que es del transporte, y nosotros metemos del el hotel, el hotel, que puede ser si es Caribe metemos en una cadena o inclusive.

Si es Europa, algún circuito ayer tuvimos a una representación de España de Guagua. La semana pasada tuvimos un almuerzo expeditivo con agente de viajes, que nosotros invitamos como representante de ellos de Iberostar, la cadena Iberostar. Ayer hizo una reunión nocturna a un after, el Gran Palladium, están viniendo. Y nosotros estamos dormidos en Uruguay, no salimos.

I - Y los paquetes que hacen para, o sea, entiendo son para turistas que quieran venir a Uruguay.

E - Eso ya se diferente, o sea, el nuestra página web triple www.abtour.com.uy es abierta al público tiene un ingreso como registro de agente de viajes, que los registros nosotros para lo expeditivo. Lo mismo hacemos la misma caratula pero cuando hay un receptivo, hay una carátula esté receptiva que lo ven del exterior y nosotros le damos una clave

Con esa clave identificamos que es un cliente nuestro, porque nosotros estamos ahí también jugando riesgos económicos, quizás hasta crédito le podemos dar. Todavía tenemos crédito sin cobrar del 2019 porque no nos pagaron. Entonces ahí ponemos los productos, los productos son: Sol y Playa, Termal, Histórico, Cultural, entonces lo vamos vinculando. Colonia, capaz que cultural un paquete que tenga algo del Maca, del nuevo museo o algo también cultural en Colonia como el icono de la Plaza de Toros, que está llamando mucho la atención en la región sobre todo, y después este servicio sueltos.

Servicios sueltos que implica? y bueno, son traslados del aeropuerto, paseos de la ciudad. Nosotros no lo hacemos ahí, tenemos prestadores, se los paso a LB tours.

La mayoría trabajan con algunos, trabajan con 1 co 2.. Si vos tenés un volumen considerable, tenés tú propio tu propia operativa, entonces pasas a ser Tour operator, o sea, si no, sos mayorista.

El Tour Operator es el responsable de la operación de que el omnibus o con con el audio bien, que tenga el agua correcta para dar este, o el servicio que tenga que dar el baño habilitado.

Yo lo que quiero, que la que el mi cliente del exterior venda el producto Uruguay.

Ese aereo no lo hago yo, lo hace el de su destino, porque negocio de esa manera, a no ser que sea un charter, entonces yo digo, vamos a hacer un chárter, un feriado, entonces yo voy con el vuelo para allá con pasajeros. A Río por ejemplo, los dejo y se van a Buzios, pero traigo cariocas, cuando vino el vuelo a buscar ese vuelo vacío trae carioca, entonces este, y eso se hacía mucho.

Se trabaja en cadena, porque vos ponele, trabajas con él a la aerolínea, pero a la vez, si es receptivo tienes que trabajar con un operador de Tours que esté acá, en Montevideo yo que es el que va se va a encargar de toda la gestión.

La gestión operativa misma, pero la gestión operativa también, pero también hago la comercial. No es ese el City Tour el que le cobra el servicio.

Me va a cobrar a mi el City Tour, el hotel lo mismo. Entonces en ese sistema yo también pongo tarifas negociadas que yo tengo con el Crystal Palace, con el Radisson Victoria plaza con el aloft, con él él, él, esa es una forma de.

Esa es una forma de trabajar, otra forma de poder tener del exterior es que prescindas de mi paquete, solo me utilices para pedirme traslado y paseo que hay, por ejemplo. Nosotros recibimos a Globalia. Globalia es un sistema que está dentro del Grupo de Air Europa, Barceló,

una potencia española. Entonces solo nos pide traslado y paseos y el hotel a el hotel lo compró en broker broker, un online este que llegan al radisson. Entonces yo no soy responsable del pago del hotel, es el del exterior. Se puede dar esos casos y cada vez se está dando más. Entonces el operador se está quedando con menos movimiento. Entonces, tiene que crear más, tiene que crear nuevos productos y esos nuevos productos son: aventura, la naturaleza. Cosas que que capaz que no están en el Online entonces tienes que volcarlas a informar, entonces vas en un desafío de innovación para el futuro de saber qué producto tenéis que crear.

Hay hay dos personas importantes, incluso la UTU utilizan mucho en la capacitación, tiene un una materia que se llama itinerario bueno itinerario es porque estás creando un producto en crear un producto para después vender, pero no es no quedarse en la teoría porque ese producto tiene que ser vendible, entonces lo que ha pasado en estos años es que han crecido muchos productos. Muchos destinos de Uruguay. Pero después no se comercializa. Está en la ruta de los jesuitas. Incluso es general de varios países. Florida trabajó incansablemente en eso. ¿Ahora quién quiere eso? A mí no me pide nadie que prepare una ruta jesuita, no sé que sea un grupo específico, entonces ahí es donde empieza a tachar el tema.

¿Qué tengo que hacer este? Como Estado tengo que motivar eso.

Para que tengas una idea, España el operador español... se piensa que en los años 60 y pico que Andalucía, Toledo, Sevilla, Granada, Torremolinos, Málaga se vendía así nomás. No, no se vendía, no era así. El Estado creó subvención, tal día se sale a Andalucía y quién va bueno, esto, si se venden los asientos, este 50% lo paga el Estado, lo subvenciona.

¿Sabes que en Uruguay no existen circuitos regulares y privados? O sea, hay circuitos y vos me lo pedis, yo te lo cotizo, pero no hay todo los lunes que comience un circuito en Colonia que haga Carmelo, que pase por las bodegas, que pase por anchorena, que siga a Carmelo, que

después al otro día duerman Carmelo y al otro día se haga Villa Soriano llegue a Mercedes Visite la UE PM y se vaya al Anglo como patrimonio y que siga el otro día por San Javier, Colonia rusa, y después siga paysandú como lloviendo a Europa, y termina en salto, entonces ahí dejo ese ómnibus, dejó a los argentinos que capaz que cruzan la Concordia y se vienen a Buenos Aires porque entraron por Colonia

O hago un hub que es un centro y sale un ómnibus que hace Tacuarembó y hace la frontera Rivera, y a la bajada hace lo que es de Durazno y Florida por ruta 5. Es un hub, bueno, eso lo hemos planteado al Ministerio porque no lo podemos hacer nosotros, o sea, lo podemos armar, pero después necesita el soporte para que eso sea continuado.

Y eso es creación de turismo nacional, que puede estar vinculado a tu ritmo receptivo. Pero el Ministerio fue por otro lado, fue por el lado del turismo social que se está hablando, que ya la administración hizo turismo social, pero el turismo social es como hicieron quinceañeras, tercera edad que lo hicieron.

No es turismo social lo que queremos. Pero incluso para los uruguayos, uruguayo que saben viajar en esos sistemas en Europa, no lo puede hacer acá, no existe. También no existe la Argentina y no existen Brasil porque no puedo entrar por Brasil y llegará a Uruguay decirlo, cómo puedo entrar por Madrid y termina en Roma.

I - Falta para ti motivar eso desde el Estado, o sea, desde el Gobierno?

E - Es el Estado, pero que hace el estado: muy bien te lo arma, te da un marco, pero te dice que le tenes que dar: ,un ómnibus de última generación para este circuito, que tenga accesibilidad para comprender a todos en el audio porque la gente no escucha y que tenga quizás una ayuda de sucive para ese ómnibus con un descuento de la patente que tenga quizás el hotel que esté

en el circuito un descuento de la contribución inmobiliaria, a veces no hay que ni poner plata, subvencionar, pero dentro de un marco, y cuando esto, este coso y que yo vea que me es redituable en el privado va a empezar a motivarse; es lo que hizo en España, pero no debemos hacer un copy pego y acá damos vueltas y vueltas.

I - Bueno, yo ahora te voy a hacer algunas preguntas específicas que tienen más que ver con lo que es el turista en Montevideo.

Yo sé que que ustedes hacen las dos cosas, pero bueno como para trabajar hace tantos años en el área que seguramente me puedas dar como alguna eh, nada, tu percepción sobre lo que es el turista en Montevideo.

I - Primero que nada, ¿cuáles crees vos que son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?

E - Sí, ¿primero acá hay dos temas que integran el marketing, no? Como nos ven de afuera hacia acá: nos ven como Uruguay y nos ven como Montevideo.

Acá hay trabajo, está concentrado en Montevideo, pero es la entrada. ¿A donde vas? a Uruguay, o a veces hasta se complican y te dicen Paraguay. Montevideo, pienso que está desaprovechado porque tendría que ser más marcado.

I - Sí, mucha gente se confunde, sí, sí.

E - Una vez. Yo soy docente. Soy de planificación y gestión desde hace 11 años en la carrera Técnico de Hotelería y gerencia turística, este... y salía de la ORT -Fernando Lorenzo estaba de ministro acá-, entonces vivía acá, entonces tomamos un taxi, estaba lloviendo. Yo ni lo conocía, subimos juntos, nos pusimos hablar de turismo, me dice: "Olvidence de Uruguay tiene

que promocionar a Montevideo, porque Montevideo, -siendo ministro-, es el que abre la puerta para todos.”

Hay que insistir en la imagen de Montevideo, porque nos ven como una ciudad manejable, chica, segura todavía, pero cuando digo seguro no implica solo seguro de de físico, sino seguro en todo, en lo natural. Eso lo aprendí de una visita que hicimos la Cámara a Tabaré Vazquez. Nos recibió para el cambio de la hora, que nosotros queríamos para hacer más cubiertas del verano, para la gente no se quedará en la playa esta tarde, y que se perdieron un turno, no relajaron todo, pero era verdad, daba más empleo y jodíamos las vacas. Y Tabaré nos dijo “La seguridad implica a todo, todo, todo, todo, desde el agua, que perciban que que en medioambientalmente estamos esté en lo correcto, por más que tengamos dificultades, no, pero la percepción es lo que vende”. y yo vendo Egipto porque me acuerdo de los faraones, dije.

Entonces hay que trabajar en eso para llegar a ese turista. El nuevo consumidor quizás busque también la imagen de entonces hay que vincular a Montevideo con lo natural, que vaya si lo tenemos.

En el oeste de Montevideo están los humedales y a 10 minutos de Montevideo, a 5 minutos, tenes un verde como el campo club de golf, que aunque no vaya a jugar golf es verde y eso no lo tenes en muchas ciudades a 5 minutos del centro.

Entonces, también vincular que Montevideo tiene incluso en la región metropolitana, el tema enológico, con la bodega. O sea, qué es lo que compran los cruceros cuando llegan, no se vende tanto un City Tour. Los brasileños y los argentinos van a la bodega, claro, compran bodega. El entonces vincular más Montevideo, si bien es urbano. Montevideo como manejable y seguro, vincularlo con la naturaleza, este más tenemos una hermosa costa.

La Rambla, está desaprovechada.

Te digo más, trabajé cuando estábamos en la captura con gente del BID que vinieron ya con los proyectos a futuro. Y una de las cosas que nosotros visualizábamos es que hay que hacer más infraestructura por el cambio climático en la costa, porque yo puedo tener un parador, una inversión que bueno, a veces es municipal y después lo terciarizan, no en Maldonado, en Canelones, pero Montevideo también creo que tiene el mismo sistema, pero nadie invierte porque tener un mes y pico para dos meses 3.

Entonces hay que facilitar inversiones que tengan estructura. ¿Eh? ¿Capaz de una piscina al lado del mar una piscina? Es decir, sí, pero es cerrada entonces, capaz que en mayo puedes seguir vendiendo y vos vendiendo el el chocolate y leche en vez de la cerveza? Ahí, si un inversor va a ser.

Entonces hay que cambiar y tenemos una Rambla que es para explotarla

I - ¿Y entonces vos crees que en realidad el turista, el que viene a Montevideo, viene como para conocer todo eso más que por trabajo, por ejemplo, or motivos laborales, este es más turismo de ocio?

E - **¿Estamos hablando post pandemia no?** porque esto trajo mucho virtualidad, entonces yo soy empresario y no fui ahora al Congreso de grúa, lo vi online.

Entonces yo no sé el desarrollo que va a tener de aquí en mas, entiendo van a ser híbridos.

Yo doy las clases online. Entro al salón, y la camara me sigue. Me sigue cuerpo entero y quede asombradísimo con la plata que dice que salió 40 salones a 2000 dólares.

Y en ese caso, bueno, y eso las empresas no gastan en los boletos y pueden hacerlo hibrio, pero me parece que de cualquier manera se tiene que hacer el evento.

Y aparte, ¿hay infraestructura para hacer congresos de Montevideo? Quizas es una pregunta interesante, por ejemplo un Iberoamericano hay que analizarlo, quizás Punta del Este, pero Montevideo...

Porque los regionales, son 2000 personas, internacionales ya 5000 capaz, pero estamos hablando de que había congresos de 15 y 20000 personas, no entran

Entonces, este... ¿porqué estuvimos a favor del Antel Arena? Poruqe se le iba a dar una flexibilidad para eso y al final no. Lo está gestionando una empresa que trae deporte o recitales, se han hecho algunas ferias, muy pocas, como que al final no ha salido.

Yo fui al McCormick de Chicago y éramos 6000 mil personas, y de pronto, en una hora trajeron a los 10 espectáculos de Broadway de Nueva York que estaban mejor taquilla y vino el hijo de Michael Jackson, mientras almorzaba, yo no podía creer... y los llevaron de vuelta con chárter a Nueva York porque tienen que seguir con la la función en la noche.

Y acá para llevar 3 tamborileros a una murga, a un evento internacional, un lío...

Nos falta un poco todavía.

I - ¿Y bueno, hablamos un poquito sobre esto un rato, pero crees que Uruguay también es reconocido por su marca país? ¿Cuál consideras la marca país más firme, por ejemplo, en los eslogan que nos caracterizan? ¿El turista que viene conoce lo que es Uruguay natural?

E - Sí, yo creo que el eslogan de Uruguay Natural, si bien no se está utilizando tanto en esta administración dudan en cambiarlo siempre. Es más, viene de la época de Bordaberry, lo tomo politicamente una administracion del Frente Amplio y lo mantuvo, lo tomó ahora esta

administración y lo mantuvo. O sea, eso es lo que hay que lograr. En turismo hay que lograr políticas estables y nacionales y no partidistas.

Entonces cuando se hacen estos cambios hay que analizarlos muy bien. Hay un asesor muy bueno nuevo en el Ministerio que es Nardone, fue presidente de ICA, que ICA de todos los congresos del mundo. Fue presidente de de todos los que analizan congresos del mundo. Es una organización muy poderosa y tiene muchas ideas como para poder este evacuarlas y deben estar hablando ese tema, si cambiarlo o no, pero yo creo, creo que hay que seguirlo que es lo primero, después otro slogan que se utilizó mucho por Montevideo era “Montevideo Te invita” te invita a relajarte, te invitaba a disfrutarlo, te invitaba a un montón de aspectos y eso también es lo percibe

I - Pero entonces, o sea, ¿sentís que el turista que viene de afuera como que lo conoce? ¿o como que no, no llegamos todavía a hacer la promoción, quizás como para?

E - Yo creo que lo conoce más el extra regional que regional. El regional viene muy sin sabiendo por qué vino: el brasileño paulista porque tiene dinero y vino a comer un buen churrasco y a tomar un buen tannat y se olvida de Uruguay Natural o no, pero un canadiense lo analiza más, a un europeo lo puede analizar.

Yo recibí japoneses porque vinieron a ver la llamadas Claro, los analiza si la gente que estaba estudiando antropológicamente la música, vinieron aca y a Paraguay y querían ir a una llamada, no querían ir a ver las llamadas como desfile, querían introducirse en el mundo afro y bueno, lo llevamos a 3 ensayos. Vieron cómo se pintaba las chicas para desfilas con que era la bandera, no entendían nada pobre japoneses. Lo llevamos a una comparsa 5 años hay una comparsa que estaba en el movimiento 26 de marzo está en la foto del Che enormemente así, en el salón y le sacaban fotos. Pero...

El otro día hablé en un programa Argentina de radio que de turismo y era sobre el carnaval, de la región. Entonces empezamos con carnaval en Buenos Aires, Salta, Jujuy. Descubrí carnavales que no conocía, incluso Concordia mismo, Gualeguaychú y más folclóricos los del norte y bueno, llegar a Montevideo.

Entonces me hacen una pregunta, después que habíamos hablado, “Bueno, entonces carnaval, podemos ir a Montevideo y estar el lunes y martes”. ¿Y cuándo es el desfile? ¿No? El desfile ya fue. “¿Cuándo fue?” “en enero”. Ah, bueno, “entonces vamos las llamadas”, “las llamadas ya fueron, el 2 de febrero”... me entiendes? Entonces yo tenía que salir al aire amortizando esas negatividades, porque si vienen el Carnaval, cuando tienen el feriado?

Entonces sí, cometemos muchos errores. Entonces les dije, bueno, pueden ir al teatro de verano, y después yo no conseguía entradas. O sea, yo no consigo una entrada al teatro verano, yo, comercial para meterlo en el paquete. Y yo compro entradas al Louvre, hago así PIM y ahora entro y te compro. Entiendes?

Inventa algo, ¿me explico? Inventá algo, no se, un corso, algo.

I - Y decime, ¿existe una época de mayor concurrencia de turistas a Montevideo?

E - Si la temporada estival era la de baja temporada, ya las últimas tendencias eran de que ya no era tan baja temporada. No sabemos por qué porque si vienen por sol y playa, más bien se van para el este, pero la ocupación de Montevideo los últimos años fue creciendo. Y no es porque la gente venga a hacer playa a Montevideo. Quizás por precio, porque hacen la base Montevideo y hacen un Tour a Punta del Este y hacen un Tour a Colonia, pero el hotel le sale menos que ir en la temporada porque habían subido mucho los hoteles del Este en el 2018 2019.

En el futuro, yo creo que el Montevideo se disfruta más en un otoño o se disfruta más que una primavera. Entonces tendría que ser la alta temporada del turista estándar o clásico, que no es la alta temporada para nosotros.

Pero Montevideo entre mayo y octubre tenía una muy buena temporada de eventos. Entonces levantaba el nivel. ¿Son turistas también? Sí.

Entonces podría decir que tenía dos temporadas, o sea, la temporada de eventos, que en enero no lo va a tener y la temporada clásica de visitar Montevideo, pero no vinculado al sol y playa. Entonces ¿quien busca ser pasajeros? capaz que más actividad cultural.

Entonces ahí también está fallando Montevideo, por qué no llegó a la práctica algo que ya está autorizado, que es el funcionamiento del Buró. Hubo algunos intentos Buró de Uruguay, es publico-privado, está autorizado, se llegó a los votos de la Junta de la anterior administración. pero hay que ejecutarlo. Interviene la asociación de hotelería, gastronómica, transportistas también entonces, es un Comité Ejecutivo de 6 o 7, no mucho más.

Y lo que hay que hacer es cobrar una tasa, que se decía que iba a alejar al turista de Montevideo.

Pero hay que cobrar una tasa, vos llegas a un hotel en París, y tenés un mapa. Si, gratis en la recepción, te llevaste los que quieras y te armaste un paseo. Acá, para conseguirlo, es complicado, tenes que ir a la intendencia, o el gobierno nacional.

Si eso lo dejas que lo trabaje, pero a su vez esa comisión que seguro trabaja en fomentar venir a Montevideo por las razones que sean. Por ejemplo, si hay un evento de un Congreso, va a trabajar en en ganar ese Congreso que lo está haciendo, cuando sale a ganar congresos para Uruguay.

Lo hace de otra forma, con el apoyo estatal, este mira figura del Congreso, van a tener apoyo ministerial el departamental de interés ministerial y que tiene bueno todos los insumos que se alquilen van sin IVA porque es cuando hay un interés, los prestadores pueden descontar IVA sobre este?

Ahora por por se descuenta IVA porque no se bajó eso para tratar de fomentarlo, pero antes era por el lado de los permisos.

Y eso, hay que trabajarlo más y ahí sí. Vas a tener picos, pero a niveles más todo el año y tenes el tema de las épocas.

I - ¿Qué actividades son las que más le gustan al turista? Me contabas de las bodegas...

E - A mí me sorprende que el regional le interese la bodega también porque tiene bodega. El argentino va y tiene una hermosa bodega, hermoso vino, los brasileros caáz que le puedo llamar más la atención, pero este es en general las bodegas. La visita del día de la bodega. Hay que tratar de abrir más las bodegas para el perfil del turismo nacional, para que el uruguayo también participe.

Y también nos parece que la tendencia post pandemia es vincular las actividades de la bodega al cliente a ver: Yo sé que eso se puede dar en la vendimia. Pero buscar la forma de que participe en algo claro, y que quede marcado con que queda marcado y lo recomienda.

El dueño de Surviland, que es una operadora que nosotros representamos a más de 30 años, que vende toda Europa, Fernando Otero puede ir a cualquier bodega de Portugal y de España, imaginate tiene palco en el Bernabéu, hincha muerte real de Madrid. Él viene a Bouza a crear su vino. Viene a hacer su vino porque Bouza, tiene un programa donde vos en la vendimia es

decir, bueno, me voy a llevar 100 botellas, pero quiero que lleve mi nombre, entonces lo embotellas y te lo llevas.

I - O sea que esa es una actividad que no hay....?

E - Están, hay que incentivarlas.

Eso eso te digo por respeto al producto. Bodega otro producto que llama la atención.

Y aún en los regionales voy a decir, no puede ser, pero lo vivimos. Es el el deporte del fútbol.

Porque tenemos el icono del estadio centenario. Me acuerdo que trajimos una vez unos chilenos, un grupo de chilenos, gente de viaje y periodista y nosotros tenemos todo armado en donde está el estadio y nos dijeron que no querían pasar, querían entrar, el Museo queremos, porque nosotros nos parece, no?

No lo incluimos. Esa es una hay que incluirla más.

Esas buenas hay que explotar más por el lado de la temática del deportiva, pues me parece que también es una tendencia nueva al consumidor vincularlo por ahí.

El turismo, también es panorama.

¿Qué panorama tiene Montevideo? Es así, si tenemos la unidad de 105 m. Bueno, La Rambla.

La Rambla tiene que ser más potenciada y me parece que la ven, pero la ven poco y hay que hacerla mostrar más.

Y, se volvió al cerro. La mejor vista de Montevideo el lugar de la mejor luminosidad para las fotos es el reflejo de la bahía. Y en toda ciudad, lo más alto de los más caros. Como barrio residencial y acá hay más barato. Con el mayor de los respetos de las inmigraciones que llegaron construyeron el cerro, no se podía subir al cerro.

Hace más de 10 años que nos no estaba subiendo el cerro recién hace un mes o dos meses en Montevideo pudo, sí, pero tuvo que tomar precauciones. A la hora de subir patrullaje arriba.

El último grupo que subió y los robaron a un crucero le robaron a todos. Al bajar se llaman los pasaportes, le robaron a todos. Si eso fue un grupo de EGA hace más de 10 años y no hace subió más, entonces el Estado hace en el cierre del año en la fortaleza de Santa Teresa con la Cámara.

A mí me encanta la historia. Entonces agarró al Coronel, que está encargado de la fortaleza de Santa Teresa, que es el del Cerro. ¿Y le digo, usted sabía que la bandera Argentina flameo primero en el cerro que en la Plaza de Mayo? No.

I - Sí, claro, hay que descubrirlas.

E - Hay que descubrir esas historias.

Y las hay, pero falta.

I - En cuanto a los precios, en general ¿el turista se asesora en cuanto a los precios antes de comprar? Lo enganchó la otra también, que en realidad es qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo, es decir, el precio versus lo que se ofrece, o sea, ¿cómo ve el turista la relación calidad precio?

E - Lo que son los insumos de los servicios de traslados, paseos, están adecuados al nivel internacional, pero adecuado en cuanto a precios y en cuanto también a lo que es este, la la calidad del servicio.

Después, por el lado de la Hotelería. Está también adecuada.

Que en este momento, si voy a decir Argentina, que barato, que está Argentina, a ver, pero pedís un hotel no está barato, claro anda un hotel del centro Buenos Aires está 80 y 100 dólares. Si vas a Recoleta más de 100.

I - O sea, que está barata la ida en el buque, pero no así la estadía.

E - Y no tanto, porque también si vas de buque avión te cobran. Estaba económica, vía colonia.

Ahora hay una promo de 2 por 1 y, bueno, entonces amortizas pero ciento y pico de dólares.

¿Entonces, este está adecuado? Lo que es la hotelería está adecuada.

Lo que es la comida, la gastronomía. Hay de todo, pero también el consumidor sabe que hay de todo, como yo voy a otro destino y puedo comer un bauru. O puedo comer en una churrasquería o una bocata en la calle de Roma. O ir a sentarte un restaurante y comer pasta.

Si tomas un café en la Playa San Ignacio tocando con la arena los pies te lo van a cobrar el café ese 500 pesos claro, pero tómalo en el supermercado devoto de la Roosevelt -el otro día lo tomé, estábamos visitando agencia-, 200 pesos.

Entonces depende donde vaya. Lo mismo en la comida, pero los promedios están adecuados.

No incidimos en eso. No puedes incidir. Entonces estamos carísimos, cuando vos haces un paquete del Caribe o Europa. Más o menos del 50 % es el ítem aéreo con tasas e impuesto.

Acá es al revés. Un Paulista, que viene para acá 20% de servicio y 80% del boleto.

I - ¿Cómo considera usted que ven los turistas con encontrar seguridad?

Me decías que en realidad seguridad no implica solo el tema de la seguridad física, sino todo, este, y consideras que el turista lo ve como un lugar seguro, o sea, en ese sentido.

E - Implica el estar atentos a... yo sé que en cualquier ciudad del mundo, llegar Nueva York tiene gente durmiendo en la calle. Pero también incide todo ese tipo de cosas de la percepción. Puedes tenerlo por la Rambla y después camina por Colonia Caribe a cuatro, durmiendo en Rondeau. Entonces va a decir “Che, que lindo, que esta Montevideo, bueno, pero vi pobreza”. No puedes encerrar a esa gente, pero hay que tratar de trabajar como Montevideo en todo, no, “eso del MIDES no”, “eso de la intendencia”, “no, eso de la policía”. Lo mismo con los robos, o una rapiña. Rapiñan un crucerista y es un problemón porque el tipo a veces ni denuncia porque no se le fue el barco. Bueno, desaparecieron todos los policías turísticos, ya no hay más. No, no existe la policía turística ya del año, la administración de de Bonomi.

Y nosotros insistimos que tenía que haber una policía turística, para ayudar al turista.

I - Claro, sí, sí, sí, sí.

E - Este por eso es toda la línea, pero a veces no pasa solo por la seguridad física.

Nosotros detectamos en el INEFOP que había personal de museos de Montevideo que no sabían idioma portugués.

¿Y sabes que no pueden hacer el curso por por INFOP? Nosotros tenemos cursos de inglés y de portugués de distintos niveles, no porque son empleados municipales, tienen que hacerlo porque esos son fondos d e de tu sueldo. Tienen que hacerlo por oficina Civil..

I - Bueno, en cuanto al trato, consideras también el trato con los turistas sin importar de dónde provengan esos esos turistas?

E - Si el anfitrión, el Montevideo anfitrión. Por supuesto, lo que está vinculado al turismo están capacitados para para desarrollarlo.

Igual es más capaz del lado del turista cómo es el el trato de examen o por quién viene, no por quien recibe.

En los regional, muy estandarizado, quizá si hay alguna aprehensión increíblemente al Chileno. Al chileno por que porque el chileno no da propina. Si hay una mesa chlilena y una mesa de brasilero y el mozo va a atender primero al brasilero posiblmente.

I - ¿Hay ahí como un comportamiento generalizado?

E - Como lo hubo en un momento también con los porteños, estuvimos cuatro años en puente cerrado. ¿Entonces la gente preguntaba, de dónde son? de Córdoba a los atendían, y si decía de Buenos Aires...

O si decías que era de gualeguaychú, Entre Ríos también.

Eh, y después el otro tema es el idioma, si vos no estás preparado, no, capaz, que no puedes atender.

Vas a tener igual porque la diferencia va a ser de aquí en más que vas a tener que tener estándar de calidad, pero tienen que unico a la calidez, que eso va a hacer el plus.

Calidad van a tener en todos los destinos. Porque vienen acá y no van al gran palladium de Dominicana? Allá te van a atender hasta mayordomo. Sin embargo vienen a un hotel de cuatro estrellas.

Entonces yo creo que al pisar ya Uruguay te lo dicen los turistas, sienten esa calidez, hay que explotarlo más.

I - Va de la mano con la siguiente pregunta, ¿qué buscan que el uruguayo perciba?

E - Por eso, ahí en curso, curso que 2 por 3 se hacen a nivel de eso, más bien municipal, “el anfitrión de la ciudad” para concientizar que una cadena de eslabones pasa por ser amable, que no es ser servil.

Yo preparo el paquete, hago el producto, los llevé a una feria junto con el Ministerio y privado, vamos a San Pablo, el Ministerio para el diario El fin de semana en Montevideo.

Entonces ahí se vende el pasajero paso a la Feria. Vio el aviso en el diario va a una agencia minorista. Llega la agencia minorista de barata piscina. Y dice “Montevideo, quiero ir a un buen churrasco cuando puedo ir?”

Entonces ese agencia minorista se contacta con el mayorista, si es que tiene relación conmigo va el mayorista brasileño, mayorista brasileño, me pide pasajero.

El campeón va a llegar a Montevideo, entonces yo acá en la interna hago y se trasladista para ir a buscar el aeropuerto, una guía hecha el hotel este paseo a Punta del Este plan viene pasajeros, llega.

Lo va a recibir da 20 de propina.

Fue a un restaurante, cuando llegó compró una artesanía acá en el Museo de los artesanos llegó y todavía no hizo la nocturna de candombe y tango. Todavía no fue a Punta del Este, que hay choferes guía.

¿Cuánta gente se mueve?

Eso hay que hacer comprender a doña Pepa para que lo entienda, ue esos 20 no estaban acá. Entonces ese tipo con 20 pesos, capaz que hoy compre una entrada al básquetbol, va a ver aguada goes con el hijo.

Mira todo lo que disparó y eso se lo hacemos de entender a los estudiantes que van a ser los futuros profesionales.

I - También me decías que en realidad el idioma a veces es como una limitante, no?

El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en el lugar que se visita, tiene facilidad para hablar español, intentan siempre llevarlo al idioma de ellos, ¿cómo es eso?

E - No el extra regional habla el inglés, o sea que tenes que tener un guía bilingüe para que haga fe feedback este... y en el caso regional, al brasileño es difícil hablar español, entonces tienes que hablar en portugués, o portuñol.

Porque después en el español hay que andar con problemas de modismos. Hay que entender palabras, sobre todo los que están en línea de venta.

I - ¿Y con el europeo?

E - En que es europeo el español en español, pero lo demás este es inglés, a no ser que te pidan específicamente un francés que venga, un ruso, ruso alguno habla inglés.

Vienen japoneses.

Japonés hay dificultades, porque depende que tipo de grupo japonés venga, porque sabes que? el chino es marabunta.

Cuando vienen, tenes que tener todo calculado en los hoteles con QR, pero el idioma puede ser Mandarin o puede ser Cantonés, porque mandarin es el popular, el cantonés, de determinado nivel. No hay guía en cantonés acá al tener guía de la Argentina.

Tenes que tener agua caliente, ellos toman agua caliente permanentemente, agua caliente.

I - Hablamos hace un ratito de esto, pero en realidad, ¿consideras que los turistas eligen Montevideo como destino final, o es más como una ciudad puente para llegar a otros lugares dentro del país o fuera?

E - Este 80% es base. Es Para venir acá para venir a Montevideo.

El que quiere plata, va a Punta del Este directo.

Y esta el otro que combina, combina como te digo, los precios, se queda acá o combina alguna noche Punta del Este, pero siempre va a ser Montevideo y siempre va a ser, quizás Montevideo.

Más noche porque más noches éste le da más posibilidad de hacer cosas. Por eso tener que tener cosas.

Por eso, seguro fundamental, porque le puedes dar siempre la intendencia. Dale un espectáculo de solis free que haya.

Si bien hay Wifi, hay Wifi acá en 18 para el turista. Pero si voy para Mercedes no hay.

I - ¿Y el tema del Buró que le implica entonces al Gobierno? ¿Qué tipo de gasto o subvención les ninguno por eso?

E - No nada, los jerarcas es poner una persona a trabajar. Y este, pero está demorado, eso no porque cómo vas a poner ahora que está en la reactivación.

Maldonado no me acuerdo si los llegaron a aprobar, pero tenía dudas, Maldonado se maneja de otra forma. Maldonado dio muchas generaciones a los hoteles, la intendencia acontecido no acá difirió pago, pero Maldonado... Si vos tenés abierto todo el año y tenés tanta plantilla, cosa te bajan, te rebajan la contribución para favorecer.

Montevideo no tiene tanto eso, pero tiene espacio del estacionamiento. Por 3 M me tienes que dar 10 habitaciones, 10 noches al año. Entonces, Montevideo recibe una delegación cultural o lo que sea y va cobrandose de eso. Por eso, Montevideo, la intendencia utiliza, o sea, es recíproco.

Debe ser idea y vuelta.

Es raro, porque en realidad, si se Junta con vos decías 6-7 agentes para para como para armar ese Buró, en realidad le sirve a todos, como que no hay mucho motivo o razón para cómo cuidarlo para atrás.

Pero todo lo que lo que se haga y se estructure tiene que ser a un mediano plazo, que de los tiempos de promoción, claro que los errores también cometen, que y después no se pueden distribuir y no hay tiempo de promoción

Este fin de semana en la maratón de Montevideo. Yo ni me acordaba la maratón, pero tenía que estar en los paquetes. Tenía que estar.

El el papel y el rol de la Agencia de viaje y el agente de viaje es fundamental en todo esto y lo que piensan muchos jefes es que es un es un eslabón que está entorpeciendo, encareciendo y no.

Al contrario.

Si vos me pedis para ir a Río, Ahora te doy la información, te doy todo, aunque no me compres, no te puedo cobrar hasta que digas que si o que no.

Si me vas a venderte para ganar una comisión.

Primero hay que ofrecerlo.

Claro, capaz que hay que tratar de ir también traer, incentivar más, traer más youtubers. Las nuevas reglamentaciones -ya se está haciendo- pero incentivar eso porque parece que ha crecido eso.

Se trabaja en el marketing digital y si o sea, o sea, una parte interesante del trabajo de esas personas es mostrar desde el lugar, es hasta cosas hasta y bueno, es como una forma de hacer llegar.

De Moré. Álvaro Moré. Que trabaja muy bien el marketing es la Agencia que entiende el Ministerio de varias administraciones. Han trabajado con eso, pero trabajan a nivel nacional, ahora vos poder hasta saber hasta de que celular estuvo haciendo la consulta el interesado, entonces sabes el nivel económico, por ejemplo.

Entonces, bueno, este pasajero estuvo buscando cosas de fútbol? pasarle las finales de la conmebol.

ENTREVISTA 4 -

I - Bueno, antes que nada, agradecerte Fede, se que tenías un día complicado, que estaba resolviendo cosas. Yo te había comentado que el trabajo es por turismo, más bien receptivo, de Montevideo.

Queremos en realidad identificar bien cuál es el fenómeno de Montevideo como ciudad turística y, más que nada caracterizar lo que es visitante, quien llega a Montevideo

E - ¿Porque llega?

I - ¿Claro, quisiera, a criterio tuyo, sobre todo por tu experiencia en hotelería en agencias y demás información, porque cree que llega la gente a Montevideo?

E - Sí, por supuesto. La gente a Montevideo llega, por distintas razones. Pero no por muchas más que en otros destinos. ¿No? Yo creo que la las más destacable, por decirlo de alguna manera, de ser, aparte de turismo, el turismo de 3 noches, una en Colonia una en Punta del este, o dos en Montevideo, una en Colonia y full day en Punta del Este. ¿Y porque ese es el estereotipo? Es el promedio de noche que el extranjero ahorita, Montevideo, Uruguay puntualmente, no?

EH, Después, en segunda instancia, corporativo, tipo instancias también relámpago, de una a dos, tres noches de Argentino, Brasileños o personas de otras partes del exterior que vienen acá a desarrollar un negocio o como técnicos, hay mucha, hay mucho tecnicismo de personas que vienen a arreglar máquinas, que pasa Uruguay, como no es un país que desarrolla sus propias máquinas, todo se importa, por ende, viene mucho técnico, arreglar máquinas corporativas.

Después tenés más empresario que viene dos, tres días a resolver problemas y que viene a trabajar con clientes. O sea, eso es como. Más o menos las Corporativos más identificados.

Después otra forma parte de congresos, reuniones, que ahí tienes un espectro muy grande, puede tener. Qué pasa. Uruguay no es un país, que tenga ferias de alto impacto, por ejemplo, como tiene Perú que hace es el quinto año consecutivo sin contar pandemia, que es el país, Eje de reuniones en Latinoamérica, número 1, no?

Sin embargo, Uruguay creció bastante, mismo parte de desarrollar las convenciones de Punta del Este, la sala de convenciones de Punta del Este, es para poder motivar e impulsar ese tipo de turismo que deja muchas divisas en Uruguay, porque viene gente de todas partes del mundo y viene con esa vorágine de gastar, gastar, gastar, gastar. Se queda por 3 días, todo paga la empresa y que es todo con viático. Y le viene al hotel, le viene divino al destino.

A Montevideo. yo después creo que más razones que esas... porque no tenés un destino, aventura.

Es un destino...

En realidad no es algo que, el destino termal es, más que nada para para un nicho más local, más de turismo interno, pero creo que está ahí.

¿A una segmentación de Argentina, qué cruza, de Brasil que cruzan para lo que es la parte salto y paysandú?

No tenes, montañas, poniéndolo, no tenés un turismo de montaña, tienes un turismo más de... ahora se está dando muchísimo la tendencia del turismo ,este, aventura, pero no aventura cómo se llama de Trivia, Metria? de trekking, tipo de caminatas de, de senderismo, el tema de ojos azules, por ejemplo, la parte de la mina de minas lavelleja, la parte de sierras. Creo que eso se está potenciando muchísimo. La escala, la escala de sierras y como experiencia.

Las estancias turísticas también, que se llama turismo rural. Y viene creciendo, exponencialmente, es más, se está desarrollado muchísimo el tema de las estancias de turismo, con complementado... complementándolo con bodegas, viste más que nada en Colonia y por bodegas la experiencia de chacra y después todo lo que es una parte de lo que sea. Río Negro, Treinta y tres, de Florida, el turismo de chakra o rural.

O sea.

Que se complementa con la caza también. ¿Verdad? ¿que está un poco medio, viste? Mal visto, pero hay un, hay un nicho de caza muy interesante. Después, a nivel deporte, sos un país bueno, es una de las segmentaciones también, por ejemplo el este año creo que hizo el Mundial femenino sub 20 Libertadores, y eso también convoca, por que quieras o no, te trae todas las jugadoras de Latinoamérica que participan en el campeonato

Y se quedan por estancias mínimas de 20 noches, 15 noches, dependiendo la ronda de lo que ganan y pierden. Viste? Pero las que llegan a semifinales o finales se quedan 20 días, te digo por experiencia de darles de comer 20 días seguidos. Después, hay a nivel de deporte también.

Hay otros otros Impulsores, presidentes de asociaciones, por ejemplo, la de ajedrez, que me acuerdo, que en 2018 hicimos el campeonato, ajedrez sudamericano, Y convocaron 1000 personas o 1500 personas por 10 días, tipo para el país... Eso tipo, obviamente hay un montón de respaldo por parte del ministerio de turismo, del de deporte, que para poder ayuda a fomentar ese tipo de actividad, exoneran, o capitalizando cierta parte, invierten en cierta parte de la organización, ya sea con el pago, las comidas, una comida, todo lo demás. Si fuera con tíquet.

I - Y específicamente, por ejemplo, si tuvieras que decir, hoy me decías que no es tanto el los motivos con respecto a otros destinos. ¿Competitivamente si tuviese que decir cuáles son las ventajas competitivas que tiene Montevideo con respecto a otros destinos.?

E - Y ta a nivel precio seguro que no.

Uruguay a nivel precio, el ADR que es, el promedio de tarifa, la tarifa promedio a nivel “roomnight” es cara, creo que estas en 78, capaz con esto de pospandemia me estoy yendo de

tema, pero desde que yo estaba en la escuela, en la escuela de hotelería. Estaban 78, 75 más o menos.

Nivel Uruguay, versus, capaz un 60 Argentina, con 58.

A nivel seguridad es, Punto más fuerte que tenemos, un destino que, si es, así vengas por turismo o por deporte, o por no sé qué, es lo que más defiende, es decir, porque se puede salir con el celular en pleno centro o en pleno barrio pocitos, Punta carretas.

Por decirlo, ser más gráficos de traerlos a una una realidad, que es lo que, cuando alguien va a fomentar el evento o la inversión o el turismo en Uruguay, habla de la seguridad como como primer término.

La costa de Montevideo. Creo que, que la capital tenga costa, creo que es tremendo puntapié. La tranquilidad de no tener la vorágine, por ejemplo, de ciudades como Rio Janeiro, Buenos Aires, Santiago.

Donde todo el tiempo hay bocinas, donde puedes estar mucho más tranquilo, estando acá en Montevideo, en la parte más “trade” inclusive.

No somos un destino de compras, por ejemplo, no tenés oportunidad de compras acá, pero como para poner los precios contra no come se me vienen ocurriendo, ahora vamos a hablar.

Que va la mano con que tampoco somos baratos, pero tampoco tenéis, por ejemplo, yo qué sé. Yo voy a Argentina, que es un estilo de compras y los.

Champiñones me terminan saliendo ponele lo mismo que aca, pero todo lo demás no.

Y hay destinos que capaz que todo es caro, pero tenes dos o tres... la más nafta es barata, por ejemplo. Si vas a Colombia todo te sale los mismo que aca, pero la nafta te sale \$2, por decir

Boludeces. Por ende, todo lo que es transporte es barato, puedes tomar un taxi, te sale dos dólares.

Claro, acá no, nada, el transporte es caro, la comida es cara, ir a comer, ir a comer afuera es caro, claro, el día, de la noche, es caro, el traslado es caro, si te vas para los la parte más periférica tipo.

Sino los balnearios de Montevideo, Uruguay es más caro

Pero creo que los atractivos ya te digo, es todo eso que te mencionaba y al tener Punta del Este también viste punta del Este, es un gran impulsor del turismo, punta del este y Rocha, más que nada... vos tenés una temporada estival, de mediados de diciembre a fines de marzo. Lo sabemos desde fines de marzo, después de semana santa.

Que cada vez se achica más, pero realmente las placas se invitan muchísimo a hacer ese tipo de turismo.

Si vos, cuando tenes un turismo más fuerte, es en esa época, no solamente porque los uruguayos se van para afuera, sino que a su vez, te entra un montón de divisas de afuera, que vienen a disfrutar, tienes el brasilero que vienen en rebelión de cabeza, tipo te llena Uruguay en rebelión, El argentino, que viene cuando quiere.

Obviamente, nos sirve bien también que vengan otras épocas, y lo que te permite segmentar en dos ¿no? el chic de Punta del Este y el HippieChic en Rocha, verdad?

Montevideo si bien tiene turismo todo el año, es un turismo de máximo dos noches.

I - Máximo dos noches, o sea, la gente no queda en Montevideo, o sea, viene pero ¿con la idea de irse a otros destinos?

E - Es que viene... el turismo en Uruguay, más que nada dura.... Si el argentino como el brasileño y el de Paraguay, capaz el de Paraguay, se queda un par de días más porque lo que tiene Paraguay, es que conoce o tiene una casa o no se qué, porque si no, el que no. No viaja tipo, la permanencia del país son más de 3 noches seguro del paraguayo, y un poco por la distancia, pues sigue estando cerca.

¿Lo que no es corporativo, no? Y el turismo en Uruguay y por primera vez, son tres, cuatro noches a reventar.

Por que metes dos en Montevideo, metes milongón, que es un espectáculo, Un show clásico de acá, metes “La Perdiz” ponerle, como un asado o ahí en el centro no me acuerdo como se llama, que es lo que más te vende el recepcionista del hotel, que es con el que se conectan en el primer trato.

El full Day en Montevideo, que esa dura 5 horas, pero puede ser con el “evetour”, se llama.

O ahora con el bus turístico.

Al otro día metés un full Day Colonia que haces la parte histórica no sé, te vuelves al hotel, te acostas a dormir, te haces un full Day Punta del Este o te vas una noche a Punta del Este y te vuelves.

I - El organismo principal de la promoción del turismo es es el Ministerio, ¿Cómo ayuda o cómo influye en Montevideo la marca país de Uruguay natural?

E - ¿Cómo impacta la marca país?

La marca país como marca.... (piensa)

I - ¿Atrae, invita al turista, a venir a Uruguay, a Montevideo, la marca, Uruguay natural?

E - Yo no sé si la marca en Uruguay... creo que.

La marca con naturaleza.

No, no, claro, yo puedo tener vender panchos y soy bueno. Soy Uruguay natural y no.

Uruguay natural.

Mirá yo lo que pienso es que, a nivel de... yo estaba en Brasil y he visto la publicidad que hace el Ministerio de turismo en Uruguay. Y te hacen esa mostración de las playas, y demás. Ahora, si la marcada, está bien planteada.

Yo, yo te voy a dar mi opinión como crítico y no como si se están haciendo bien la cosas... A mí me parece que más allá que vos tengas un budget para poder invertir en publicidad, para promocionar tu país en la parte más periférica, como en Buenos Aires, Rosario, Porto Alegre, Curitiba, Río Janeiro, como para fomentar un poco el turismo interno acá, más todo el trabajo que hace, es como como como Ministerio, de poder generar esa net working entre las agencias de viajes receptivas y Las agencia de viajes y visitas en esas diferentes puntos para poder atraer y hablar con aerolíneas. Por eso es un poco lo que hace el Ministerio, ir a hablar con aerolíneas para que generen más rutas aéreas, para hacer cabotaje, para que por lo menos pase una ruta por acá y te permite atraer más gente, porque, Si los aviones no vienen a Montevideo vos no tenes turismo, tipo de otras partes

Por ende, tipo. Eso es lo que se encarga el Ministerio, de articular todas esos elementos para que vengan más cosas para Uruguay.

Y a raíz de ahí, tratar de llenar esas cosas para que aca lleguen divisas

Ahora, a nivel de promoción de Uruguay, yo te digo igual manera urbana natural, cómo impacta o como la ven, bueno, no tengo ni idea.

No tengo, pero.

Yo con el tema... pero la verdad, que me darían con un palo si yo digo esto, pero yo no lo veo, es como que yo te diga que voy a.

Argentina porque está.

¿EH? Argentina natural, sí diría por un tema de necesidad, por un tema de turismo personal, un tema, porque me dijeron que está barato, por un tema de tipo de cambio, lo mismo con Brasil, voy porque me da el presupuesto, ¿entendes?

Tipo Rio Janeiro es contaminado, inseguro y la gente va igual.

¿entendes lo que te digo? Yo creo que viendo la marca, que está bien capaz, que tiene otra cosa que yo no estoy mirando porque realmente no, no, no sé, pero no yo si voy a un destino o veo que mis pasajeros vienen acá.

En base a lo que quieren hacer, o en base a los que impulsamos nosotros para que consuman

El impulsor de esto es, más que nada, lo que hace Ministerio de Turismo y las agencias de viaje receptoras que tienen que hacer sus acciones, yo he oído a bahía a promocionar Uruguay.

Y la realidad, vos lo que tenés que hacer, es dar un atractivo para que venga...

Olvidate de la Marca, tipo el valor agregado ¿porque venir a Uruguay? porque es seguro, el primer termino, pero así te lo canto.

El porque es seguro.

Porque vos fijate, que vos donde más vas a ofreve, a la masa crítica de tu volumen de personas.

Que vienen a Uruguay a disfrutar son brasileros y argentinos.

Y ellos vienen de dos países que, son a nivel de seguridad, Una verga.

Entonces vos le tenes, tipo, le ofreces eso no? es seguridad, seguridad, seguridad y obviamente la gente no lo complementas con playa en temporada alta que brasilero lo lo complementas con casino, otro punto... en Brasil hay ciertos Estados que no, no, no permiten el juegos, por ende también es un turismo de casino, está bueno.

Punta del Este ha crecido muchísimo con el juego, con Enjoy, no con Enjoy, con lo que era Conrad, porque el brasilero consume casino.

I - El montevideano, el ciudadano que está en Montevideo. ¿Vos crees que consideran la ciudad como un destino turístico, en ese sentido está preparado? ¿Recibe al turista de buena manera?

E - ¿Viste que hay un mito (dice mito, pero cuando lo explica da cuenta de que no es “mito” la palabra, sino que hace referencia a una “imagen que se tiene del Uruguay”, nota del entrevistador), no? De que el uruguayo es cordial y toda la movida.

¿Sabes dónde está el mito más grande? que en realidad de alguna manera se puede, Se puede probar.

Es el peaje, que le viene la señora y dice: Hola, en el peaje de panamericana no te dicen ni Hola y y acá en Uruguay, te dicen, buenas tardes, Buenos días.

Hay de tipo como una métrica de tipo pah, bueno si, ¡viste!, el uruguayo más cálido y demás, y pero vamos lo mismo, depende con qué lo compares ¿Viste? lo comparás con el porteño Crudo tipo digo, si loco, estamos preparados.

Ahora si lo comparás capaz que con alguno del interior Argentina de hoy.

Somos mas o menos lo mismo.

Es decir, yo creo que Uruguay a nivel turismo 1000 millones de dólares.

Son divisas que vienen del turismo.

Hay muchísima gente que vive el turismo, yo vivo el turismo.

Yo trabajo con muchísimo personal de atención y creo que siempre hicimos un valor agregado, pero así como te digo, eso te digo también que en la parte creo que hay que trabajar más es en la capacitación, Atención al Cliente es en el interior, que muchas veces los ponen, sin estar capacitados a ser la cara visible, recibir personas y demás,

Creo que ahí esté la gente más calificada, por lo menos capacitada, no calificada. Por qué no tenés que tener un MBA ni nada.

Pero en Montevideo, yo creo que cae hay una buena...hay un buen nivel de servicio.

Tipo al extranjero, viste, de quererlo, cuidarlo. Eh sabemos que es un bien activo para el país y obviamente para todos los que nos rodean.

Vos escuchas Hablar en Inglés alrededor tuyo y paras la oreja, y no para robarle, sino con el espíritu de ayudarlo, si estás viendo una Dirección o lo que sea, creo que es un lujo, el montevideano lo tiene.

Pero si nada, viene por ahí bo, yo creo que sí, ahí está el espíritu vigente. Yo he estado en varios hoteles en Uruguay y he estado en la recepción, limpiando pisos... sobre todo y te digo, no, no tenemos una mala cualidad en eso. La gente está, tiene ganas de ayudar también esto, lo relacionado a esto te lo digo.

I - ¿Y a tu parecer qué crees que le falta a Montevideo?

E - Viste que dicen que Argentina le faltan playas, a Buenos Aires, para mí a Uruguay, a Montevideo, lo que le falta es un mejor clima

Tipo, la verdad, si fuera calor todo el año, creo que seríamos, si estuviéramos un poquito más al norte, sería diferente.

Esta buena la pregunta...

Creo que a nivel de factor clima me parece que es clave porque sos estival. O sea, acá todo es temporada. Si bien tiene turismo todo el año, capaz en la época de verano todo el mundo se viene, pero hay gente que vive la temporada amigo.

El guardavida, que no tiene nada que ver, no, no impacta la cantidad de personas que un poquito sí, pero...

Hasta el quiosquero, donde trabaja en la principal de la Paloma.

¿Pero qué le falta a Uruguay? Yo creo que el clima sería todo.

Infraestructura tiene. Porque viste que, hoy Montevideo hubo... yo me acuerdo que cuando empecé a trabajar era el 2011 en la hotelería y había un overbooking tipo de superficie de venta en habitaciones casi del 2, 3% o del 10%. Y mi hotel, que yo trabajaba, en el Ibis en ese momento, el Cebollatí de la Rambla tenía, 95% desocupación anual cerraba yo, yo trabajé un año y medio o dos y ya yo veía el historial para atrás, porque siempre me interesaron.

Y ponele en 2015 en otro hotel ya la ocupación era tipo, cerrabas en un 70 anuales a su crack.

Tipo a nivel de oferta hay un montón de infraestructura para recibir, obviamente pasó lo de la Libertadores hace poco que fue final de Libertadores fue una locura.

Es el único espectáculo que yo conozca o capaz que otro, me estoy olvidando que permitió Uruguay un ingreso de divisas, porque sino después no somos, por ejemplo.

Ahora nosotros estamos vendiendo paquetes de la Fórmula 1, acá no va a venir la fórmula 1

O para Harry Styles en Argentina, claro, Daddy Yankee.

Es tipo, ¿entendes lo que digo?

Lo único que pude identificar una vuelta en la venta de los Backstreet Boys. Una paraguaya que no conseguía entradas en Asunción.

I - Ya con el avance tecnológico y demás, ¿cómo es la gestión de las reservas y coordinación de un viaje para los visitantes que quieren venir a Montevideo?

E - No. El receptivo a muerto acá. Tienes recepciones personal operadora, bueno, la parte receptiva, de AbTour, Decom.

Pero en receptiva se están muriendo de hambre.

Te digo porque, Yo trabajé en Personal operadora por años, y ahora...

Está muerto.

Porque al no ser un un país tan.

Incorporado el corporativo, yo te digo que soy capaz, que si sabes que pasa también otra cosa porque esto ahora como.

Bueno, también tiene ver.

El que viene a hacer corporativo. O es argentino, brasilero, o sea sin requerir capaz que si viene una agencia de viajes porque la.

Cultura del que viene del exterior a hacer corporativo, viene con la cultura más tecnológica.

El argentino, no, pero como esta aca, es como una provincia, de alguna manera. Lo resuelve directo con el hotel ¿entendes? después.

Los hoteles tienen plan de fidelización pensado para ello.

El receptivo en Uruguay a muerto bastante. Sin embargo, en Argentina, por ejemplo, hay receptivos grandes tipo Delfos,

Que tiene que ver.

Con con eso que nos caracteriza, como decaía que es 1 de los puntos fuertes, de la seguridad.

Cuando vas a un destino, que es seguro.

Ya no necesitas la seguridad que te da una agencia.

No, porque ya te puedes tirar al agua desierta. Alquiler bien, mi voy a un hotel y la tranquilidad que me da el país o.

Es que es que si bo, porque yo, pensando en ese sentido, los pasajeros que venían al hotel era todo tipo, reservas directas.

Claro, aparte, vi la evolución...

Las reservas directas, que obviamente, sus estrategias para eso, porque obviamente el más barato, vender directo al consumidor final que a través de una, ya sea Booking, que booking te xome el 20% o el 18%, como pedidos Ya ¿viste?

Al restaurante sirve mas, lo pasa que claro, la hotelería tiene una evolución mucho más grande, pues son años que están vendiendo a través de booking, pedido ya como que de a poco se viene.

5 años metido.

Booking tiene 15 años, entonces lo que se descartó, el cambio se despertó antes y hay mucho más capital en juegos. No porque un propietario de un hotel o una franquicia.

Ya te hace planes de fidelización de alto y todo eso.

Que lleguen una vez sola por booking, pero que después vengan directo.

La idea, siempre agilizar el cliente, final y darle, una noche cada diez noches. Y que trabajen siempre con las cadenas de hoteles.

Aparte, los hoteles son un buen negocio, tienen una buena renta. Parece que no. Pero es una buena renta y trabajar mucho con el plan de fidelización. Y, sobre todo, porque Uruguay a nivel receptivo es un país que claro es seguro.

A nivel receptivo tiene tan poco mercado, al no ver tanto overbooking.

¿Entendés que vos llamas y no encontrar disponibilidad? Entonces necesitas bloqueo.

Nada, como que se fue disolviendo todo eso.

Mismo brasilero, antes compraba, antes en personal, por ejemplo, me acuerdo que trabajaba con Brasil con la parte sur de Brasil, toda la parte Gaucha

De Río Grande y “foi” (fue en portugués)

Antes compraban un paquetito, ahora no compran mas.

Ellos tenían la minorista allá. Se dejó de vender...

Esa es la evolución, me acuerdo que yo la vi... la vi re marcada

Pero también el que agarro mucho terreno es el online, porque es parte de sacamos los receptivos, pero trabajan los Arbinb, booking..

Autogestión, Ah, pero no trae el directo sin otras.

Booking lo que ha crecido, en mi último año en el hotel era: Mejor cliente, operador, al otro año, mejor cliente operador, pero peleando con booking tercer año, mejor cliente, booking.

Y el operador en, los últimos puestos.

Ahí te respondo todo, eso fue en 2018.

I - Espectacular, muchas gracias por tu tiempo

ENTREVISTA 5 -

I - Estamos realizando un trabajo de investigación donde intentamos conocer cuál es el perfil de los turistas que visitan Montevideo. Nos interesa conocer también qué es lo que ofrece Montevideo.

E - Fui tutor hace varios años atrás de una tesis sobre el Turismo en Uruguay para la Universidad Católica, y cuando comenzaron lo primero que les dije fue que hicieran centro en un tipo de turismo, porque el turismo es complejo, tiene diferentes aristas y todas son importantes.

I - Si, en lo que vamos de investigación nos hemos ido dando cuenta de eso. Para arrancar quisiera que me contaras cuál es el motivo principal que trae a los turistas al país.

E - El principal motivo por el que los turistas visitan Montevideo es por el turismo de reuniones y de congresos. Hay muchos eventos que traen personas de diferentes partes del mundo y es

allí donde se realizan estas diferentes actividades en Montevideo. Nosotros tenemos varios productos como Ministerio de Turismo y son los diferentes tipos de turismo, el turismo de reuniones y congresos, el de sol y playa, el de cruceros y algunos otros más. Actualmente, como el turismo que más gente trae es el de reuniones es al que más foco le estamos poniendo.

Me parece importante hablar de turismo en la zona metropolitana, más que en Montevideo, porque para empezar el aeropuerto está en Canelones y además hay muchos hoteles importantísimos que se encuentran en Canelones, como el Hampton.

I - Crees que solo el turismo de reuniones es importante en Montevideo? Los otros turismos traen pocos turistas?

E - No, aunque el turismo de reuniones y congresos es muy importante también lo es el turismo de entretenimiento, el artístico y deportivo. Hoy en día son muy importantes y cada vez llegan más personas por ello. Apuntamos a que se puedan concretar diferentes espectáculos que traigan muchas más personas, como lo fueron las diferentes finales de fútbol que hicieron que haya una gran movilización de muchos brasileros al país.

I - Qué aspectos de Montevideo cree son importantes resaltar de Montevideo?

E - Bueno, Montevideo, primero que nada es la capital que hace que sea un gran atrayente de extranjeros, además está catalogada como una ciudad segura, con gran porcentaje de educación, con un sistema financiero muy adecuado para lo que es el mundo. La seguridad es un aspecto importantísimo, estamos considerados como un país muy seguro, quizás nosotros por vivir acá no nos damos cuenta y siempre pedimos más seguridad, pero en realidad Montevideo, comparada con otras capitales del mundo, es seguro. Algo que también es resaltable es que contamos con un buen nivel de transporte, tenemos buena conectividad con el transporte público, y hoy en día las aplicaciones ayudan a las personas que no son de la ciudad a manejarse mejor. También, contamos con muy buena conectividad de WIFI en toda la ciudad.

I - La marca país está realmente presente en el mundo?

E - Hoy en día somos reconocidos mundialmente por nuestra marca país Uruguay Natural. Es más, en algunos países creen que Uruguay Natural es el país, porque está todo muy arraigado a nosotros. En épocas anteriores la marca reconocida era Punta del Este y no Uruguay Natural, ni siquiera Uruguay, sino Punta del Este.

I -Cuál es la época de mayor concurrencia?

E - Generalmente es en la segunda parte del año, con lo que es el turismo de reuniones y congresos. Montevideo, sin dudas es el departamento que más turismo tiene a nivel nacional. Es el que mayor número de turistas atrae.

I - Cómo promueven Montevideo para que vengan turistas a visitarlo?

E - Se hacen diferentes formas de captación de nuevos turistas pero hoy en día se está utilizando mucho la tecnología, antes era a través del papel o por fax y eso fue creciendo y se está utilizando cada vez más la tecnología. Se generan diferentes publicidades y según el perfil del consumidor es la publicidad que le salta, se segmenta según el tipo de consumidor. Por ejemplo cuando está leyendo El Observador, según los parámetros que tenga la persona de búsqueda será la publicidad que se le intenta mostrar. Hace poco tuve una reunión con los directores de turismo de los departamentos, y antes lo que se veía era cuál era la principal atracción turística para cada departamento, actualmente se le pide todo, que detallen absolutamente todas las atracciones que tenga el departamento para ofrecer. Si son cinco que detalle cinco y si son mil, que las detalle todas. De esa forma se segmentará y demostrará a cada persona, según el perfil, que es lo que puede hacer en el país. Después se hacen promociones más grandes sobre todo para eventos y congresos, pero siempre estamos activos, buscando cómo llegar a más lugares.

I - En el exterior se hacen promociones también?

E - Si, buscamos siempre participar de diferentes eventos de Turismo que nos permita mostrar a nuestro país y sus principales atractivos. En las expo ya somos conocidos. Participamos en la de Dubai, estuvimos en Colombia, próximamente vamos a Alemania y estamos constantemente buscando mostrar Uruguay al mundo.

I - En qué época se realiza más promoción?

E - No hay una época en la que sea mayor la promoción que realizamos, en realidad estamos constantemente realizando. De todas formas, si sabemos que la segunda parte del año va a estar cargada nos enfocamos más en el primer semestre. Además, nos interesa que cuando se da el turismo de reuniones el turista conozca en su tiempo libre parte de la ciudad, y muchas veces eso provoca que quiera volver y traiga a su familia para conocerla mejor.

I - ¿Que cree que es importante que se mejore en Montevideo?

E - Para mi sería muy importante mejorar la conectividad con otros países, que sea un aeropuerto donde todo el mundo pueda llegar. Me parece importante que se pueda ir a otro lugar y que ese lugar se pueda conectar con Montevideo permitiéndole conocerlo. De todas formas es muy complicado hacerlo por un tema de infraestructura pero me parece que es algo que a Montevideo le falta. Si bien nuestro aeropuerto ya se puede considerar un HUB porque conecta con Argentina, Brasil, Panamá, Perú, Chile, España, no conecta con todo el resto de Europa.

I - ¿Qué nos puedes contar sobre el turismo de Sol y Playa?

E - Y bueno, es otro de los turismos más importantes del país. Vienen excursiones desde Asunción y desde Buenos Aires y se dirigen al turismo de sol y playa en Montevideo. Nosotros siendo uruguayos cuando queremos hacer turismo en verano vamos en busca de otras playas que no son las de Montevideo, pero en cambio, a las personas que vienen les interesa quedarse en las playas de Montevideo, que además están certificadas a nivel internacional, por lo que los turistas lo creen un gran atrayente.

I - Le parece que Montevideo muchas veces solo por el hecho de que lo utilizan como conexión con otros lugares?

E - No, en realidad vienen en la mayoría de los casos a Montevideo, de todas formas es un punto estratégico Montevideo para el Uruguay porque conecta con todo el país y principalmente con Colonia y con Punta del Este, dos grandes puntos turísticos del país.

I - Esas eran las preguntas que tenía para hacerte, te agradezco mucho por el tiempo que me dedicaste.

E - Por favor, le voy a decir a Angie te mande algún libro de los que ha sacado el Ministerio para que tengas y puedas ver.

I - A dale genial, me contactan así lo consigo. Muchas gracias y un gusto

ENTREVISTA 6 -

E - No sé si vos sabes cómo funciona un poco, El poder público del turismo?, digamos.

Si quieres, yo te hago una introducción.

I - Sí, sí.

E - Tenemos el Ministerio de Turismo como el órgano que rige la política pública de turismo del país.

Y después, cada intendencia de los 19 departamentos tienen divisiones o direcciones o coordinación. Cada una, dependiendo también de la importancia que tenga el turismo para ese departamento tiene un área, a veces está junto con cultura a veces está junto con, con 1000 cosas ha estado junto... con desarrollo y demás.

En el caso de Montevideo, la división turismo Montevideo es parte de la dirección de promoción de desarrollo económico, de la intendencia

Desarrollo económico tiene varias áreas, una de ellas es turismo, también en esa concepción de que el turismo es una actividad económica, porque en algún momento, creo que acá, estuvo vinculada a cultura.

Qué tal que también se rozan, son primas, pero bueno, la entiendo que considerar a una división de turismo dentro de desarrollo económico, tienen que ver, específicamente, con reconocer el impacto que el turismo tiene en la ciudad.

Montevideo es el principal destino turístico de Uruguay, es el que recibe más visitantes, por lejos. Y es el que también tiene los desafíos de actualizarse permanentemente y demás, porque la gente al primer lugar que llega es a Montevideo, aunque, después recorrer otros lugares, y también está bueno que lo haga.

Ahí la división turismo es la parte pública, nosotros trabajamos con la Asociación turística de Montevideo, que fue a quien vos le escribiste primero

Área que es la parte público-privada, es como el ente turístico, la Asociación de turismo, que asocia voluntariamente a los operadores turísticos.

Tiene una particularidad, que principalmente tiene socios, es vinculados a la recreación.

Y después está el Buró de convenciones de Montevideo, que se creó el año pasado que, Montevideo tiene una historia asociativa bastante larga y de atendido buró, conglomerado, asociaciones, va mutando, va creciendo, va poniendo foco en algunas cosas, foco en otras.

Entonces, esa historia está toda sistematizada en una estrategia.

Montevideo, que no sé si la conocen, pero si no es el documento ideal para entender cómo funciona.

Se llama estrategia de Montevideo, ahora te la busco porque la tengo en papel ahí, pero.

No te la puedo dar, porque tengo una sola, pero está en Internet.

Eso está bueno porque en realidad, la gestión del destino también hace a la comunicación, no? Entonces, por ejemplo, quiénes comunican y qué, y qué y quienes promocionan. ¿Cómo se decide esa promoción? y en general es a través de la gobernanza público-privada, que bueno, los espacios, porque, por ejemplo, la división turismo puede tener una idea, y por supuesto que tiene, de que el Interesa difundir, pero también está todo el sector privado que te pide que colabore con la promoción y ahí tenéis que juntar fuerzas.

Entonces la decisión de qué se promociona no es solo pública o, por lo menos no debería serlo.

Porque, quién hace el negocio turístico, son los privados y lo que la política pública tiene que hacer es fomentar el desarrollo del sector privado, turístico, en este caso no.

O apoya, o trabajar juntos, contribuir a..., pero todos aliados en esto.

Y también porque el sector privado tiene una forma de operar, que es mas ágil en general, de lo que puede ser el sector público

Por la particularidad que el sector público tiene, no?

Muchas áreas, muchos pasos y demás, muchas garantías que hay que dar.

Dineros públicos, entonces, eso implica también una un procesos, burocratizado. Sí, y claro que el sector privado, quizá a la hora de decidir un presupuesto para promocionar, es más ágil, porque depende de una sola persona.

Hay un Observatorio turístico de Montevideo que, toda la información sobre cantidad de personas. Esta cantidad de visitantes, de los lugares dónde vienen, que les gusta hacer, Cuál es el motivo de viaje, todo eso lo encuentran ahí mucho mejor que lo que yo te lo puedo decir porque además de memoria, no me lo sé, pero.

Hay un informe allí, el Observatorio, que es de 2020, que habla del del impacto de los primeros meses de la pandemia, eso creo que también les puede ayudar, está ahí, creo que se llama algo así como Informe 2020.

También hay otro informe que habla, por ejemplo, del impacto de las Copas el año pasado, cuando justo coincide con que abren las fronteras el primero de noviembre y después se dan las copas sudamericanas de Fútbol y ahí hubo también un impacto puntual significativo, hay otro informecito ahí que, capaz que los pueda ayudar también.

Hay bastante información sistematizada, creo que eso también está bueno.

Lo otro que me parece importante es que acá hay algunas líneas de trabajo que se definieron, que se van a trabajar, que tienen que ver, por ejemplo, con el crucerismo.

Qué es un turismo específico, en un período del año que tiene un impacto específico, por ejemplo, no impacta en el hotelaría, pero si impacta en el negocio, entonces hay...

Pero cuando se va a una feria de cruceros, no se va con el mismo material que se va a una feria, la Feria de Turismo de Madrid, por ejemplo, porque los públicos son distintos, entonces eso la división también tiene que contemplar, por ejemplo, ahora hicimos un folleto específico para cruceros. ¿Por qué? Porque a quién iban a recibir las autoridades que fueron, era organizadores de congresos, no era al público final, entonces eso, para la promoción es relevante, ¿entonces cómo le hablas vos

El organizador de congresos? Y, de las ventajas que tiene, que tu barco, que el barco de tu representante, pare en el puerto de Montevideo, llegue a Puerto Montevideo y no se vaya para Punta del Este o no se vaya para Buenos Aires. Si se va para Punta del Este, igual es bueno porque viene para el Uruguay, pero que no se vaya para Argentina, no se vaya para Brasil. Intentando captar y que llegue a Montevideo.

¿Entonces, cuáles son las ventajas competitivas que tiene Montevideo?

Y ahí un poco es lo que a nivel de promoción, hay que buscar para ese sector, creo que un eje importante para la promoción turística es segmentar bien, y ahí pensar bien los mensajes y las estrategias.

I - ¿Claro, y eso que decías vos de cuáles son las ventajas competitivas dirías vos qué es lo que atrae al turista de Montevideo? ¿Los Cruceristas, se quedan en las inmediaciones del puerto o se adentran en la ciudad?

E - Si se traslada mucho. Ahora te respondo el otro, pero el crucerista se traslada en excursión y una de las y ahí lo engancho con una de las ventajas competitivas, es que vos tenés todo a escala humana, acá es todo rápido, todo ágil, más allá, o sea para nosotros los que vivimos acá, capaz que nos parece que hay un embotellamiento, pero la gente que viene de Brasil no, esto no es un embotellamiento, o sea esto es algo fantástico para caminar, andar para trasladarse. O tenés a 25 minutos, media hora una bodega, una chacra turística. Esa cercanía hace también que la gente, que se distribuya ese turismo para distintos lugares, el principal motor, lo que más buscan los extranjeros ahí, pensando en turismo extranjero en Montevideo es la... es el producto cultural. Es lo que más llama la atención.

Sin embargo, la idea es que, se vaya cada vez más, ampliando y que además de ser algo cultural, se pueda ofrecer, una oferta, valga la redundancia más amplia, donde las personas se queden más días y gasten más que, en definitiva, es lo que interesa.

Es otra de las ventajas, por ejemplo, bueno para el caso de crucero, mismo como ejemplo, una ventaja que el puerto está en el medio de la ciudad entonces, nada, esa cercanía no, no está en otros lugares.

y hay una percepción de seguridad más allá de lo que las personas que vivimos acá podemos sentirlo distinto, pero el turista tiene una percepción de seguridad bastante alta.

También en el Observatorio hay un índice que ustedes pueden ver. Ahí que sacamos, del Big Data, que es a nivel de percepción, entonces, ¿cómo sienten los turistas? ¿Cómo se sienten los turistas en Montevideo? Se sienten seguros y creo que supera el 80 por ciento de nivel de satisfacción, y de seguridad. Entonces eso también te da ahí una idea de que es un valor que pocas veces ponemos en la promoción eso.

Por ejemplo, índice de la calidad del aire, del agua en Montevideo. Hay playas certificadas, no es lo común en todos lados. La calidad del aire, que es buenísima, para ser una ciudad de 1.600.000 habitantes. Eso no aparece en ningún mensaje promocional, por ejemplo, y eso a la gente le interesa.

Esta onda de turismo sostenible también tiene que ver con eso, la gente, sentirse segura, pero no es solamente segura de que no te roben o que no te vayan a arrancar la mochila, es segura de que si te si te sentís mal vas a tener un lugar se te de asistencia, donde te van a asistir, es tener procedimientos, tener protocolos de atención, en Montevideo hay.

Ese tipo de cosas que son más intangibles, que no es la foto de la imagen del Teatro Solís, pero que es importante para el turista.

I - ¿Y cómo se hace, o cómo se ha hecho justamente para lograr esas percepciones de un Montevideo seguro? ¿Un Montevideo a escala humana?

Esa calidad de aire, porque si es algo que es percibido, pero no es algo que se según lo que tú me decías, que es tan comunicado.

E - Por ejemplo, lo de la calidad del aire y demás son índices, y yo digo que falta ponerlos en la comunicación, no que la gente lo perciba. La percepción de seguridad es muy subjetiva. ¿Cómo te sentís? y cuando nosotros tenemos, una herramienta de Big Data que capta los comentarios en redes sociales y, a partir de ahí, hace algunos índices también entonces, palabras claves, no sé exactamente cómo lo toman, pero tiene que ver con palabras claves y con los mensajes que los visitantes han comentado en sus redes sobre el destino.

Es, por decir un ejemplo, tonto, “pero en 15 minutos estuve en la bodega tal y es genial” Bueno, esa cuestión de a nivel de inteligencia artificial, se toma y se hacen esos índices que los hace una empresa que tenemos contratada, española.

I - Si el turismo, hoy me decías que el crucero obviamente llegaba en temporadas de verano, pero en Montevideo ¿el turismo es estacional o hay turismo todo el año?

E - Montevideo logró desestabilizar y en los cuatro trimestres tiene prácticamente la misma cantidad de visitantes.

Entonces eso es buenísimo, porque ahí también tenéis el desafío de generar ofertas todo el año, pero te aseguras que la gente viene todo el año.

I - Y la gente en general elige a Montevideo como el destino, ¿o muchas veces lo toma como un paso para ir a otros lugares?

E - En general, Montevideo es el destino principal y, por ejemplo, en el Observatorio también pueden ver hay una gráfica que habla de cuántas veces las personas repiten el destino, y es destino y es más de 5.

Ese dato para ese dato para Uruguay, pero perfectamente puede ser aplicado en Montevideo,

Yo no sé bien ahora el porcentaje, pero de los turistas que llegan a Uruguay, la gran mayoría llega a -Montevideo, es casi el 40% del turismo.

I - Otra pregunta que te quería hacer, y es algo que me surgió, sobre todo por un prejuicio que uno a veces tiene. ¿El ciudadano de Montevideo percibe a la ciudad como un destino turístico, y acompañado a esto, está preparado para recibir al turista porque puede haber opiniones encontradas?

Las hay. Son opiniones. Ahí sí, ya es muy opinión personal la que yo te puedo dar.

Pero yo he viajado a más de 50 países y capaz que cuento dos o tres, donde he sentido que la población está preparada, entre muchas comillas para recibir el turista.

Creo que, con que no te traten mal, con que no sea Barcelona, hay un punto ganado y no es que tengan que, pero a lo que voy es, el turismo no es importante para la población y no tiene por qué serlo. Creo que sí estaría bueno que en algún momento haya una sensibilización. A nivel de bueno, si te preguntan dónde es el mercado del puerto, no le digas a propósito que es para el lado de 3 cruces, por ejemplo, eso en Montevideo no pasa. Mas allá de algun guacho que se quiera hacer el bromista.

Pero no, la Generalidad, no pasa. Al contrario, las personas hablan muy bien de la amabilidad de los uruguayos. Entonces creo que el uruguayo recibe bien, pero no por tener una concepción de que el turismo es importante. Sino porque, en general, comparado con otros lugares, somos bastante amables, o por lo menos con los otros, capaz que no muy a la interna, para con los demás, si. Entonces, el uruguayo trata bien en general a la persona que llega.

Porque no le molesta, sobre todo porque acá no hay “over-turism” ni nada de eso, que no es que vos montevideano, uruguayo, vas a comer a un lugar y tienes que hacer una tremenda fila porque hay muchos turistas esperando y se les da prioridad eso. Acá no sucede. Entonces ese conflicto no se da socialmente.

Por eso entiendo que está todo bien en la medida en que, en turismo, el turista sea 1 más. Si el turista empieza a ser una dificultad, capaz que ahí hay que generar una política más clara de esa asociación.

I - Un poco con lo que decías hoy, ¿no? que lo que caracteriza a Montevideo, que está todo a escala humana, y si algo se va del balance, se pierde esa esa calidad.

E - Exacto. Por otro lado, la intendencia está haciendo unos programas de anfitrión y a que lo que hace es preparar, ofrecer una formación a personas, de los distintos barrios de la ciudad. Que les interese entrar un poco a entender que es el turismo, ser un mejor anfitrión. Recibir bien en tu barrio, también en una idea de descentralizar y de que el turismo no sea solamente la franja costera o los lugares que actualmente son más fuertes como ciudad vieja. Centro, Pocitos, Prado.

Entonces, como territorializar un poco distinto el turismo, generar oportunidades en otros barrios y para eso también está bueno ir preparando a personas que tienen menos roce con el turista, porque no se lo encuentran.

Entonces vos, si caminas en 18 de julio, es muy fácil encontrarte un turista, pero si caminas por Colón, que tiene atractivo super interesante, es muy difícil que te encuentres un turista porque no hay un lugar siendo promocionado. No hay una oferta concreta visible para los turistas, entonces capaz que si te encontrás en Colón, y capaz que lo sorprendes a las personas simplemente porque no han tenido ese roce porque no han tenido la oportunidad de estar ahí, entonces, lo que hemos hecho, son algunos programas de anfitriones. El año pasado se dieron on line, este año la idea es retomarlos. Y bueno, y seguir como sensibilizando es más que nada, es una sensibilización a la población de que bueno, que está buena. Turistas y que ojalá lo recibamos siempre cada vez mejor, pero antes de eso me has preguntado algo que me quedo en el tintero, que se me había, tenía que ver con esto.

Ah si, yo creo que el montevideano las montevidianas, no aprovechan tanto la ciudad. Más que nada porque hay mucha gente que no se mueve hacia, que no tiene el hábito o la posibilidad de económica de moverse hacia donde está más la movida que sigue siendo Montevideo, ciudad vieja, no más allá de unos esfuerzos, que entiendo que ahora hay de todo un poco, más lo cultural en los distintos barrios, eso creo que facilita bien el sentirse más parte de la Cultura montevideana y demás. Pero si vos ves los teatros están casi todos en una zona, los cines están ahí también, creo esto, repito, es muy personal, creo que tiene que seguir existiendo ese esfuerzo de descentralizar las oportunidades culturales.

I - Claro, a mí, antes de, claro, antes de empezar este este trabajo, que cuando me decían ¿cuáles son los destinos turísticos de Uruguay? Obviamente desde la desde la ignorancia, no ponía a

Montevideo en los primeros lugares, cuando es el destino turístico más más importante, es lo que decías tú hoy es en realidad la ciudad que está más preparada para recibir turistas es la que tiene más hoteles, que tiene más teatro, que tienen la oferta cultural, y propuestas en diferentes lugares, no sé si esa percepción que tenía yo ¿es algo que tiene en general por las personas?

E - Yo creo que los atractivos turísticos por ejemplo, un City Tour, un vector, ese tipo de actividades, todavía falta que los montevidEOS, la asocien a cosas que pueden hacer. Creo que sí, que en ese caso están más pensadas para el turista extranjero. A veces por una cuestión de precios.

Y a veces, solo porque no se nos cruzó por la mente. No sé si un coloniense hace actividades turísticas también. Creo que es una, creo que no es una cuestión de los montevidEOS o las montevidEOS, creo que es una cuestión de cuando vivís en un ambiente, una ciudad, a veces no la imaginan como una posibilidad de turismo capaz, que capaz que sea por ahí.

Yo trabajé muchos años en salto y no, entonces sabe mejor que yo, la gente va a las termas. No hacen otro tipo de actividades.

¿Cuántos salteños han usado el Bus Turístico?

Claro, entonces no digo que eso esté bien o mal, sino que creo que es un desafío que tenemos de acercar las posibilidades recreativas, porque las culturales son un poquito más perceptibles las recreativas a nivel de un tour, por ejemplo.

¿Cuánta gente de Montevideo ha ido a los humedales de Santa Lucía?

Capaz que no tantas, como sería, como estaría bueno. En realidad están buenas. ¿Cuánto sabemos que hay en kayaks, en los humedales y que es una oferta divertida? Que lo pueden hacer que se yo, con sus amigos, con sus hijos.

Entonces sí me parece que siempre viene bien hacer ese esfuerzo de que los Montevideanos y montevidéanos y sobre todo acá, que vive 1600000 de personas que puedan hacer usufructo de las propuestas, para mí eso siempre es un pendiente, no creo que sea diferente a otros lugares, pero sí pienso que estaría bueno puede revertir esas.

I - Hoy mencionaste algo de los precios, obviamente estabas hablando más que nada del montevidéano o el uruguayo que se mueve internamente.

Pero para el turista, al extranjero ¿el precio es algo que influye en elegir el destino, en elegir a Montevideo?

E - Digo, obviamente hay que ponerse a comparar, pero a mí me parece que Montevideo tiene otras cosas que son motivo para venir y no sé si el precio te impide, porque en este caso sería te impide, facilitar no te facilita, pero no sé si te impide. No sé, habría que ver análisis. No me animaría a decirlo.

Siempre creo que hay que trabajar sobre las ventajas competitivas que existen y en los precios no son una de ellas, eso está claro, competitividad de Uruguay, que por otro lado. Porque por más que se mantengan los beneficios y demás, sigue siendo un destino, caro, claro que es un destino caro.

Pero la gente no deja de ir a Suiza,

Una cosa que sale.

Estaba pensando, porque claro, es justamente en realidad lo que resalta es las ventajas que lo hacen llegar a Uruguay.

Tienen que ver con otra cosa que no son justamente como un destino barato.

Ahí también creo que depende mucho, por ejemplo, de un turista de América del Norte que de un turista español. Los americanos tienen un poder adquisitivo que es diferente, ¿no?

Que capaz que un Montevideano les resulte tan caro. Economías que están un poco más parecidas a la nuestra y si les va a parecer caro, como nos parece a nosotros.

Creo que eso no se puede negar, pero a nivel de promoción me parece que lo que hay que buscar es poner en valor en el resto.

Claro, a la hora de elegir un destino, quizá es más importante priorizar, a saber que es un lugar, seguro que hay lugares, porque claro.

Por ejemplo, vos vas a Japón y la gente está con el tapabocas puesto desde antes de la pandemia y bueno eso la calidad del aire, es un horror, entonces, no digo que no, no compararía Tokio con Montevideo. No es eso, pero si como hay situaciones que son más.. te invitan más a conocer el destino y otras, hay mucha gente que hoy en día busca destino más sostenibles, entonces que Uruguay sea un país con el tipo de energía que tenemos y demás, también es atractivo, hay gente es más consciente, cada vez más consciente de lo que elige como destino. Y otros no, pero bueno, eso ha ido mutando también como las los deseos del turista de lo que encontrar en los lugares.

También va cambiando. Entonces, por ejemplo, el turista, que va a Ciudad de México y busca un a un determinado turismo, que es un turista que se banca a estar 3 horas en un Metro.

Capaz que no es el turista que va a elegir Montevideo.

I - Comprendo, atado con esto, te quería preguntar. Cuando vos me comentas esos aspectos que atraen a los turistas, a Montevideo y ahí, al Uruguay en general, es que.

¿Sentís que la marca “Uruguay Natural” atrae turistas o que trabaja en esa percepción de lo que es el Uruguay y Montevideo, particularmente como destino?

E - Las marcas de destino, bueno de que estudiaste Comunicación que sabes más que yo, pero lo que hacen es a mi criterio, a través de un concepto que en este caso era bastante fuerte, como Uruguay natural. Fue una marca trabajada con muchísimos actores. Entonces hubo un cierto convencimiento interno que, a mi entender luego con Uruguay 21 se potenció, y se trabajó.

No me parece que es lo que esté pasando ahora. Pero bueno, ahí también son procesos, ¿no?

Son procesos de ¿Qué sé yo? No, no quiero ser imparcial, pero ahora se hace dos días se aprueba que se puede cazar. No tiene nada que ver, cómo que va bastante en contra de una imagen del país natural. Natural, que era mucho más allá que la naturaleza, ¿no? También tiene que ver con la cordialidad, tiene que ver con el teatro, con el vínculo de las personas.

Si bien era una marca bastante completa, es aún una marca bastante completa, pienso que las marcas hay que cuidarlas con los contenidos y hay que seguir trabajandolas.

Si tienes una marca, y venís al país, y lo que te encontrás no se parece a la sensación de natural bueno, vas a ir perdiendo legitimidad

Y yo creo que Uruguay ha sido, ha tenido uno cuántos años de crecimiento a nivel de percepción de país, como lugar y creo que eso se potencia teniendo una marca país.

I - Montevideo ha hecho un trabajo también importante en lo que es el “Descubrí Montevideo”

E - En realidad, yo entiendo que descubrí...yo estoy acá desde enero de este año, pero en la marca me parece que fue en 2012 o en suena 2012, pero eso también está en esa estrategia que yo te digo y entiendo que se visualizó como una marca de destino, sí.

Y que se potencia a partir de ahí, es una marca que tiene que convivir con la intendencia de Montevideo de que institucionalmente es más fuerte. Pero bueno, descubrí Montevideo es como la imagen de destino turístico, es así es destino turístico.

Por eso también tiene su página que, por ejemplo, si vos entras en la página de la intendencia, vos encontráis la oferta de Montevideo, pero si entras a descubrí Montevideo, tienes todo, la idea es seguir fortaleciendo la página y también la marca.

I - La marca de destino, ¿tiene que ver con atraer el turismo al turista extranjero o en realidad apunta a esto que hablábamos de que el propio montevideano y los uruguayos del interior, descubran Montevideo?

E - No hay una diferenciación porque el descubrí también es una invitación para el turista local. Y el turista nacional que, por ejemplo, que Montevideo no sea solo un lugar para venir al atenderte la salud o hacer trámites, también es un desafío para la ciudad, ¿no? Internamente en Uruguay. ¿Cómo hacemos para que la persona que viene a tener... que se yo... hacer un trámite que aún no esté descentralizado, como todavía hay alguno y se pase la mañana acá pero cómo se puede volver a las 19 recién, puede hacer algo turístico en la tarde?. Eso es un desafío y es un desafío muy grande de promoción, y de foco y de decisión también.

Bueno, si es éste público, queremos fomentar entonces, hay que hacer, acciones en este sentido y ahí la marca es interesante porque, también te invita como uruguayos, pero como extranjero también es de bueno, descubrí el principal destino del país.

En la creación de esa marca, no lo sé, no estaba en ese proceso, pero me es totalmente, le habla a todos, por ejemplo, el bus turístico, que tuvo hora en este período 3 circuitos y a un a un precio muy económico.

Que cuesta doscientos pesos y tiene un circuito del cerro y otro circuito a la Rambla y otro más convencional por los lugares más comunes, turísticamente hablando, lo que se buscó ahí fue ¿porqué se cobra \$200? para que los montevideanos vayan.

No queremos que los brasileros paguen \$200, pero bueno, no tenemos un precio diferencial. De momento se va a generar una licitación del bus nueva y demás, pero ahora que en un periodo de contratación de un ómnibus, el precio económico es para fomentar el turismo local más que nada y el interno también.

Y bueno, es que te cueste \$200 es buscando que hacerlo accesible a la población.

También es cierto que todos los días reforzamos el esfuerzo en turismo interno, en la medida en que no pudimos recibir turismo extranjero, ¿no?, tampoco podemos desconocer esa realidad.

El extranjero te deja mas dinero, entonces, es lógico que el operador busque y promueva que venga ese turismo, y se Imagine siendo un operador turístico basado en el visitante extranjero, es como una lógica, así ¿no?

Te llega una pandemia, se paraliza todo y te das cuenta que hay un tremendo potencial en tu país donde generar ese... donde fomentar el turismo interno.

De ahí, hay destinos que trabajan super bien durante la pandemia, otros que estuvieron analizando cosas, bueno, y Montevideo también tiene que seguir apostando hacia las dos líneas ¿no?, tiene que seguir dándose cuenta que tiene un gran potencial en su propia ciudad, otro gran potencial en su propio país y bienvenido sea el extranjero que te mueve un poco más la aguja

I - Claro, totalmente Karina no quiero sacarte más tiempo, la verdad, si te agradezco de muchísimo que me hayas dado estos estos minutos. Y obviamente toda la información, para mí es valiosísima Y te agradezco muchísimo.

ENTREVISTA 7 -

I - Hola que tal? Me gustaría hacerle unas preguntas acerca de los turistas que visitan Montevideo, ¿tiene unos minutos para dedicarme?

E - Si, pero yo no trabajo mucho con el turista que visita Montevideo. Trabajo más con el extranjero, con brasileños o chilenos, también algún argentino, recién habían pero con los de Montevideo yo no tengo mucha relación.

I - A nosotros nos interesa conocer a los turistas que vienen a Montevideo, su perfil, conocer qué buscan cuando entran, ¿le piden algo en particular?.

E - Hoy por hoy, se está llevando muchos imanes, tazas y lo clásico, el mate, el kit que vendemos nosotros que es el mate, la bombilla y la yerba.

I - ¿Cuál crees que es el motivo que trae al turista a Montevideo?

E - Para mi lo que trae a la gente son las grandes correccaminatas, los congresos, vienen a algún evento, vienen turistas que me dicen estuve tanto tiempo, me voy en dos o tres días y ahí es cuando empiezan a comprar.

I - ¿Cuál cree que es la época en que vienen más turistas?

E - Imposible decírtelo, porque abrimos ahora en febrero, reabrimos, no te olvides que nosotros estuvimos dos años cerrados. En octubre y noviembre vinieron por el campeonato de fútbol que fue muy bueno. Fue una alegría para nosotros volver de vuelta y después volvimos a caer porque la frontera estaba cerrada.

En enero vinieron dos o tres barcos pero no dejaron bajar en Argentina, no lo dejaron bajar en Brasil ni en Nueva York, bajaron acá y de acá ya cruzaron el océano y ya se fueron a Europa

de nuevo. Ahora se está hablando de una temporada de 140 barcos pero quién me asegura a mí que no va a haber una nueva ola de COVID. Es muy difícil, es difícil para nuestro rubro.

Bueno, el icono más grande que era Roldós, hoy está cerrado, está desmantelado ya. No piensan abrir. Hay muchos más, pero si ya lo desmantelaron ya sabes que es imposible volver a ser lo que era Roldós, ya no será más. Hay muchos que también están cerrados pero aún no están desmantelados...

I - Considera que la marca país Uruguay Natural es conocida, le suena?

E - Hoy por hoy no existe el Uruguay Natural, osea el Ministerio no lo larga como Uruguay Natural. Como aquella época que se largaba, hoy está muy quieto. Quieren hacer caza, ir a cazar jabalíes, no creo que sea así la vuelta, me parece que Uruguay Natural es más natural, algo clásico.

I - ¿Cuándo viene el turista a Montevideo que cree que viene a hacer.

E - No hay información, falta lo que se llama información, recién vino una guía turística y me preguntaba por el Ministerio de Turismo pero hoy sábado está cerrado. El Ministerio está cerrado, la intendencia que está ahí enfrente, que es turística, está cerrada. Me parece que no es así, ¿no? Yo no entiendo que sea así.

I - ¿Realizan promociones, algo para atraer al turista?

E - Del mercado están haciendo promociones con los hoteles para que los hoteles, informen a los turistas de que está abierto, pero los hoteles están hoy cerrando, entonces también viste cómo se van cerrando las puertas? Si no hay una buena promoción no hay ventas. Además el turista uruguayo hoy se va a Punta del Este porque lo pagan con tarjeta y tienen descuentos.

Muchos uruguayos ahora se están yendo para Argentina, muchos. Yo hice hace poco Argentina, Brasil, Paraguay. En relación con ellos nosotros tenemos todo muy caro. Osea, somos los

primeros en lo más caro. Sigue Brasil, después Paraguay con un 50% y no te quiero hablar de la Argentina, son épocas que hay que pasarlas, que hay que verlas. Yo ya hice dos o tres Argentinas así. El tema de precios es importante para el turista, así les saques el 22% de IVA es caro para ellos, es muy caro para ellos. El dólar Blue hoy en Argentina es un Velasco, puedes comprarlo al precio que quieras y lo vendes.

I - ¿Los turistas le preguntan por actividades para realizar por aca?

E - Si, los mando a hablar con las camionetas que están afuera del Mercado. Ellos le dicen que es lo que hay pero tiene muy pocas cosas para ver. De acá caminando puedes ir a una catedral, a algún museo, el teatro Solís, la plaza Independencia, la puerta de la ciudadela y se te cerro la oferta.

I - ¿El idioma cree que es importante para comunicarse?

E - Acá es o inglés o portugués, y después español. Se puede comunicar con cualquier persona. El otro día vinieron rusos, estaban los rusos acá, hablaban en inglés, se movían bárbaro, los holandeses que vinieron a la corre caminata, hablaban español y en inglés. Además, el español hoy está siendo considerado en el mundo. Se está posicionando mejor en Estados Unidos, hay hasta una materia. Lo que pasa es que Estados Unidos se ha invadido por latinos, también ese es el tema.

I - ¿La seguridad como la ve?

E - Desde que pusieron las cámaras por todos lados no he sentido robos, hubieron algunos hurtos pero inmediatamente los cortaron. El turista me lo pregunta y es la misma respuesta la que doy, las cámaras de seguridad en la ciudad vieja han servido para darle seguridad al turista. El turista camina y sabe que lo están controlando.

I - Me decía que muchos llegan a Montevideo y se van, ¿se quedan a conocer Montevideo?.

E - El turista viene a Montevideo por algo puntual, nada más. No hay gente, caminas por las peatonales y no hay nadie. Las casas están cerradas. Hasta ahí llega mi conocimiento.

I - ¿Abris todos los días el local?

E - No, estamos tratando de ver cómo podemos hacer, venimos viernes, sábado y domingo seguro cuando hay algo de gente. Venimos los jueves y vemos como esta la cosa, limpiamos, preparamos.

I - ¿Con los restaurantes pasa lo mismo?

E - Acá están todos abiertos, menos los lunes para darle licencia al personal.

I - ¿Ves más uruguayos que extranjeros?

E - Veo mucho uruguayo y mucho argentino que ya es residente, que ya viven acá. Los argentinos vienen para Uruguay por la tranquilidad, en Buenos Aires no saben cómo van a estar mañana. Los chicos jóvenes que salen de tarde o de noche salen regalados en Buenos Aires, hay mucha pobreza que se ve.

I - Bueno, muchas gracias por dedicarme estos minutos.

E - Afuera están las camionetas, te recomiendo que hables con ellos.

ENTREVISTA 8 -

I - Buenos días, y primero que nada muchas gracias por dedicarnos este ratito. Realmente para nosotros es muy importante que un centro comercial como el de ustedes nos reciba y aporte a nuestro trabajo, debido a lo referente que es para Montevideo, no solo para el turista extranjero sino para el local también.

E - Si si, fue el primero de los shopping, el pionero.

I - ¿Cuáles crees que son los motivos de visita de los turistas a Montevideo? el porqué visita Montevideo el turista..

E - Montevideo, bueno principalmente, tiene dos campos importantes.

Uno es el tema playas, punta del este, zona de playas otros balnearios secundarios, rocha y demás y el segundo es lo que es campo, todo lo que es motivo de interés de la cultura gauchesca y demás, el tema de los cueros, de las andadas a caballo, de los mates. En realidad eso es Uruguay, vos me habías preguntado por Montevideo principalmente. Por Montevideo, es, bueno, la rambla, los determinados puntos turísticos como las plazas principales, esteee, la carne, los vinos, los quesos, hay todo un tema gastronomico atras, y bueno..., también los temas de campo, que están ligados acá a Montevideo, todo lo que sea no se, ropa de cuero, cosas de platería criolla, y de ese ese tipo de cosas con la que se visten los caballos y todo eso que también se consigue aca, creo que eso es también un tipo de cosas que los turistas buscan, sobre todo los europeos.

I - ¿Considera que en Montevideo hay un turismo de compra? ¿Qué artículos son los más pedidos por los turistas?

E - Creo que no es su fuerte, el turismo de compra en Montevideo, porque hoy en día estamos muy caros. Obviamente que el fuerte son otros, es como te dije, los atractivos turísticos de playa de campos, más, de todas formas eso no quita que haya un turista de compras, hay argentinos, brasileros, que vienen a comprar acá y lo que, son clientes de un determinado nivel que tampoco les molesta gastar un poco más;y además en lo que es vestimenta, Uruguay no esta mucho mas caro, es mas, esta en precio, entonces lo que es vestimenta es llamativo, no así otras cosas, pero la vestimenta esta competitiva incluso con argentina que argentina hoy está muy barato., es conveniente en estos momentos.

I - En cuanto al tema precios, ¿consideras que el turista busca precios antes de comprar? busca promociones?

E - Sin dudas, hacen una especie de investigación via internet sobre lo que están buscando, qué lugares hay, que precios hay, porque, no quieren tampoco, llegar a un lugar que no conocen el tipo de cambio y demás y que les cobren cosas q no es acorde a lo que ellos quieren gastar; cobrar, entonces creo que hay toda una investigación, sobre todo si son compras importantes, si van a comprar una cosa o dos que son medio al pasar no, pero si van a comprar algo específico o que ya saben, entonces si van a investigar que lugares hay, que precios hay. Hoy en día es muy común la investigación previa vía internet.

I - consideras que en cuanto a ese descuento influye el descuento exclusivo al turista como un tax free en cuanto a la compra?;

E - Si, sin dudas, es un factor decisivo en cuanto a la compra, si pueden conseguir algún descuento, algún beneficio, les conviene. Obviamente como hacemos nosotros.

I - Ustedes, en el shopping, realizan descuentos, campañas, publicidades, exclusivas solo para el turista?

E - Nosotros tenemos una tarjeta de beneficios que tiene una cantidad de descuentos en locales y muchísimos locales, incluso en locales que están fuera del shopping como hoteles y demás. Que existe la version tourist, comprador frecuente turista, que al ser una tarjeta que se emite, te diria que por el dia o dos días, se suelen hacer de cartón, no son las tarjetas tradicionales de plástico, pero, tienen los mismos beneficios que la común, que el turista puede aprovechar, no haciendo un gasto inicial ni nada, se les da con la verificación de que son turistas y datos que se le piden de donde esta alojados y algún dato mas personales.

I - En cuanto a la seguridad, ¿cómo considera que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?

E - Yo creo que seguro, pienso que se lo ve como un lugar seguro. Hay una percepción de un lugar tranquilo, de un lugar donde la gente es amable, donde no hay demasiada inseguridad, aunque seguramente deben venir advertidos con que algo de inseguridad hay, pero seguramente, no es como argentina que los turistas van mucho más precavidos, donde me parece, hay mucho más rapiñas, robos y demás. Aca la verdad que pasa también, si uno se entera de un montón de casos, turistas sobre todo que paran en un semáforo con autos de otras chapas, de otras nacionalidades y que los roban en el semáforo y demás, pero yo creo que la percepción es de un lugar seguro.

I - Consideras ameno el trato con el turista que viene a Montevideo, sin importar de donde proviene?

E - Yo pienso que si, como todo depende de la persona, hay gente que no es educada y trata mal, no importa la nacionalidad que sea. En general la gente viene en son de pasear y demás y suelen ser amables.

I - Ustedes en el shopping, que buscan que el cliente y ese turista perciba?

E - Principalmente la completud, la cantidad de opciones que tenemos de marcas, de rubros, que puede venir a un lugar seguro y conseguir todo lo que estaba buscando en un solo lugar. Ese es un poco el espíritu que se quiere transmitir, un lugar agradable donde lo van a tratar bien, donde se siente seguro, porque no hay riesgos dentro del shopping y es un lugar a buena temperatura, que tiene opciones de gastronomía, de entretenimiento, de todo lo que necesiten.

I - En cuanto al idioma, consideramos que al turista si no habla español se le complica la comunicación?

E - Bueno, hoy en día la mayoría de los locales tienen gente que suele hablar por lo menos inglés, que se defiende básicamente con el inglés, osea, para poder hacer una venta, se da. porque es una cosa que han promulgado mucho los locales, y nosotros incluso hemos apoyado en su momento dando clases de portugues, y de inglés dentro del shopping, para los vendedores de los locales. Pero pienso que en general si, no es que están, incluso hay una gran parte de la población, aca en uruguay que habla inglés, que ha aprendido en el colegio, y las generaciones anteriores francés, pero esa la nuestra, un poco mas de francés que del inglés, hoy en dia, el inglés es un idioma muy difundido, por lo cual, no no es un lugar donde lleguen y no se puedan comunicar.

I - ¿Considera usted que los turistas eligen Montevideo o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?

E - Bueno,,,, hay gente que viene directamente a Montevideo por lo que hablamos antes, todo el tema de ciudad, de que tenes una costa, lugares interesantes, muy buena gastronomia, lugares, centros artísticos como el solis o el sodre, y es completa la ciudad, y es chica, es fácilmente manejable. todo eso atrae al turista y bueno todo el tema campestre que se venden aca, en general tmb se toma mucho como punto de partida para visitar punta del este, estancias turísticas, zonas de campo, pero también es un destino en si Montevideo, No es el principal, el primero seguro es Punta del Este, pero hacen base en Montevideo pero van a visitar campos.

I - Muchas gracias, por tu tiempo

ENTREVISTA 9 -

I - Buenas tardes, muchas gracias por recibirme, paso a realizarte las preguntas.

¿Cuáles cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?

E - Tenemos muchos turistas que vienen de intercambio o por estudios, otros que recorren sudamerica en mochilas y pasan unos días en Montevideo, conociendo la capital de nuestro país.

I - Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? ¿Cuáles son los lugares más populares para usted? ¿Considera depende del turista y su motivo de viaje?

E - Nos consultan por los pubs o bailes para ir a la noche, también por recorridos de buses para ir a distintos puntos, como por ejemplo la ciudad vieja, el prado o la rambla.

I - ¿Existe una época con mayor concurrencia de turistas en Montevideo? ¿A que considera se debe ello?

E - En noviembre diciembre tenemos capacidad completa, también en marzo. Entiendo va por la temperatura y los fin de clases o inicios en marzo.

I - ¿Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?

E - Hay quienes se quedan hasta un mes o quienes es una o dos noches

I - ¿Qué actividades son las que más les interesan a los turistas?

E - Salir a la noche

I - ¿Qué actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?

E - Más actividades recreativas y de entretenimiento para turistas. También nos consultan mucho por alquiler de bicicletas, monopatines eléctricos y hasta patines.

I - ¿En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?

E - Depende de donde sean, si son de Argentina o Chile por lo general averiguan todo, pero ya el europeo, inglés etc no consulta costo, solo quiere el servicio.

I - ¿Hay precios promocionales de estadía dependiendo de la época?

E - Creo va en función de la ocupación, no se realizan promociones exclusivas por época.

I - ¿Cómo consideras que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?

E - Seguro, ellos están hasta más tranquilos que yo por la calle, siempre les aviso que tengan cuidado, más que nada en la noche, aca en la zona es complicado.

I - ¿Consideras ameno el trato con el turista que viene a Montevideo, sin importar de donde proviene?

E - Si, no hemos tenido problemas con ningun huesped, es más, con muchos hasta se genera un vinculo de amistad.

I - ¿Ustedes en el hostel, que buscan que el cliente perciba?

E - Un ambiente cálido, familiar, de amistad, solidaridad

I - ¿Al turista se le dificulta la comunicación si habla en otro idioma? ¿En qué idioma suelen hablar los turistas principalmente?

E - El que no habla español habla inglés y acá casi todos hablamos inglés, aunque sea poco pero lo básico siempre se puede comunicar.

I - ¿Considera usted que los turistas eligen Montevideo o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?

E - Y.. Montevideo dentro de Uruguay si sería el destino, algunos es un viaje más largo, de conocer más ciudades o países, otros es su centro Montevideo o único lugar.

I - Muchas gracias. Que tengas buen término de jornada.

ENTREVISTA 10 -

I - Bien cómo te contaba, en realidad 13 preguntas. Están, por ejemplo, separadas como por áreas, pero yo te voy preguntando, y vos me vas respondiendo, la idea es que puedas explayarte.

Primero que nada, bueno, conocer ¿Cuáles crees que son los motivos por los que los turistas visitan Montevideo? Estando acá, o sea, conociendo la gente que viene, de todos lados, cuáles crees que son los motivos por los que vienen acá?

E - Claro, claro, primero que nada siempre va a ser el motivo de la Marihuana, la Marihuana, es muy interesante, sería como el plan Holanda en Sudamérica, la gente viene porque está interesada en ver y vivir, esto de bueno se puede fumar en la calle, se puede fumar en un parque, la gente no tiene tanto problema.

Luego Uruguay es un país lindo, no? es muy lindo, seguro, la gente simpática, entonces como que la gente busca también eso, no?

Después de bajar del sudamericano Brasil, como también quieres algo más relax y Uruguay, da eso. Yo que viví 5 años en Brasil, sabes? O sea, siento una diferencia energética. Todo cambia, entonces Uruguay también te da como esa tranquilidad que necesitas después de muchas fiestas de mucho mambo, mucho quilombo, que acá hay también, pero es con otro, con otro grado.

I - Buenísimo, sí, sí, tal cual todo lo que dijiste me parece que representa súper bien en nuestro país.

Después, cuáles son los lugares a los que los turistas más piden ir en Montevideo? ¿Cuáles son aquellos lugares más populares para vos?

¿También consideras que esos lugares también dependen del turista y de su motivo del viaje o hay como lugares que todos los turistas, por más que vengan por trabajo o por ocio, lo que sea, esos lugares que seguro quieren ir?

E - Seguro, seguro quiero conocer la Rambla. La Rambla es un punto, por el mar... Sobre todo en el verano, les encanta el verano. La gente llega al hostel y ya está pidiendo dónde está la playa, a cuantas cuadras me queda, etc. Entonces la Rambla es un punto importantísimo.

Luego la gente quiere conocer parque rodó, toda esta zona, no? el cartel de Montevideo, que es como la emblema de las típicas fotos que se yo.

Y después, como quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. El mirador general que se ve, toda toda la ciudad, todo Montevideo, sí, el que está en la plaza, en la Plaza de la Intendencia puede ser no, bueno, ahí van la mayoría de la gente quiere hacer la foto.

Ahi todos quieren ir, todos quieren mirar, ponerse los binoculares.

La gente busca también las fiestas, los boliches... La parte céntrica, cordón, viste que está llena de bares de boliche de toda la esta cosa bohemia de la ciudad.

Y no sé, obviamente bueno, a ver quién viene y te pregunta cómo llego al shopping. Bueno, básicamente en Montevideo la gente quiere mucho eso: mucha playa, aprovecha, ya que estás en la ciudad, la utilizan de trampolín también porque muchos hacen Punta del Este o Colonia o hacen Cabo Polonio, siempre buscando otras opciones, no todo el mundo quiere quedarse en la ciudad, luego puede cambiar el plan.

I - Claro, sí, sí, sí, sí, exacto,

Tambien, bueno, ¿Consideras que hay una época de mayor concurrencia de los turistas en Montevideo? ¿Y si consideras que sí, a qué se debe?

E - Yo creo que es... yo me atrevería a decir en estos dos años y medio que estoy que es durante todo el año.

Baja, sube, dependiendo obviamente en el verano, repito, las personas buscan la costa. Quieren estar en la costa,, no quieren estar en una ciudad.

Siempre digo también que Montevideo es una ciudad medio campo, pero todos se conocen, es como.

Me atrevería a decir, que ahora -mayo- es cuando las personas se quedan en Montevideo justamente porque viene el invierno, no hay tanta oferta, no hay tanta, no hay tanto que hacer por allá. Entonces la gente se queda más en Montevideo en este tiempo si... invierno, invierno, otoño, invierno, seguro.

I - Después por qué cantidad de días, consideras que se quedan, se hospedan los turistas en Montevideo, y por y por cuánto promedio suelen quedarse acá, este en este hostel?

E - Mira, muchas personas vienen, repito, como trampolín.

Pero dependiendo la energía y la vibe con que las recibas, como los trate, la gente se queda de 2 noches perfectamente, como ha pasado con mucha gente 15 días, dos semanas, seguro.

I - Buenísimo, pila. Un montón de tiempo. Sí, bueno, en realidad. Qué actividades son las que más les interesan a los turistas? Me comentaba hace un poco esto de Cordón el barrio sur, etc.

E - Claro, sí, los tambores, claro que sí, mira esto se me había olvidado antes, le gusta mucho esta de sí, barrio azul, los tambores, la noche esta de la de los ensayos, no?

Y, bueno, los bares. Esto, esto a la gente le encanta en la noche porque quieren conocer la movida Montevideo, entonces sí, sí, sí, centro sin duda.

I - Muy bien.

Y después, bueno, esto sería más respecto como a tema de precios. En general, el turista se asesora en cuanto a los precios antes de venir? Estos llegan acá como bueno un poco, no tengo mucha idea, este que...

E - Algunos de algunos sí, otros no. Yo me atrevería a decir que la mayoría no tiene mucha idea. No tiene mucha noción. Y cómo está Argentina al lado creen que más o menos está como la Argentina y después llegan acá, dicen. Los mismos precios que en París, o sea, está carísimo. Y no, no se asesoran tanto, algunos ya tienen más o menos 1 norte, pero muchos no.

I - Y hay precios promocionales de estadía, dependiendo por ejemplo de la época, este si vienen las fiestas?

E - Si varía, claro si hay un evento, no sé, por ejemplo, está la Expo Cannabis, los precios suben que es una locura y tenemos mucho turismo brasilero. Los más interesados son los brasileros, vienen muchos brasileros, hemos cerrado hostel solo para brasileros

I - ¿Para ir a la Expo cannabis o en general?

E - En la Expo Cannabis, sobre todo, o en otros eventos, como no sé, el partido este que hubo de Flamenco con Palmeiras también se lleno de brasileros, muchos brasilero y si los precios suben mucho, ahora comenzamos a hacer.

I - Se hacen promociones también? Y por épocas, por zafra, por ejemplo, tipo fin de año este ese tipo de cosas?

E - Hay paquetes, hacen estas cosas, claro.

I - Bueno, me decías hace un ratito, en realidad, pero cómo consideras que ven los turistas Montevideo? En cuanto a la seguridad, lo ven seguro?

E - Muy seguro. Es más, ayer llegó una chica brasilera y me decía, “¿será que puedo caminar en la calle?”

Yo le decía... “Sí, sí, camina tranquila”.

A mis amigos cuando yo llegué acá, lo primero yo estaba viviendo en Sao Paulo. Yo les decía, “chicos vistas señoras grandes con su perrita, media noche paseando las en la ciudad”

Eso no hay en todos lados, entonces, si, la gente se queda como sorprendida y si, contenta.

I- Y consideras ameno el trato con los turistas que vienen a Montevideo sin importar de dónde provenga, no sea el turista que viene acá este, cómo es el trato?

E - Mmm, o sea de de quien recibe el turista, no?

I - Exacto, sí.

E - Hay una mini polémica, si yo creo que también hay una idealización dependiendo del lugar que venga la persona. Un cierto estatus, no quiero decir que generalmente todo el país hace eso, pero bueno, muchas personas con estatus dependiendo tu estudio no se, se siente diferente, no? A mí me han tratado muy bien los dos años y medio que estoy acá, pero es lo que hay, como un sí como un... dependiendo de.

I - Ok, osea que no todo, no, no todo el trato que tienes con turistas es siempre super ameno, súper lindo, o sea, depende mucho de dónde proviene esa persona?

E - Sí, sí, y también, bueno, ya hay cosas personales, también es la persona cómo se desenvuelve. Yo siempre hago mis tests, cuando recibo a las personas: hago una broma, le digo algo para saber ya cómo viene la persona?

I - Sí, claro.

E - Como para tantear.

I - Qué buscan ustedes acá en el hostel eue el cliente perciba, o sea, hay algo que los caracteriza, que ustedes quieren, que el turista se vaya acá diciendo, bueno, percibí como esto, no?

E - Con seguridad que hay una buena energía, que la gente está aquí para servir, o sea, no servir en plan empleado doméstico, sino estamos acá a contar con nosotros, en qué podemos ayudar? Siempre es la idea, crear una buena energía. Por eso te digo, de dos dias, a dos semanas... hemos tenido gente que se ha quedado, pero ya son minoría obviamente por cuestión económica también, un mes.

I - Entonces algo se está trabajando algo ahí, no? Y han venido, no solamente la parte económica, sino todo que podemos hacer en qué?

E - Exacto, se sienta como acompañado, no que estás en una estadía solo digamos, por más que venga solo, como que no estás solo.

I - Ahí va, ahí va, si no, no es la idea, no es la idea.

¿Y consideras que el turista se le dificulta un poco la comunicación? ¿Si habla en otro idioma, y en qué idioma suelen hablar los turistas, principalmente?

E - Hay muchos brasileros viniendo. Se les dificulta alguno a otros no, dependiendo también te repito capaz, si hicieron un curso de español tiene un novio, una novia Uruguay Argentina, y les facilita.

Hablamos mucho acá en el hostel portugués. Mucho, mucho.

Español, viste por los argentinos también y mucho inglés, un poco de alemán también, pero... inglés, español, portugués.

I - O sea, que quizás el cual sería el idioma que sentís que hablan todos, quizás los que vienen, no sé de Europa de Latinoamérica, o sea, ese idioma en que todos se pueden comunicar, digamos?

E - Es que es complicado por compañeros míos, no habla nada, otros habla más o menos, entonces, ya que todos podemos hablar el mismo idioma, cuesta.

I - Claro, es como una mezcla de todos.

E - Pero yo diría que por lo menos el inglés se lo inventa, que no lo hablo por lo menos...

I - Se hace entender ahí.

E - Va ahí, va tal cual.

I - Eh...y bueno, esto me lo respondí hace un ratito, también si eligen los turistas Montevideo, pasan simplemente para conectarse con otro lugar... Esto que me comentabas como de...

E - Claro, es un poco trampolín, pero al mismo tiempo dependiendo como se sientan porque a veces vienen con la idea de la ciudad y el caos, no quiero, y después como te repetí o como te dije antes. Se encuentran con que es una ciudad medio pueblo más tranquila, sin tanta locura. No es una Buenos Aires entonces, como.

¿Les gusta?

Vale la pena, me puedo ir a rodo... Me Tomo un matecito que nunca lo ha hecho, lo hace.

Se siente en la playita, descansa, se pasa unas horitas y camina. Ve que es como que todo puede ser.

Y que es acelerado, no es tan acelerado aquí, que es como más.

I - O sea, que en realidad podríamos decir de alguna forma que vos, como persona que trabaja en este hotel, sentís un poco que quizás el turista tiene una percepción de Montevideo diferente a lo que se encuentra cuando llega?

E - Claro, claro, muchos si creen que va a ser todo muy... y al contrario, que es todo mucho más tranquilo y que vale la pena. Repito, por eso se queda más tiempo.

I - Genial, bueno, era eso. Este sí era bastante breve. ¿Viste que te dije que no te iba a sacar mucho tiempo?

E - Bueno, me encantó, me encantó

ENTREVISTA 11 -

I - Hola, estoy realizando un trabajo para terminar mis estudios y quisiera saber si te puedo hacer algunas consultas sobre los turistas que visitan Montevideo.

E - Sí, claro.

I - Lo que nosotros buscamos es conocer al turista que viene a visitar Montevideo. Ya sea de Uruguay o de otro país y lo que nos interesa saber, entre otras cosas, es cuál es el motivo que lo trae, si hay una razón.

E - Honestamente yo no les pregunto. Sí te puedo decir por ejemplo, los europeos, que estamos teniendo bastante gente de esta región, por ejemplo vienen a hacer sus recorrida por Latinoamérica, entonces acá vienen a esperar los autos, por ejemplo, ahora tengo una pareja que ese es el motivo, viene a buscar un el auto para después seguir, o sea que lo conecta con otros lugares. Es muy poca la gente que viene exclusivamente a conocer Montevideo, sin motivo alguno.

I - ¿Las estadías de cuántos días son promedialmente?

E - Las estadías en general son cortas, 2 días o 3. Es que con eso ya les da.

I - ¿Hay alguna actividad que venga a hacer el turista a Montevideo particularmente?

E - Sí, sí, digo si un extranjero viene te dice, bueno, que hay para ver, pero en general viene con otro motivo, no tanto al Montevideo exclusivo destino turístico, siempre es para estar un par de días acá y después seguir dentro de Uruguay o fuera.

I - ¿Crees que hay alguna actividad que se pudiera ofrecer acá en Montevideo o que pudieran ofrecer ustedes?

E - Nosotros como hotel, no, Montevideo seguro. Hay cosas que por ejemplo, hay una asociación turística, hay de todo y los horarios son ridículos. Así, de 10:00 a 15:00 horas, de lunes a jueves. O de martes a, que decis no, que o sea están, pero son inaccesibles, incluso para

los montevideanos que estamos acá. Son todos en horario laboral, son cosas que no. Para acceder a la información te propongo que vayas a una oficina turística que hay acá y le preguntes cosas a la oficina turística a ver cómo te va.

I - ¿Hoy sábado decís que está abierto?

E - Bueno, hace la experiencia, jajaja..

I - ¿Dónde queda?

E - Esta es la proa que está enfrente del mercado. Es un ejercicio que creo que cualquiera que se dedique al turismo tendría que hacer. Hacer de turista en Montevideo para ver que hay, para ver cómo consigue información, a ver qué horarios hay, a ver los precios.

I - ¿Qué piensas de la seguridad en Montevideo?

E - Yyyy acá en Ciudad Vieja hay cámaras de vigilancia policial en todas las calles. En general, no hay problema pero pasa que la dinámica de la Ciudad Vieja es de 7 de la mañana a 7 de la tarde, con suerte. Después de las 7 de la tarde caminar por acá, es lo que lo mismo que nos pasa a nosotros, no vive mucha gente entonces no hay muchos servicios, entonces no hay nadie en la calle, mucho detonado, muchas bocas de pasta base, el Maciel y muchos refugios, ahora hay menos refugios.

Quédate acá un ratito y fijate el movimiento de un sábado al mediodía que está lindo y que hay mucho movimiento. Mira esas caras que van por ahí enfrente... No es un problema de falta de seguridad, sino de sensación de que puedes llegar a estar en peligro.

I - ¿Desde que trabajas acá no viste robos?

E - No, yo diría que no hay, o sea, este hotel tiene 9 años, yo hace 8 años que trabajo acá, nunca escuché que le robaran a ningún huésped, o sea nunca vino un huésped a decirlo, solo una vuelta me acuerdo que si un huésped dijo que le habían robado la mochila, pero porque se sentó en un

bar y dejó la mochila en una silla y se fue para adentro, cuando volvió ya no estaba, fue más para la Plaza Independencia.

I - ¿El idioma que más usan cual es? ¿Hay algún idioma que te frene para conversar con los turistas?

E - A mi no, no me frena porque prácticamente inventó cualquier cosa. Por ejemplo portugués tuve que estudiar pero como cuando voy a Brasil no me hablan en español, bueno, les devuelvo el favor, pero no, en general hablamos en portuñol, yo hago el mayor esfuerzo, pero digo, si no comprende, obviamente hablas lo mejor que puedes. Después con el idioma que sepa, el inglés, italiano o francés. No es un impedimento, nunca lo fue para mí. En general el inglés es el más común de todo.

I - ¿Los turistas te comentan sobre los precios de Montevideo?

E - La semana pasada hubo un alemán y un finlandés me dijeron que caro es Uruguay. Hay alguno que te dice que están bien, pero es uno de diez.

I - ¿La promoción turística como la ves?

E - No hay difusión. No ves que la gente venga con esa información porque muchas veces puede pasar que la información esté en el exterior porque ese es el público objetivo y no nos llega a nosotros mortales de acá, pero no. Es muy importante pero el Ministerio de Turismo no nos da información o siempre son los mismos folletos que si quieres te doy alguno. Son de hace años, con la misma foto, con las mismas cosas.

Si hay un montón de movidas, hay un montón de cosas que no sabes cómo acceder a esa información. Hay cosas que no sé, muestras, lo que sea, que se deberían aprovechar, por ejemplo, hay mucho argentino que viene por el día, a hacer trámites bancarios, no queremos saber más, viste, por eso no queremos preguntar, pero sabes que vienen y vienen a Ciudad Vieja porque tienen todo en la vueltita, van a hacer la cédula, a hacer algún trámite, pero todo en la

vueltila. De repente hay tremenda exposición para que vayan y que de repente es gratuita o podrías cobrar tres pesos entendes? pero no tenes la información y además es en el horario que la gente tiene que hacer los trámites entonces, no me pongas de una a cinco porque no sé quién va.

Yo te doy un mapa turístico y te vas para todos los museos que están marcado.

I - Ustedes ya volvieron a la normalidad luego de la pandemia?

E - Nosotros por ejemplo estuvimos dos años cerrados, reabrimos en febrero, a finales de febrero, entonces fue como empezar de cero.

I - Hicieron alguna promoción como para arrancar?

E - Está complicado porque se generaron muchas deudas y todo es plata. Lo que antes eran \$1000, ahora son U\$S 1000 dólares. Si contratas a quien miércoles quieras también es plata, nosotros no estamos aggiornados y eso un poco es responsabilidad mía, nada más. Pero hacer contenido para Instagram, algun video pero tenes que contratar a alguien para que sea mas agradable, pero tenes que contratar y tenes que contratar y tenes que contratar, todo el tiempo, y nosotros todavía tenemos gente en seguro de paro. O sea, todos estamos, haciendo de todo, hacemos todo. Yo estoy en administración y ahora estoy cubriendo la recepción medio horario, y así estamos.

I - La ocupación del hotel como esta?

E - Se ha movido un poco más, si hay algo de movimiento, hay ocupación, desde febrero la ocupación nuestra ronda el 20% o 30% pero no hay tendencia para nosotros, capaz para otros hoteles hay pero si me pedís un número de ocupación, digo el 30%.

I - Muchísimas gracias por tu tiempo.

E - Por favor, no te olvides de ir hasta la Asociación y fijate si esta abierto, jajaja

I - ACLARACIÓN: Fui hasta la asociación y estaba abierto. Todos los días de 10 hs a 16 hs.

ENTREVISTA 12 -

I - Muchas gracias por recibirme, comenzamos con las preguntas.. . ¿Cuáles cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?

E - Bueno... creo que...se se... en esta primer instancia de post pandemia,digamos, se están dando muchas cosas, el corporativo ese que estuvo mucho tiempo sin venir, que empresas no mandaban a no ser quienes eran por imperiosa necesidad por tener todo un tramiterio burocrático que complicaba bastante y después bueno el turismo porque creo que en la región estamos complicados con la conectividad todavía con Estados Unidos, Europa, no así con como Argentina, Brasil, entonces se está dando mucho más todo lo que es el turismo regional, mucho en auto por temas de seguridad propia. Este.., a nosotros uno de los viajes que hemos hecho en familia la pediatra nos dijo lo mejor es que vayas en auto antes que te subas a un avión, un barco, paraa, para evitar el contacto. En esta primera instancia se está dando muchísimo lo que es el turismo en auto, de hecho, nosotros teniendo estacionamiento lo vemos porque la mayoría de los argentinos están viniendo con auto. Creo que el manejo de la pandemia en cuanto a números, como que nos ayudó también, eso seguro. Y la flexibilidad de que fuimos los primeros en ir quitando cosas, verdad, nosotros notamos enseguida, en noviembre cuando se abrió la frontera la ocupación se duplicó o triplicó. Después a medida que se sacaba algo, enseguida lo notabas en un aumento en la ocupación, pero enseguida, respondía enseguida y eso estuvo bueno, estee, entonces ahora, ya la última parte cuando se sacó absolutamente todo, hisopados y más para entrada, que creo es lo que va a quedar a nivel mundial el pasaporte sanitario; creo que luego de eso el venir a Uruguay porque tenes menos complejidades,igual estamos siempre

ante una competencia con argentina por el tema cambiario, hoy.. entre venir a uruguay y brasil para el argentino básicamente es lo mismo, ya no tenemos desventaja económica contra brasil o de tipo de moneda, si contra Argentina, el brasilero si tiene que elegir ir a uruguay o argentina, se te va a argentina por un tema económico y el argentino tmb le cuesta mucho más el tema de salir del por lo monetario. Pero, también, estamos hablando de gente que estuvo dos años sin salir entonces de repente el argenino que es muy de viajar y consume muy bien cuando sale estaba como atado, entonces en un momento salio como salio, y va a salir, entonces y eso es lo que hemos notado en la recuperación del argentino en estos meses.

I - Continuando un poquito con eso.. ¿Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo?

E - Montevideo... Bodegas, bodegas es lo que más hacen los turistas acá, sobre todo los brasileros, y dsp se van la excursión por el día a Punta del Este o Colonia, sobre todo los que llegan en vuelo o en barco y que son mas extra región, ellos seguro te van a contratar excursiones a bodegas, te hacen el city tour por Montevideo, te hacen el bus turístico, van a punta del este por el día y van a colonia. Nosotros muchas veces en Colonia lo que tratamos de decirles es que es un destino de repente para que pernocten una noche y no vayan por el día porque pierden mucho de hacer.

I - ¿Ustedes no le hacen paquete ?

E - si nosotros tenemos, al tener hotel en colonia, muchas veces los contactamos y ya le damos la opción de que puedan hacer la noche ahi en colonia.

I - ¿Consideras que hay algún lugar al que los turistas quieren ir si o si o que no deben perderse?

E - Bueno ahora esta pasando mucho con el cartel de Montevideo, la rambla pero si nosotros por donde estamos ubicados todo lo que es el circuito caminando ciudad vieja de hecho nosotros le facilitamos dos horas de bicicleta de cortesía, entonces para hacer el circuito ciudad vieja con bicicletas con eso les da bien.

I - ¿Considera que depende del turista, el tipo de viaje y a donde va?

E - Si sin dudas, y depende mucho sobre todo del bolsillo lo que hace.

I - ¿Existe una época con mayor concurrencia de turistas en Montevideo? ¿A que considera se debe ello?

E - Si si si, se esta dando mucho por franja, lo que es el corporativismo y viajes empresariales entre setiembre y la primer quincena de diciembre ahi esta la mayor concentración del corporativo y dsp en turismo se esta dando muchísimo, enero que somos como el satélite de punta del este entonces agarras mucho el recambio y gente que va quedando. En la pasada, enero ya viene siendo hace años, un mes de buena ocupación, dsp los puntos como todos los feriados, los feriados brasileros son feriados donde estamos casi todos llenos, este, carnaval, semana santa, son fechas que trabajamos con maxima ocupación.

I - ¿Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?

E - Emmm... la estadía promedio de nuestro hotel esta en dos días y medio que es lo que lleva el destino, nosotros estamos un poquito por arriba casi en tres pero la estadía promedio del destino anda arriba de dos.

I - ¿Qué actividades son las que más les interesan a los turistas?

E - Teatros cine y eso no consultan nada, de hecho nosotros tenemos algunos acuerdos cuando hay algun espectáculo en la sala zitarrosa, solis y demás con beneficios en entradas pero si bien tenemos un turismo cultural por lo que es el hotel, vienen obras y estan mucho rato apreciando las obras del hotel, no es un turismo que te haga cine y teatro, creo no es un país que lo fomente mucho. Nos pasa mucho con espectáculos de tango que hay acá, si el pasajero ya estuvo en buenos aires y fue a Madero Tango o alguno de esos, es muy difícil ofrecerles aca, con todo respeto pero no es un show como el que estan acostumbrados el que ya estuvo en buenos aires.

I - ¿Qué actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?

E - Creo que tenemos todo lo que ellos vienen a buscar, nos falta bastante mas en lo que es gastronomía en la zona centro. hoy en el centro tener alguna dificultad de gastronomía nos paso cuando vinieron los brasileros por la final de la copa libertadores, que los Brasileros llegaron a las tres de la tarde y querian ir a almorzar al mercado del puerto, como le explicas que el mercado del puerto cierra a las dos de la tarde entre semana, no no les entraba, pero son esas cosas, nos falta mucha mas promoción del turismo hacia afuera., creo ese es un debe que se ha quedado, tal vez, sea pandemia., el cambio de la dirección en lo que es turismo que antes teniamos, no se yo veía como mucho mas presente la marca de uruguay fuera del país, que la verdad es que hoy como que recién se estaría retomando cuando, a mi gusto yo hubiera hecho muchas mas acciones violentas y fuertes en pandemia.

I - ¿En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?

E - Si yo creo que hoy el huésped tiene muchísima información al alcance de su mano, desde, comparaciones de precios de alquileres, hoteles, rentadoras de autos, excursiones, hoy tienen herramientas para comparar casi prácticamente todo y muchas veces terminan consultando por

el whatsapp del hotel para ver si tienen un descuento extra o si esta bien. hoy se está dando mucho que comparen, que busquen la forma de ir directamente al hotel, que por un tercero. Creo que eso también es otra de las cosas que ha cambiado con la pandemia, buscan más la seguridad, entonces se da eso de llegar al cliente final, antes no llegabas.

I -¿Y ustedes tienen precios diferentes si llegan directo al contacto con el hotel?

E - No, nosotros como cadena manejamos lo que es paridad, estamos con las tarifas en todos los portales, y en la página web, iguales, alguna promoción puede ser que tengamos exclusivamente para los que es whatsapp pero no whatsapp sino para lo que es instagram, una promoción puntual, que solo se comercializa por ahí y por un par de días pero tratamos de respetar y mantener todos los canales.

I - ¿Hay precios promocionales de estadia dependiendo de la época?

E - Si si, en temporada baja abrimos mucho mas todo lo que es promociones; mayo junio., temporadas altas, muchas menos promociones, tratamos de ir... nosotros aca tenemos un equipo de revenue, lo cual nos permite ir jugando con tarifas a nivel de ocupación, mayor ocupación vamos a estar con la tarifa un poco mas alta.

I - ¿Cómo considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?

E - Eeee... insegura, justamente hemos tenido episodios de seguridad aca en la zona. situaciones que parecen increíbles cuando tenes una camara de vigilancia del ministerio aca en la puerta del hotel y nos pidan a nosotros las filmaciones porque la de ellos está apagada hace un mes, estamos pidiendo hace tiempo que la cambien, es un tema la seguridad para el turista xq te pasa que nosotros que tenemos hotel en punta carretas sabemos que auto parado extranjero

de noche es el primero que van, ya nos paso una semana, después de semana santa que rompieron tres autos en una misma noche, hicimos la denuncia y no ves más patrullaje. Antes había lo que es policía turística, y estaba bueno, porque vos tenías un policía acá en la esquina porque cubría dos hoteles, y no te robaban a los turistas de aca a 18 de julio, como puede pasar ahora. hoy si vos mandas un turista hasta 18 de julio o si quiere ir a la intendencia, lo mandas que suba lo mas rápido por la primera a 18 y q no vaya caminando por Soriano, Canelones, San Jose, no, primero anda a 18 y dsp segui, va a la, rambla, perfecto, seguí hasta juncal que es principal y baja por ahí, no bajas por aca.

I - ¿Y esa percepción de inseguridad sentís que el turista también la tiene?

E - Es que,,mmm haber, de repente el argenitno no lo nota, pero de repente un brasilero si, y nos ha pasado con episodios justo con autos de huéspedes xo yo creo que no lo notan tan inseguro pero, nosotros si y también lo notas con que si tenes la cochera llena, y che... es seguro dejar el auto aca, y dsp nos pasa con el comentario de sali a caminar y no me pareció tan segura la zona, donde respondemos, si por eso te recomendamos siempre que subas en la primera a 18, no que andes por abajo, son comentarios que nosotros tratamos de darlos una vez que ellos nos comentan, más reactivos que proactivos, y porque subir por aca o por alla, y porque es más atractivo le decimos no porque si subis por soriano a la intendencia tenes grandes chances que te puedan robar,. Pasa que aca también estas en el circuito de cámaras de videovigilancia, entonces como que esta un poco más cubierto, pero de hecho si, hemos tenido comentarios en redes que la zona no es tan segura.

I - ¿Consideras ameno el trato con el turista que viene a Montevideo, sin importar de donde proviene?

E - De ellos hacia nosotros¿

I - Si claro.

E - si... están un poco más exigentes, es algo que paso, tal vez por pandemia y demás o porque estamos llegando a un público que tal vez espera mucho más pero porque nosotros, muchas veces nos caen como si tuviéramos 5 estrellas y no lo tenemos sino seríamos claramente un 5 estrellas, somos un muy buen 4 estrellas pero no nos podes pedir servicio 5 estrellas porque tampoco los estas pagando y están ahí, hay una gama de turismo que esta llegando que aspira a algo que no es lo que puede pagar y entonces te exige algo que no es lo que podes. pero el turista es re ameno y en mucho caso falta como al uruguayo mayor receptividad hacia el turista, en restoranes, hoteles, es real, rentadoras de autos, gente que trabaja con turistas que tiene servicios, de repente no esta del todo capacitada, para ese trato, no esta tan a fin.

I - ¿Ustedes en el hotel, que buscan que el cliente perciba?

E - Nosotros acá confianza, que sepa que acá se lo está cuidando, un trato personal, amabilidad, predisposición, acá trabajamos mucho lo que es la empatía con el cliente y tratamos de dar todas las soluciones que necesitan. Nosotros hemos tenido personas con claustrofobia y acompañarlo, alguien del equipo por escalera para que la señora no tenga problemas, llevarlo por el ascensor de nosotros para que sea más amplio ya que tenía claustrofobia, llevarle el desayuno a la habitación sin costo extra, hemos tratado de estar como mucho más humanizados, y creo es algo que llegó para quedarse, la gente lo super busca, y vos le estas dando un plus que a la larga se va a valorar mucho más.

I - ¿Al turista se le dificulta la comunicación si habla en otro idioma? ¿En qué idioma suelen hablar los turistas principalmente?

E - Bueno, no, haber... con nosotros no, claro porque aca tenes personal que habla español portugués, inglés, o sea que en los hoteles no es el problema, no se si es asi cuando van a rentar un auto, restaurantes seguro, pero seguro, no estamos capacitados, restaurante alguien que te hable inglés, acá de repente los restaurantes más caros de la zona, pero también acá no quedó mucho en la zona, entonces si vos, mucho lo que te piden es chivito chivito, la pasiva, entonces si van a la pasiva, van a tener muchas menos chances, pero que salen con el chivito salen.

I - ¿Considera usted que los turistas eligen Montevideo o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?

E - Bueno eso va mucho más en el tipo de turista, por ejemplo el turista extra región como el estadounidense si te hace Montevideo mezclada con buenos aires y alguna ciudad mas de Sudamérica de repente con cataratas, con bariloche, con el sur, te hace Montevideo con algo más. el brasilero te hace Montevideo con las excursiones a distintos lados, les cuesta más porque de repente falta de asesoría con lo que es colonia, nosotros acá tratamos mucho más que con la rentadora de autos, repente se vayan a colonia se queden, hagan bodegas alla también y que no vayan y vuelvan porque también es un viaje mucho más matador. creo que el que viene ahora trata de hacer muchas más cosas, está aprovechando más.

I - Bueno eso es todo, muchas gracias por tu tiempo.

ENTREVISTA 13 -

I - Queremos conocer los perfiles de los turistas que visitan Montevideo, por esto nos gustaría saber qué motivo cree que es el que trae al turista a Montevideo?

E - El motivo que pienso por ahora trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad que se le brinda, por el momento, y bueno después también todo lo que es llamativo de la arquitectura. Todo eso, o sea, la belleza de la ciudad misma.

I - El turista suele probar sabores nuevos, platos conocidos o tiende a ir por lo novedoso?

E - Por lo general tiende siempre a la parte de carne. Sí, siempre. Lo que más vendemos acá es la carne, la parrilla.

I - Hay una comida uruguaya que el turista conozca de antemano?

E - Si, vienen a buscar el asado, el chivito. Comidas típicas. En otros lugares también se comen otros platos pero los que llegan acá es sobre todo a comer asado y chivito.

I - Existe una época del año donde hay más turistas?

E - Si, por lo general verano, primavera-verano. Igual aun nos estamos acomodando por la pandemia. Aún no es como antes el flujo de personas.

I - El turista se asesora por los precios?

E - Por lo general están informados, sí, sí, por el tema de costos y todo para ellos. Más que nada vienen informados con el tema de las aplicaciones.

I - Con qué moneda generalmente suelen pagar?

E - Por lo general se está usando mucha tarjeta. Luego se usa mucho el dólar.

I - Considera que busca una carta variada de productos de calidad o sitios económicos?

E - En realidad lo que buscan son las dos cosas, que tenga variedad y que sea económico. En base a tu propuesta es que tiene que estar todo eso, tiene que tener variedad y no te puedes ir muy alto con los precios porque sino marchas.

I - Qué tipo de turista reciben más?

E - Acá es un público más bien extranjero. Ahora se está apuntando un poco a buscar el turista nacional, el público de acá, por qué nos dimos cuenta de que bueno, con este tema de la

pandemia estábamos atados al público extranjero, ahora necesitamos un poco que vuelva el público uruguayo.

I - Tienen pensado algún tipo de medida para atraer público uruguayo?

E - En realidad los precios fueron un poco lo que alejó a ese público de este punto, verdad? Pero ahora si se está un poco tratando de aggiornar los precios para que ese público no se vea como echado o por lo menos intentar que no haya un filtro de decir bueno, los precios no me permiten entonces me voy a buscar otro lado.

I - Crees que los turistas vienen a Montevideo como destino o como conexión con otro lugar?

E - Muchos vienen a Montevideo como destino o como base digamos y después también van y vienen. Pila de gente va y viene que de repente los ves un día y te dicen me voy para tal lado y después vuelven porque se hospedan acá, van y vienen. Hacen el turismo interno digamos, con base acá, con base en Montevideo, porque es una ciudad que les permite también salir a la noche, tiene más noche que otras, más que si vas a Colonia o Punta del Este y sobre todo si vienen en temporada baja.

I - Bueno, muchas gracias, esas eran mis preguntas.

ENTREVISTA 14 -

I - Bueno, como te comentaba estamos intentando hablar con la Perdiz, con García, intentamos hablar, claro, con lugares que sabemos que también reciben muchos turistas, que son reconocidos por eso.

Con todo del rubro.

E - La pandemia nos dio un palo... pero, nos dio un palo.

I - Bueno, exacto, sí, sí, es uno de los motivos por el que elegimos enfocar la tesis en esto, porque sentimos que, bueno, hubo algo.

E - Un palo terrible.

Pero más a nosotros, que somos los restaurantes turísticos, que buscan los turistas, a ellos los buscan por la carne. A mí me buscan por la cocina fusión diferenciada, y las referencias no, pero digo lo que tenemos, un estilo culinario definido, somos muy buscados por los turistas.

Acá en los años 2016,17,18, hablabamos en portugués en inglés, era una de pedir 10 taxis cuando venian, fue una época gloriosa. Este, después vino una crisis en Brasil, y después, lo del huracán Wilma y la mar en coche, que entonces ya se sintió acá.

La gente en Brasil no viajaba, había inflación, había devaluación, entonces la gente no viajaba y eso nos afectó.

Pero el golpe de gracia fue la pandemia.

Hasta el día de hoy no nos hemos recuperado.

Claro, y si con hisopado hasta cuando se podria viajar, vos tenías el tema del hisopado.

Yo fui a Río en enero, yo me quería morir: 100 dolares para ir, 100 dolares para venir por persona, y como el día que regreso habia que hacerse el hisopado con 48 horas de anticipación, y habían aumentado los casos por la última cepa.

Ya el test demoraba mas de 48 horas entonces, como lo precisaba urgente, me quería cobrar 300 dólares, o sea, dije nunca más viaje en pandemia.

I - Heavy, sí, sí, sí.

E - Entonces nos afectó mucho. Entiendo que en la escala afectó mucho más a los hoteles, porque yo también atiendo al público local, los hoteles no tienen públicos locales.

A las agencias de viajes las destruyó

I - Bueno, por eso, en realidad, los agentes son bueno el turista en sí mismo, las agencias de viaje, agentes del gobierno, transportistas... por ejemplo, tengo entrevista con EGA la semana que viene. Hoteles, centros comerciales, guías turísticos y bueno, restaurantes que tenemos ahí como una selección.

E - La destruyó.

La destruyó.

Está bien.

¿Y vos qué? ¿Qué es lo que querés saber?

Qué lindas uñas tenes.

I - Muchas gracias. Tengo una serie de preguntas que te voy a ir haciendo. Te voy a empezar esa serie de preguntas, y vos me has respondiendo... obviamente, el la idea es que no sea "sí, no" sino como un poquito explyado y según tu criterio.

Primero que nada, cuáles crees tú que son los motivos, por los motivos de visita de los turistas a Montevideo?

E - La calma de la ciudad.

Todo el que los que hemos viajado y hemos estado en ciudades como San Pabl, Río de Janeiro. Bogotá, Santiago, sabemos lo que es el tránsito.

Aunque te parezca mentira, el tránsito es una razones por las cuales elegimos una ciudad.

La seguridad.

Porque por más mal digamos nosotros que estamos. Estamos mucho mejor que el resto del continente, y lo digo en propiedad porque yo mucho y viajo mucho en.. para formarme, para traer especies, para adquirir conocimiento y...

Manejar en Bogotá, es de las peores pesadillas de vida, manejar en Turquía, manejar en San Pablo, en relación a que te mencione...

Manejar en Buenos Aires....Bueno, y ahora se está volviendo un poco una locura acá, pero por suerte es a las horas picos, no todo el día.

I - Si, yo recién llego de Turquía que estuve el mes pasado... y si

E - Estuviste en Ankara?

I - Sí, estuve en todos lados Ankara, en Estambul.

E - Me tomé taxis con marcha atrás, a contramano, no, no... las cosas que yo vi en los países árabes, en Egipto... es caótico

Entonces, no nos damos cuenta por más autocrítica, digamos que disfrutamos de una paz social y una calidad de vida, que es apreciada en muchos países.

Yo tengo de hobby además, la economía, entonces, bueno, soy docente en facultad... creo que en la vida hay que prepararse en muchas áreas para lograr tener éxito, y un área que me fascina es la economía, entonces digo...

Los índices que da las Naciones Unidas del Uruguay -no solo en términos económicos, sino en términos de Desarrollo Social-, que son índices que miden la calidad de vida como la expectativa de vida, como la corrupción, en este caso la falta de corrupción... Todos son todos índices que nos hablan un poco de la calidad de vida y nosotros somos muy críticos.

Hablamos mucho de que tenemos problemas de inseguridad, de cómo están las cárceles, que cara que está la NAFTA.

Pero cuando haces un balance, ves todos los índices que nos dan Naciones Unidas y que surgen de estudios socioeconómicos... Estamos muy bien al nivel latinoamericano, estamos arriba de Chile hoy. Y a nivel mundial ocupamos puestos de privilegio. Entonces porque viene la gente de otros países? por eso. Porque tenemos una calidad de vida que para otros es envidiable.

I - Y a Montevideo, ¿consideras que vienen más, por ejemplo, por temas laborales? o por ocio? a Montevideo puntualmente...

E - Ambos, pero eso es cíclico, como la crisis económica. Habrá momentos que vendrán por temas de turismo, especialmente en verano. En invierno vendrán por temas laborales.

Y según cómo sean las inversiones. Cuando se hicieron las plantas de celulosa, yo me cansé de darle de cenar a gente de Finlandia. Me encantó escuchar cómo suena el finlandés, que nunca en mi vida lo había escuchado. E incluso hasta llegué a ser relación de amistad con algunos no. Esa gente desapareció. Entonces, entiendo que la afluencia de gente es difícil clasificarla.

Masivamente son turismo.

Pero vos tenés picos en función de las inversiones que haga el país, dónde vas a tener mucha gente por negocios.

I - Genial... el turista suele probar sabores y platos ya conocidos o tiende a ir por lo novedoso, o sea, son más conservadores o...

E - Interesante pregunta. Eso depende de la cultura de los pueblos.

Ejemplo, el indio cuando viaja quiere seguir comiendo como en la India. Quiere seguir comiendo sus currys picante, te pide su pan nam, pide su cebolla frita y son todos clientes nuestros, porque nosotros somos el restaurante que más nos aproximamos a eso.

El Europeo y la gente de otras culturas -en la que me incluyo-, viajamos buscándole diferente.

Y yo siempre pongo el ejemplo: yo no iría a ninguna parte del mundo a pedir asado. Yo no iría a Milán a pedir a asado. Pediría un risotto a la milanesa.

Entonces entiendo que por temas culturales hay gente que sale de su país y quiere seguir comiendo lo mismo.

Al asiático le pasa lo mismo. Al tailandés, para darte un ejemplo. Al chino, al coreano. No así en los pueblos más ricos de en gastronomía son los más abiertos a probar todo a buscarlo diferente.

México España, Estados Unidos Francia.

Los países que tienen una tradición gastronómica rica que sale enriquecido de la cultura de lo que eran una época fueron sus colonias o sus influencias étnicas, están abiertas a probar todo.

Los países que han tenido una cultura cerrada, como el caso de los países de Oriente, salen de su país y siguen queriendo comer los mismo.

I - Y esto en realidad viene un poquito de la mano y la pregunta ahora: suelen venir algunos de ellos, por ejemplo, preguntando por platos que son típicos de acá - tipo el turista que viene y te dice, “quiero probar la carne uruguaya”, o sea que ya conoce, que ya conoce lo que nos caracteriza como como país.

E - Buena pregunta también.

Está dividido: mayoritariamente, la gente conoce Uruguay por la carne. Nuestro producto estrella es la carne.

Entonces es normal que la gente de Brasil, especialmente habló de Brasil, cómo podría decir otro país, lo que pasa es que Brasil tiene una calidad de carne... que no es tan buena como la nuestra, es decir, no te voy a decir que es mala, pero...

Estados Unidos tiene una carne maravillosa. Yo, comí carne en Estados Unidos y quedé alucinado, entonces depende mucho de donde vengan la gente.

Un Argentino, salvo que sea muy obtuso, va a venir a pedirme un bife ancho.

Pero los hay, la gente busca la carne mayoritariamente, no todos, por eso el éxito de las parrilladas Gourmet, como puede ser Francis, García o la Perdíz.

Y por eso nosotros trabajamos en volumen un poquito menos, pero con un público que busca la variedad, porque en la variedad está la riqueza.

La gente que busca el agridulce, mi perfil es el agridulce, es el picante, son las carnes de caza el pato, el conejo.

Y por suerte, el público para todo.

I - Existe una época bueno, con mayor concurrencia? Me decías esto de que que es medio cíclico, pero puntualmente Tandory en alguna época del año recibe más...

E - Sí, sí, absolutamente rebelión.

Mayoritariamente público extranjeros de Brasil.

Y dentro de Brasil tenemos que pensar cuándo es que viaja el brasilero. Lo hace en las fiestas.

Digamos que del 15 al 20 de diciembre al 10 de enero.

Esos son los días en los que yo te hacía referencia que los años de bonanza que tuvimos del 2016 al 2018, hablábamos en portugués.

Y era bueno. Un caos de taxis y Uber...

Y me acuerdo de haber tenido gente que lleva de llevarla al hotel. Porque no había paro de taxistas te hablo probablemente 2016 17. Me acuerdo, el último paro de taxis, antes que viniera a Uber.

Uber cambió todo. Le hizo mucho bien al mercado, y me sacó un trabajo de encima... terrible, no, no...

La gestión de devolver a las personas a sus hoteles, la gestión de llamar a los taxis.

Habia mesas de 8 a 10 personas, y era llamar y decir precisamos 3 taxis.

Venía 1 y el otro no venía. Yo llamabal al 141... No, no, las calenturas que me agarre -hablando mal y pronto-.

Puedo decir hasta que la gota que derramó el vaso, fue una noche que recuerdo claramente la mesa de 2 americanos sentados contra la ventana... “no busques taxi, no hay”... “en qué hotel está?” me dijo en el Sheraton” - “yo lo llevo”.

El comentario que me puso el tipo en TripAdvisor, lo tendría que haber encuadrado. Quedó flasheado. “El dueño del restorán nos llevó al hotel”. De hecho, esto no existe ninguna parte del mundo, entonces por qué viaja la gente? por cosas como esta.

En qué otra ciudad? Vos estuviste en Estambul, yo también, sabes que difícilmente dejes que un tipo te lleve al hotel.

I - Ni loca, o sea, me parece re inseguro y aparte, claro no, no, miedo total. Subirme a un taxi, era un desafío.

E - Esa es la confianza que damos, no solo como persons o como empresa, sino como nación.

I - Bien... y consideras que haya una propuesta a nivel gastronómico en este caso, que los turistas busquen y por algún motivo en Uruguay no haya, o sea más difícil de encontrar que en otros lados?

E - No, hoy en Uruguay tenés todo.

Hay todo.

Es maravilloso, hoy voy a tener buen sushi. La carne. Tenes estupendas hamburguesas, cervezas artesanales. Pastas mejores que en Italia. Vos vas a Italia todas las pastas son secas. Venís acá...

Tenés lasaña de pollo, lasaña de espinacas, lasaña bolognesa, tortellinis, noquis rellenos...

Yo no vi eso en Italia, ni al sur ni al norte.

¿Entonces, vos me decís? ¿Qué falta acá?

Si esta comida coreana tenemos, la gente no la conoce, pero yo cuando salgo me voy a comer cocinar comida coreana, claro, voy a buscar lo que yo no hago.

I - Sí, la verdad que avanzamos mucho. Este tema de los mercados gastronómicos también y todo eso.

E - Las mercado gastronómico y las escuelas, gastronomía, la globalización, el acceso a los viajes más baratos, Youtube, Internet, Facebook, Instagram. Todo nos aporta conocimiento.

Esta en nosotros aprovecharlo o no.

I - Y bien, en cuanto a los precios en general, el turista se asesora en cuanto a los precios antes de venir al restaurante, preguntan por las redes, consultan?...

E - No lo sé, eso no te puedo decir porque... yo que he viajado te digo que los precios son más o menos iguales.

Cocinero - Perdón... cómo encaro la Fileto?

E - Hace el sofrito en aceite, generoso. Hacer el sofrito de la cebolla, ponele un poquito de sal para que sude. Que no dore. Después que las dore, que la sudas, bueno agrega ajo.

Una cucharada sí, generoso también. Azúcar, azúcar, ponerle. No la dejes dulce, no la dejes salsa de pizza de cumpleaños de niño..

Ponele una a dos cucharadas de azúcar.

Tirale un poco más de la salsa de tomate italiano. Un poco de las otras, es más líquida, para que no quede tanto tropezón, ah... y ahí las hojas de Laurel y la albahaca al final.

Este... y déjala abrir despacito 5 minutos, que se fusionen Laurel y la cebolla los 5 o 10 minutos, apaga si tiras la albahaca, juliana para.

¿Dónde me quedé?

I - No... en el tema de los precios este si considerabas que bueno, que el turista como que hacia un....

E - No mira, el turista que viene acá, primero te voy a decir que ya sabe más o menos como que se va a encontrar porque vos en las guías de turismo, antes impresas o digitales -llámese la página webs, TripAdvisor, está Google, etcétera- vos tenés una calificación de los precios... a ver, no se ajusta totalmente a la realidad.

A veces vos tenés restaurantes que te ponen dos tenedores y después vas y te arrancan la cabeza, y otros te pone cuatro, pero después resulta que tenés la devolución del IVA, entonces era también de 2 o de 3.

Entonces digamos que no, hoy la gente no se fija tanto en los precios.

Antes sí, porque antes cuando el dólar estaba a 20, 22 , éramos un país carísimo. Hoy seguimos siendo caro, pero éramos carísimos... comer en Nueva York era más barato que acá.

Y antes, en los años 2000, principios de 2000. Antes, la crisis del 2008, yo me acuerdo una anécdota que -tómalo como un no, como un ejemplo, sino como un contexto que responde tu pregunta-....

Vienen cuatro personas a almorzar un domingo: un inglés con su novia, Uruguay y los padres de la novia.

Entonces, bueno, comen de todo -ella estaba estudiando en Inglaterra o trabajando- y bueno había venido a pasar el verano, las fiestas a Uruguay.

Entonces comen, de todo, no me acuerdo bien pero... un vino, todo, un buen almuerzo, tipo banquete, no?

Cuando terminan de comer, llega la cuenta, una cuenta probablemente abultada, no a nivel empresarial, que son las más afectadas porque toman vinos caros, pero una cuenta interesante.

Y nunca me olvidaré.

El padre de ella va a pagar. La nena agarra la cuenta, dice, “papá pago yo”... “no hija, cómo vas a pagar vos”... “Papá, esto es lo que me cuesta el taxi a mí en Londres de mi casa al restaurante”.

Entendiste? la cuenta y las del almuerzo que para un uruguayo era cara es la cuenta del taxi.

Hoy eso no sé si sigue siendo.

Pero digamos que normalmente vos comes bien en un restaurante de este tipo por un promedio de 30 a 40 dólares por persona.

Qué es lo que vale acá el promedio...

Volvemos lo mismo, con quién me vas a pagar? ¿Tenes descuento de tabú tenés devolución de IVA? Pero entre 30 y 40 dólares en promedio, así que estamos en promedio nacional.

I - Y ... consideras que acá tienen opciones en la carta como para varios segmentos digamos, o más que nada se enfocan en un segmento de la sociedad, un segmento socioeconómico?

E - No, no, no me apunto a un segmento socioeconómico medio y medio alto.

I - Medio alto, perfecto. Consideras que el turista busca carta variada, digamos, o busca más, más bien tipo, salir del paso?

E - El turista... yo te puedo responder por mí. Yo no salgo nunca del paso, para mí comer es una cosa importante.

Jamas me vas a ver comiendo de un tarro de plástico, aunque sea el terror del tarro plástico lo voy a poner en un plato.

Entiendo que el turista de nivel socioeconómico alto, sale a buscar lo que quiere, no sale del paso.

I - Comerte una bocata en Italia? por ejemplo

E - Comerme una bocata en Italia?

I - En la calle, ponele, no sé.

E - Estás comiendo bocatas en la calle de Italia, de Nueva York, entendés? Eso no es salir del paso, es decir... salir del paso es decir, tengo hambre que como? encontrarse con lo primero que encontrarás... comerse una bocata en Italia, comerse un taco en la calle de de de México...

O en las calles de Nueva Delhi o sea, puede ser un riesgo alimenticio, pero es un placer inigualable. Yo salgo a comer a las calles

Pero en ese caso yo creo que como turista no está saliendo al paso. Estas queriendo conocer la cultura gastronómica de la ciudad que visitas.

I - Y bueno, consideres ameno el trato con el turista que viene a Montevideo. ¿En general, este cómo es? ¿Cómo es el turista?

E - Muy ameno, muy ameno... tenes como siempre, la excepción que confirma la regla...

Segura que no querés té?

I - Nono, muchas gracias.

E - Entonces tenés la excepción del...Generalmente el turista es amable, escucha, le gusta mucho que yo vaya a la mesa, yo, nosotros inventamos un estilo acá...Soy así, es mi personalidad, yo voy a todas las mesas. Tomaba todas las ordenes, ahora trato de delegar un poco mas, sugería venia y te decía: “Hoy tengo un lenguado maravilloso, hoy tenés que comer lenguado”... a veces me querían cambiar el plato, entonces te das cuenta que hay gente que no quiere escucharte, y que quiera hacer lo que él quiere, y gente que le encanta que le sugieras Hay gente que viene y me dice, “tráeme lo que quieras, que me recomiendan? pato? tráigame pato”. “¿Usted me recomienda el pescado? Traigame pescado”

Ese es el que se va más feliz.

Entonces, y después tenés excepcionalmente gente que no la conformas con nada.

Entonces es es un trabajo muy difícil, es un trabajo donde te llevas muchas alegrías y muchas decepciones. Una de las decepciones más grandes la tuve con una pareja brasileña.

Yo hacía caracú gratinado en invierno y se ofendió con el caracú porque le parecía que era un montón de grasa. No se, hubiera pedido otra cosa.

Y me puso una crítica muy mala, entonces... vos te llevas decepciones. Si, hay gente que no entiende nada.

Gracias a dios, hoy son una minoría.

I - Y encontrarás que la mayoría, la mayoría de esas personas, de esos turistas, vengan de algún lugar en especial, por ejemplo, cómo diferencias al europeo del latinoamericano?...

E - Bueno, te lo que lo respondí en la pregunta anterior, si, la diferencia la tienes, según las etnias.

Siempre el americano, el español, el mexicano, al peruano, -pueblos de comer variado- son los son los más fáciles de darles de comer.

Mientras que los los que son cerrados es difícil.

Con Brasil debo nombrar un ejemplo, que mis colegas no sé si la Perdíz, eso lo sabrán porque ellos venden mucha carne.

Yo vendo pescado fresco, pescado y mariscos, conejo, pato, carne, carnes de caza, lengua, cualquier cosa, cocino cualquier bicho que camine no, no hago insectos.

Las culturas asiáticas se come insectos, y en la mexicana también.

I - Si, les encanta!

E - Entonces, este... una cosa que yo observe de la gente de Brasil es la pasión por los camarones.

Me preguntan por camarón -que allá están llenos de camarones frescos-, y a ver... yo no voy a Brasil a comer asado, usted viene Brasil, no me pide camarón

Por supuesto que los tengo, pero no se que tiene en la cabeza. Hay muchos brasileros que salen, pero quieren seguir comiendo camarones.

Estás en Uruguay, no puedes comparar, acá son importados, vienen de Ecuador. Perdón de Tailandia.

Salvo los que tenemos de Galicia que tenemos en febrero o marzo. No sigan comiendo camarones!

Entonces, si, vos tenés las dos cosas, y la excepción de algunos brasileros que quieren seguir comiendo lo mismo, pero mayoritariamente el turista de alto nivel socioeconómico se deja guiar.

I - Y el trato es más ameno con ese turista...

E - Claro, si vos te dejás guiar, cómo no va a ser ameno? Si vos me escuchas, nos vamos a entender. Ahora si vos te cerrás, yo no, arreglate sola.

I - Claro, y qué buscan ustedes puntualmente que el cliente perciba, cuál es ese mensaje que a ustedes les interesa que el cliente se lleve?

E - Lo mismo que tiene que buscar todos los empresarios exitosos: la satisfacción del cliente. Es lo más importante. El objetivo debe ser, de un empresario, -ya sé que venda bienes o servicios- llenar la necesidad de satisfacción del cliente. Y el dinero es la consecuencia de.

I - Sí, claro.

Eh... al turista se le dificulta un poco la comunicación en otro idioma, me decías que bueno, que acá suelen hablar. Este hubo una época que hablaron mucho portugués.

E - Sí. De francés, portugués.

I - El turista que viene tiene facilidad para la español?

E - Sí y no. Todos los del Brasil de la parte gaucha, falamos un portuñol perfeito.

El problema son los del noroeste, que hablan otro idioma, pero lo mismo brasileros, te dicen, hablan otro idioma.

O sea, son más cerrados viste? Es una cosa impresionante.

Y ta, son los únicos que son un poquito más difícil, los del nordeste, que son un poquito cerrados...después no tenés problema.

I - Y con los europeos. ¿Hablas inglés, o qué idioma?

E - No, si si, con muchos hablas inglés sí.

El inglés, como es como el idioma más universal, obviamente que bueno...

Si, aparte tengo el menú en inglés y en español.

I - Y la última pregunta, consideras que los turistas eligen Montevideo como destino final? O lo consideran como digamos, este... como un medio para llegar a otros lugares.

E - Ambos.

Muchos de los de los turistas que vienen acá, vienen a Montevideo como destino final, pero también van a Punta del Este, también van a Buenos Aires, o van a Buenos Aires y van a Colonia y vienen a Montevideo. Ambas cosas. Yo creo que ahí depende un poco si estás en viaje de turismo puede ser un destino intermedio.

Y si estás en viaje de negocios, al vez sea porque tiene final.

I - Bueno, eso sería todo.

E - Espero que te haya servido de algo para la Tesis.

I - Sí, la verdad que la verdad, que si, este... te agradezco muchísimo, mi me encantó también que me pudieras contar un poquito lo que consideras también de cómo funciona todo, no? este tema de la economía esté bueno, esto que me decías por ejemplo de los turistas de la frecuencia en las visitas de los turistas en las en aquellas épocas donde por ejemplo, acá hay planes.

A nivel económico, a nivel de inversiones como eso.

E - Lo más importante es lo que te decía, recién no?... el mercado se auto regula, los mercados liberales, se auto regulan, y siempre el emprendedor exitoso es aquel que satisface al mercado.

Vos, para qué tener éxito, lo que tenés que hacer es crear un producto o servicio que satisfaga el mercado, ya sea que el mercado tenga una necesidad, o que pueda generar la necesidad. Entonces el objetivo del empresario tiene acceso satisfacer - es un benefactor del mercado.

Yo beneficio al mercado, porque? porque damos con gran producto, y la libre competencia qué es lo que hace? que cada vez quiere hacer las cosas mejor.

Porque está aquella idea de bueno, estamos cenando, y damos gracias al panadero por haber hecho un pan tan maravilloso, y damos gracias al carnicero por habernos procurado una carne tan tierna.

Que fué, la bondad del panadero, del carnicero? No, fue el interés del panadero y del carnicero querer darnos un producto de calidad en pro de su interés personal, para poder seguir vendiendo... porque si no le compro más y se va a fundir.

Ese concepto, que es el concepto de libre mercado, es el que yo aplico. Nuestro objetivo tiene que ser la satisfacción tuya, de tu pareja, de tus socios, de tu familia, que viene a pasar un buen momento para que vuelvas.

Porque si no lo vas a volver.

I - Tal cual.

E - Pero eso que estoy diciendo no se aplica solo a la gastronomía. Se aplica a todo.

Si pintas las uñas, tienes que ser la mejor pintando las uñas para que cuando se te rompa la uña, vuelas.

I - Aparte de esto, que bueno soy Licenciada en Relaciones Internacionales, estoy estudiando Marketing y trabajo en en el área del marketing digital por el trabajo para Facebook, soy maquilladora.

E - Con razón, tenes ese look!

I - Soy muy exigente, o sea, con con mis clientas. De hecho, me tomo un tiempo más antes y después entre cliente y clienta para no tipo sacarlas, viste? que siempre puede haber algún imprevisto.

E - ¿Pero sabes que entonces tengo como experiencia que te puedo dar?

Tu trabajo tiene un valor agregado que te va a permitir diferenciarte de la competencia.

Vos no pienses en el costo del material que utilizas para hacer tu trabajo. Vos pensá, ¿cuánto está dispuesto a pagar el consumidor por ese producto o servicio?

Obvio que no quede fuera de los precios marcados, pero por ejemplo, yo no fijó los precios mirando los precios mirando lo que cobran los demás. Yo fijo los precios en función del nivel de satisfacción que por nosotros somos un restorán costoso, no caro

Caro es una cosa, cuya expectativa no se cumple, cuando la calidad no está acorde al precio.

Bien, anda a ver cómo tengo la cocina, no? No hay una mosca en la coocina. Todo está rotulado, fechado, enumerado.

Por hablarte de limpieza, pero también te hablo de la calidad de los productos, de la elaboración, la la acústica... escucha como se oye... eso vale plata.

I - Es la experiencia, vos vendes la experiencia, no vendes el plato.

E - Exacto, maquilladora.

Cuando vos comprás una crema antiarrugas que estás comprando.

I - Verse bien!

E - No estás comprando una crema. Estás comprando la ilusión de verte mejor! Cuando vos venís al Tandory, no venís a comer. Venís a vivir una experiencia que te permite hacer un negocio, tener una cita, celebrar con tu familia distintas ocasiones.

I - Exacto, es tal cual.

E - Pero eso nosotros no vendemos comida, vendemos buenos momentos

Bueno, me encantó charlar contigo.

I - Bueno, a mi también!.

ENTREVISTA 15 -

I - Con un grupo de estudiantes estamos investigando acerca del turista que visita Montevideo, queremos poder entender el perfil de las personas que visitan Montevideo. Me gustaría hablar contigo para poder conocer sobre tu rubro.

E - Yo hace cinco meses que estoy trabajando y me tuve que reinventar como cualquier hijo de vecino. No me dico 100x100 al turismo pero conozco bastante porque yo laboraba de chofer en la embajada, con un empresario, entonces tengo la dicha de conocer algunos lugares donde vos podes llevar al turista. Si viene un norteamericano, no lo vas a llevar al Cerro o al Borro. Después a veces hago algún traslado a Punta del Este y bueno si hay 1000 cosas para mejorar pero el gobierno no da pelota y eso es una lastima. Maldonado se podría beneficiar, la clase

media se podría beneficiar, es trabajo para todos. No podes tener Punta del Este vacío o que el Museo del Fútbol este cerrado justo cuando por ejemplo vienen a la criolla del Prado. Yo me pongo en el lugar del turista, por ejemplo, venis al Puerto y está todo deteriorado, los pastosos rompiendo las bolas, la policía no hace nada, el gobierno no hace nada. Montevideo es una de las partes más importantes y nadie hace nada. Si vas a Puerto Madero hay otros tipos de servicios y no ves cosas así. Te cuento una anécdota, estuve un par de días con unos estadounidenses, que son paraguayos en realidad, vinieron a recorrer, pero pasa si te vestis medio sencillo vienen estos fantasmas que laburan acá y te miran con una cara fuera de lugar.

I - Cuál es el motivo que trae a los turistas a visitar Montevideo?

E - Yo trabajo sobre todo con extranjeros, a veces los muchachos de los restaurantes me recomiendan porque yo tengo una manera de trabajar más respetuosa. Lo que yo veo es que los turistas tienen poca información, he estado con miles de turistas y lo que veo es que venden mucha información que cuando el turista viene se encuentra con otra cosa y eso está mal porque es engañar al extranjero.

I - Tiene algún caso para contarme que tenga que ver con Montevideo?

E - A Montevideo le falta mucho, bueno, aca paran los barcos que vienen con todo tipo de turistas y vos no podes tener el mugrero que tenes aca, o esta gente que está manguendo porque da un aspecto feo, una sensación de inseguridad.

I - La seguridad como la ve por aca?

E - Yo no tengo problema con nadie, por lo general no le van a manotear nada a nadie porque hay camaras de la Intendencia por todos lados, que vos las ves, y no quiero que suene discriminatorio, pero si vos tenes camara de seguridad y tenes 5 negros molestando a un gringo ahi, el tipo extranjero no sabe que hay camaras y se siente mal estando aca. Te joden a vos, al

comerciante y al extranjero. La intendencia podría poner unos tarros de basura, los ponen en la rambla y acá no ponen nada. Después hay muchos lugares que son públicos, o te cobran una entrada y está cerrado, o con horarios restringidos. Entonces claro, se apuesta solo al verano, al turismo y en realidad los turistas vienen todos los días.

I - ¿Cuándo viene más gente por acá?

E - Es relativo, lógicamente cuando se viene el verano, el argentino siempre está, el brasilero es más de venir a fin de año. Yo esas cifras no las tengo, pero hay que tener en cuenta que hay muchos extranjeros que se están viniendo a vivir a Uruguay y ya forman parte de nuestra sociedad, y se viene por la tranquilidad, seguimos siendo como la suiza de America, te cobran por la seguridad. En aspectos de seguridad tenemos toda esta delincuencia que te contaba pero es más reducido.

I - ¿A dónde le pide la gente que la lleve?

E - No, no tienen ni idea, casi nadie tiene idea. El tour que yo les hago, que es como el más importante, es ir todo por la costanera hasta Carrasco, lo llevó a lo clásico, a Punta Carreta, por la historia que tiene, al estadio Centenario, el Mercado Agrícola, capaz que me piden o me preguntan por el Barrio de los Judios, entonces le doy una vuelta, porque quieren saber Y despues tenes muchos lugares, los llevó por Montevideo Shopping. Generalmente los turistas se alojan en la zona entre el Punta Carretas Shopping y el Montevideo Shopping y los llevo por ahí para que vea la zona nocturna. Después me piden para ir a Punta del Este o Colonia.

I - Entonces hay mucha gente que viene a Montevideo para ir a otros lugares después del país?

E - El que viene por primera vez sabe que es un país caro, pero lógicamente si le da la plata se van a Punta del Este, es un clásico. Pero si se quedan unos días a conocer Montevideo. El tour que yo les hago, que son unos 60 kilómetros, les muestro también la Plaza Independencia, los

lugares esenciales. La zona de Ciudad Vieja la hacen casi siempre caminando y yo los llevo a otros lugares que sean más lejos. Yo cobro U\$S 400 por un paseo.

I - ¿Cómo se maneja con los idiomas de los turistas extranjeros?

E - Con los celulares te manejas hoy en día. Todo depende de la energía que tengas, la buena energía, la buena onda. Puede que haya alguien que no me entienda. Yo entiendo lo básico, muy poquito, pero de alguna forma te haces entender.

I - Conoce la marca país.

E - No me han comentado, se que el Ministerio del Turismo da mucha información pero da mucha errónea, sobre todo para temporada baja. Por ejemplo, el día de los trabajadores pasó que hubo mucho turista que se tuvo que ir porque habían dos o tres cosas abiertas nada más. Pasa con los taxistas, no dan información de nada. Yo aunque lleve a una persona solo hasta el hotel ya le doy un pantallazo de lo que puede ver y lo que no. Después me terminan contactando para que los ayude a trasladarse dentro de Montevideo.

El gobierno tiene que mejorar mucho la capacidad humana, tiene que capacitar a las personas que brindan los servicios a los turistas para generar una mejor imagen. Porque los turistas vienen con información que no es la real y el turista no se ve tan contento. Se va mal pero se va sin ese plus. La iluminación de Montevideo es espantosa, es fundamental pero acá es opaca en casi todos lados.

E - Muchas gracias por tu tiempo

I - Suerte

ENTREVISTA 16 -

I - Bien, mira te cuento, en un principio te iba a considerar como turista, pero me parece importante que me des tu opinión como alguien que le presenta las diferentes opciones que hay

en Montevideo a un turista que llega y quiere conocer. Para empezar me gustaría que me cuentes cuál crees que es el motivo por el que vienen los turistas a Montevideo.

E - Me parece que Montevideo en realidad es como que tienen todas las actividades tipo unificadas en un solo lugar. Por ejemplo, si piensas en playas puedes pensar en la costa, si piensas más en, no sé, fiestas, piensas en Punta del Este, si piensas en algo histórico, piensas en Colonia y bueno, Montevideo como que unifica todos los turismos, por así decirlo, en un solo lugar y al ser la capital es como que tiene todos los servicios y mucho más logística durante todo el año y me parece que por eso es más más atractivo frente a otros destinos de Uruguay.

I - ¿Cómo consideras que nos perciben los turistas que llegan desde otros países a los Montevideanos?

E - Por lo general, siempre creo que los que viven en Montevideo, en realidad tipo los uruguayos, tienen esa particularidad de que los extranjeros siempre se piensan que somos muy tranquilos, o sea, siempre es como lo que se destaca, no?, que somos tranquilos en cuanto a la seguridad, por más que nosotros pensamos que es todo re inseguro, lo comparan con lo que pasa en otros países, como que no se ve igual, los turistas ven Montevideo mucho más seguro que sus propios países y siempre se habla de eso, de la tranquilidad. A mí me tocó recibir mucha gente de afuera y bueno, eso como que siempre lo que más sale a la luz.

I - ¿Y hay algún otro aspecto que creas interesante resaltar?

E - Sí, después tipo, dependiendo de las zonas donde estén o donde pasean, siempre está el tema de la limpieza, que por ejemplo, si está más en Pocitos piensan que es una ciudad bastante limpia y después van al Centro o Ciudad Vieja y ahí ya es como bastante sucio. También es un tema de percepción de cada uno, pero o sea, en Ciudad Vieja por lo pronto también hay bastantes problemas de limpieza y bueno, dependiendo por donde recorren y por donde vayan los turistas

es como que se van con esa imagen, o sea, puede ser muy limpio o muy sucio. Creo que en general esas son las percepciones más grandes.

I - ¿Qué piensas de la marca país y del slogan del país?

E - Los turistas que llegan de otros países lo ven a Uruguay Natural, el Ministerio lo pone por todos lados. Por lo pronto vas a entrar en el país y está el logo o incluso entras a alguna web para informarte de Uruguay y como que si siempre está presente más allá de que en realidad no sé lo trabaja mucho el Ministerio, pero como en nuestro país está asociado a la parte natural, a la parte tranquila y bueno, creo que desde ese lugar siente que puede estar presente.

I - ¿Cuál época es la mejor para visitar Montevideo?

E - Creo que es tipo fuera de las temporadas fuertes, de mucho calor o mucho frío, por ejemplo, fines de febrero, marzo, abril y después está emm, la primavera, en septiembre, octubre, noviembre, porque no sufris por el calor intenso del verano, ni el frío frío del invierno y me parece que es como la parte más tranquila. Aunque obviamente depende donde vayas, eso que te digo es para Montevideo.

I - ¿Qué actividades se pueden realizar en Montevideo y se deberían promocionar?

E - Para mí en realidad hay que fortalecer todo lo que es la parte cultural, porque tipo somos uno de los pocos países en donde los museos son casi todos gratuitos para el público, o sea, hay muy pocos que son privados y si piensas en realidad de que si vas a cualquier país de viaje tenes que pagar fortunas en sacarte una tarjeta para poder entrar a los lugares, como que acá tenemos un punto bastante a favor. Otro también, son los espectáculos tipo culturales del estilo de los del Teatro Solís o del Sodre que son muy, muy, muy económicos y en otros países, por ejemplo, no sé yo estuve viviendo en España y para ir a ver un espectáculo de ópera me cobraban € 100 tranquilamente y acá literal que pagas dos mangos, en serio, y entonces creo que estaría bueno como que se le de enfoque a todas las actividades que se pueden hacer de forma gratuita y

bueno, después hay un montón de actividades, o sea en realidad en Montevideo puedes hacer varias cosas gratuitamente, como subir el mirador de la Intendencia, ir al jardín japonés, no sé pila de cosas y que son gratis de recorrer. También las casonas del Prado, las casonas de Carrasco o el centro o Ciudad Vieja y ahí tipo no gastas mango.

I - ¿Y si hablamos de actividades que podrían realizarse en Montevideo y hoy en día no hay o no se promueven?

E - No se actividades pero sí me gustaría que hubiera en Montevideo, no me sale el nombre nunca, pero los bares que están en tipo en los edificios arriba del todo, los rooftop, o sea, en un momento hubo en el Hyatt, pero ya no hay más, creo no sé, no vi más que lo publiciten. Se que en Buenos Aires hay muchos y me encantan y acá no hay, o sea, si me preguntas, actividad, se me ocurre eso.

I - ¿Cómo ves los precios de Montevideo? ¿Es algo que tienen que tener en cuenta los turistas antes de venir?

E - Eso es obvio que sí, y en un destino es un determinante el precio a no ser que quieras mucho venir o tengas que venir por alguna razón en específico, tipo son determinantes. Como ya sabemos en todo Uruguay siempre es super caro y eso es lo que ven siempre los turistas, depende de donde vengan, porque, o sea, nosotros estamos en un nivel muy parecido a cualquier país de Europa, o por lo menos los económicos. Bueno, o sea, creo que la relación no es muy buena.

I - ¿Consideras que el Montevideano es una persona abierta a los turistas?

E - Si obvio, creo que sí, o sea, lo del eslogan típico que había antes que era algo así como el turista es un amigo y un argentino es un hermano tipo eso como que lo refleja, eso de que siempre estamos muy abiertos a recibir turistas y creo que en Montevideo obviamente que si lo vemos, pero en lugares que son netamente turísticos, o sea, Punta del Este, Rocha Colonia,

están muy receptivos y muy abiertos y creo que en Montevideo también, o sea, en general, siempre es como que se ayuda.

I - ¿El destino turístico elegido es elegido porque conecta con algún otro lugar o porque les interesa conocer la ciudad?

E - Bueno, eso no sé, yo creo que tendría que hacer mucho más foco que no se hace hoy en día con el turismo regional, con Buenos Aires, o sea gente que viene de otros países que se hace tipo en la práctica, pero, o sea, el turista que viene de Europa cruza a Montevideo o a Colonia, pero no hay nada institucional de que se vende el destino en conjunto y muchas veces me parece que se tendría que pensar porque una persona viene de tan lejos podría aprovechar ya que viene a Buenos Aires cruzar para acá, o al revés. O sea, es más probable que vaya a Buenos Aires y después cruce. Entonces, como que me parece que tendría que haber un nexo que venda el destino en conjunto, Buenos Aires, Montevideo.

I - ¿Cuál crees que es la época en la que hay más turistas?

E - Para mí cuando más viajan es obviamente en verano porque estamos acostumbrados a viajar cuando hace bastante calor, porque aprovechan y van para otros destinos complementarios a Montevideo de playa. Las épocas que te decían es cuando está el clima más tranquilo tipo no está como ahora, que hay alertas por tal cosa o lo que fuera o en el verano que hay alertas de calor. Que es insoportable. Salir a recorrer y eso, pero sí, para mí la época más visitada, obviamente, es enero y febrero.

I - Desde tu punto de vista ¿qué es lo que más le llama la atención al turista de lo que vos mostrás?

E - Bueno, en realidad creo que siempre es lo novedoso, lo diferente, por ejemplo, con los street art o alguna de esas cosas, es como que siempre la gente se copa y me pregunta dónde está, pero ir a vichar. Cuando es de afuera, en realidad son las actividades gratuitas, como por

ejemplo el mirador panorámico. Siempre cuando subo publicaciones de arquitectura y edificios, viste que nuestro país como que tiene una imagen de que hay una arquitectura muy diversa, entonces siempre que pongo sobre arquitectura como que explota.

No sé.. después también siempre de comidas me preguntan, me preguntan muchísimo. No tanto restaurantes pero tipo platos típicos, siempre sobre cosas típicas. También es como que me preguntan bastante dónde se puede tomar mate, esa es la clásica, y en realidad les digo comprándote uno. En algunos lugares te dan, pero no es normal tampoco...

Del cannabis me preguntan mucho también. Ahora no me preguntan tanto, pero hubo una época, capaz que hace unos años, cuando estaba mucho más del boom cannábico y se escuchaban muchas noticias de Uruguay en el mundo, me vivían preguntando, tipo un turista, dónde puedo ir a consumir? Osea igual la ley no contempla los turistas, pero bueno, teníamos una imagen así como si fuéramos Ámsterdam, ponele y me vivían preguntando de eso, o sea, actividades cannabicas. Yo nunca hice ninguna publicación, sólo cuando voy al museo cannábico que me invitan porque me gusta, pero como museo, pero si no hago mucho de eso, tendría que hacer ahora que estoy pensando, porque siempre es el interés de la gente.

I - Te agradezco un montón por tu tiempo.

E - Cualquier cosa me escribís y charlamos si te puedo ayudar en algo más.

ENTREVISTA 17 -

I - Muchas gracias por tu tiempo, comienzo con las preguntas, ¿Cuáles cree son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?

E - Principalmente vínculos familiares, más que nada estos últimos tiempos, muchos vienen a reencontrarse con familiares.

I - ¿Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? ¿Cuáles son los lugares más populares para usted? ¿Considera que depende del turista y su motivo de viaje?

E - Todo lo que es ciudad vieja, básicamente, es lo que yo hago. Les muestro ciudad vieja, todos los lugares, no solo los actuales, sino antiguos que hoy son diferentes a lo que eran antes en otras épocas.

I - ¿Existe una época con mayor concurrencia de turistas en Montevideo? ¿A que considera se debe ello?

E - En Montevideo hay turismo todo el año, pero podríamos decir que se ve más desde noviembre hasta marzo, abril, y después va disminuyendo. Entiendo se debe a el clima, pero como comente, Montevideo tiene turismo siempre.

I - ¿Cuántos son los días promedios del turista por Montevideo?

E - Es muy variado, hay casos que es por familiares y vienen aprox 10 días o más. Entiendo se debe mucho a los vínculos familiares o si es solo turismo.

I - ¿Qué actividades son las que más les interesan a los turistas?

E - Salir a restaurantes, consultan mucho por a donde ir a comer, que lugar recomendamos.

I - ¿Qué actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?

E - Playas, en Montevideo hay, pero no es lo mismo, piden mucha playa y por eso es que recomendamos Punta del Este.

I - ¿En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?

E - Primero compra después mira el precio, no cuidan tanto el gasto.

I - ¿Cómo considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?

E - Siempre manifiestan sentirse seguros, entiendo es porque se movilizan en zonas seguras.

I - ¿Consideras ameno el trato con el turista que viene a Montevideo, sin importar de donde proviene?

E - Siempre es ameno, muy cordial de ambas partes.

I - ¿Ustedes, que buscan que el cliente perciba?

E - Intento perciban no solo como es hoy en día Montevideo, sino como era antes, 1950. Les muestro un restaurante y les dijo así como ven hoy, antes de su visita y muchos años antes, esto era una casa de familia y así por todos los lugares de ciudad vieja. Me gusta mucho contar la historia a medida que realizamos el tour, que se queden con el antes, que se transporten a esos momentos e imaginen.

I - ¿Al turista se le dificulta la comunicación si habla en otro idioma? ¿En qué idioma suelen hablar los turistas principalmente?

E - Al momento de la guía no, pero en otros lados, si no hablan español entiendo que si se les puede complicar, pero un poco.

I - ¿Considera usted que los turistas eligen Montevideo o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?

E - Eligen Montevideo para visitar, como destino.

I - Muchas gracias por tu tiempo, esto ha sido todo.

ENTREVISTA 18 -

I - Te agradezco primero mucho por por él, por este tiempito.

Bueno, en realidad la primera pregunta sería, por qué motivo visitas Montevideo?

E - Sí, porque es una ciudad desarrollada, ciudad que tienen muchos aspectos políticos interesantes, que tiene una gente también interesante. Una gente educada, simpática. Esto esto produce un interés muy grande.

I - Y venís por por motivos laborales, o por ocio?

E - Yo vine para estudiar, la Maestría en Ciencia Política de la UDELAR.

Y elegí porque esta ciudad es muy desarrollada, tiene aspectos urbanos muy, muy estupendos, entonces esto me interesó.

I - Qué bueno.

Relacionas a Montevideo con algún lugar, algún evento o algo en particular que te sea más atractivo que otros destinos? Aparte de esto que me comentabas bueno, de la de como de la política y demás.

E - Si relaciona otro aspecto de mi vida, algo así?

I - En realidad si relacionas a Montevideo con algún con algún lugar, algún evento, o alguna cosa que te que te llame más la atención, que te parezca más interesante que, por ejemplo, ir no se, a Argentina, entiendes o no sea Paraguay.

E - Sí, sí me acuerdo que en 2012, no, no me acuerdo exactamente el año, pero me acuerdo que hubo la legalización de la marihuana, toda la América Latina estaba debatiendo cosas muy sencillas, muy muy superficiales, mientras Montevideo estaba discutiendo la cuestión de de la de la de las drogas, de la de la legalización de este, de este, de este tema, entonces esto me esto me produjo un espanto, mucha mucha, mucha atención.

I - ¿Te llamó mucho la atención?

E - Exacto

I - Y qué percepción consideras que tienen los brasileños en este caso sobre Montevideo? ¿La gente del lugar donde tú vivís?

Los brasileños o bueno, las personas de San Luis.

E - Sí, sí.

Las personas de Brasil y piensan que Montevideo es una ciudad cara sobre todo. Y es una ciudad desarrollada, muy diferente de de otras ciudades latinoamericanas.

Esto es una ciudad, es como un pedazo de Europa en América del Sur. O sea, escuché muchas veces, sí, sí, viendo o diciendo que Montevideo es una ciudad aparte,

Claro, como que no sé como que no se relaciona mucho con lo que hay alrededor con el resto de Latinoamérica...

I - Y dime el eslogan Uruguay natural te es familiar. ¿Escuchaste alguna vez de escuchaste alguna vez las palabras Uruguay Natural?

E - No, no, nunca escuché, pero, pero, puedo reflexionar sobre eso, pero no, nunca escuché.

I - ¿Nunca escuchaste?

OK, nunca lo viste en ningún lado, tampoco, un un símbolo?

E - No, no.

I - OK, perfecto. ¿Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar Montevideo, o de tu preferencia? ¿Y en ese caso, en caso de que sí, a qué se debería?

E - Creo que particularmente creo que el periodo de verano es es mejor. Por por por que estamos familiarizados, o sea algo que estamos acostumbrados, entonces por esto creo que el verano es el es el tiempo perfecto para para visitar, sí.

Para un brasileño, claro, -se rie-

I - Claro, está acostumbrado a las playas lindas.

Y respecto a las actividades, qué actividades planeadas realizar en Montevideo? Tenés alguna actividad en mente que si o si tenes que hacer aparte de lo que me comentabas, obviamente de asistir a la facultad y demás para estudiar?

E - Creo que disfrutar mejor los, los espacios, los lugares, también buscar, enseñar algo acá, tengo esto en mi cabeza, enseñar algunas cosas, por ejemplo portugués para la gente de Uruguay, porque sé que portuguesa es una lengua importante acá, entonces la gente tiene interés y.

Cómo me gusta enseñar

I - ¿Te gusta mucho enseñar?

E - Sí, sí, entonces es algo que tengo como plan, como un plan.

I - Y respecto a algún lugar, por ejemplo, que quieras ir en Montevideo, que te llame mucho la atención o que conocieras desde antes, por ejemplo tipo, me gustaría, no se, “llegó a Montevideo y me gustaría ir a tal lugar, o tal lugar.”

E - Mmm creo que no, no hay algo específico, sino porque siempre siempre vi los monumentos, siempre escuché sobre las cosas históricas, pero nada, nada muy específico, nada muy especial.

I - Y hay una actividad que te gustaría hacer acá y que no está disponible? O no hay para hacer en y capaz, y pensabas que sí?

E - ¿Una actividad?

No creo que no, no.

Que yo no yo, yo vine claro, con muchas cosas. Sí, sí, sí, muchas informaciones.

Pero me gusta también ser sorprendido. Estoy conociendo, leyendo, intentando mantener contacto con personas que puedan puedan ayudarme a conocer también. Entonces no es algo...ahora no es que yo tengo algo en mente para hacer. Es algo que no se, pero tal vez aparezca.

I - Buenísimo

Respecto a lo que tiene que ver con los precios a la hora de elegir Montevideo como destino, los precios y los costos de la estadía fueron como determinantes para para vos decidir si venir o no?

E - No, no, no fueron determinantes. En verdad fueron problemáticos estas cosas del costo, pero yo, yo pensé yo puedo manejar, yo puedo, puedo encontrar formas ...

I - De solventarlo.

E - Sí, sí, exacto.

Es algo que fue problemático, pero es un problema que puedo resolver.

I - Y cómo ves vos la relación de precios y servicios, en Montevideo, cómo notas los precios?

E - Si sí, los servicios son excelentes, pero creo que los precios son un poco altos en comparación por ejemplo a servicios de misma calidad que ofrecen en Brasil o en otros lugares de América del Sur.

I - En general, los precios entonces, te parecen altos?

E - Sí, sí, sí, son muy altos.

Pero la calidad es excelente.

I - Y respecto a la seguridad en la ciudad de Montevideo, qué piensas respecto a ese tema, te parece una ciudad segura? No tanto?

E - Sí, es algo extraño porque en Brasil, yo estaba acostumbrado a convivir con la inseguridad, con el miedo. Entonces, cuando salgo de casa como cuando salía de casa, pensaba, estoy con miedo, tengo miedo.

Sí...

Y cuando vení para acá esta sensación de seguridad fue algo muy grande, muy decisivo, muy algo que me produjo una sorpresa

I - Claro, no te lo esperabas?

E - No me esperaba, es muy segura, muy diferente de Brasil. Pero estoy conviviendo con esto.

Es algo que sí, muy me gusta mucho.

I - ¿Cómo te ha parecido el trato con los montevideanos? ¿Qué opinas sobre el trato que has tenido hasta ahora con los con las personas que viven acá?

E - Las personas son muy simpáticas.

Pienso que les gustan los extranjeros, entonces siempre me tratan de forma educada. Forma gentil. No sé si es por ser extranjero, o si son así en general.

I - O sea, que en realidad consideras como que el montevideano es bastante abierto a recibir los turistas?

E - Sí, muy abierto, muy bien. Cómo digo... hablan mucho con los los extranjeros, no hace solamente el básico. Cuando vas a pedir una información no es solamente el gesto, si no es eso, te tratan como parte de familia de la familia, como.

I - ¿Te explican?

E - Sí, sí, explican muy bien y charlan también.

Se interesan saber quién soy, quién soy todo más y vamos hablando. A veces yo pido una información, ellos no simplemente me dan una información sino que vamos hablando, vamos con charlando, vamos caminando juntos.

Charlando, muy lindo. Es algo muy bueno, como familia.

I - Y el idioma fue un problema para la comunicación en tu caso?

E - Yo había estudiado español en Brasil, pero la pronunciación es algo complicado, pero con el tiempo fue mejorando. Está mejorando también está perfecta, pero está mejorando. En comienzo, fue un problema muy grande, no muy grande, pero fue un problema.

Pero ahora, ahora está está mejorando.

I - ¿Y hace cuánto estás acá?

E - Creo que 40 días por ahí, sí.

I - ¿Y tu plan es quedarte cuanto tiempo?

E - Dos años.

I - Acá en el hostel?

E - No acá en el hostel, no.

Pero no sé capaz que capaz, que yo yo regrese más más, como antes.

I - Qué bueno.

Por último, preguntarte si Montevideo era como una ciudad en el medio hacia tu destino final o si vos venías a quedarte acá. En este caso, entiendo me comentabas el tema de los estudios, pero contame un poco más.

E - No. Montevideo no, no fue un destino que estaba en el en el medio de mi ruta. Yo venía y especialmente a Montevideo.

Para esto es, estoy acá. Para estudiar

I - Bueno, en realidad era eso. Mil gracias por por estos minutitos. Y nada. Me alegro mucho, la verdad. Me encanta saber que hay gente que viene a estudiar a nuestro país!

ENTREVISTA 19 -

I - Como le contaba a los chicos, yo soy estudiante de la Especialización de Marketing de la Universidad de la República, estudié Relaciones Internacionales. Estamos trabajando en la

tesis, y elegimos como tema final para el trabajo, el Turismo en Montevideo, conocer un poco más sobre los turistas que vienen a Montevideo, quienes son, que vienen a hacer, entre otras cosas.

Bueno, empezamos!

Sí, la idea, como como te decía, es lo que me me respondas lo más exployada posible.

E - Genial, no tengo problema en hablar mucho jaja.

I - Bueno, primero que nada, me gustaría conocer por qué motivo visitas Montevideo, porque estás acá hoy en día, que me puedas contar un poquito más sobre esto!

E - En principio era todo pura y exclusivamente turismo. Empecé el viaje en diciembre y fue como vamos a conocer Uruguay, a ver qué onda y nuestro viaje estaba planificado toda la parte de Rocha primero, y Despues Montevideo y Colonia y Montevideo, porque es el clásico. Es como bueno, no podes pasar de largo por Montevideo, aparte de que sabemos que había muchas cosas como interesantes para hacer y que bueno también parte de Uruguay, digamos,

I - Obvio

E - Y cuando no, y cuando estuve en Punta del Este yo no veía la hora de ciudad, gente, o sea como no, no se porq necesitaba esto...

I - Claro, como mucha playa

E - Claro y necesitaba como cosas para hacer. A mí me gusta eso, en Montevideo, siempre tienes como siempre, algo por hacer.

Así sea salir a caminar, siempre encontras algo para hacer. Entonces estaba zarpado y vine para acá, bueno, y me quedé, me quedé, y dije, bueno, listo, es acá sí.

I - Te quedaste...

Y decime, relacionas a Montevideo con algún lugar, algún evento o algo en particular que te sea más atractivo que en otros destinos? algo que te llame la atención de acá puntualmente de Montevideo?

E - De Montevideo?

Es que en general a mi Montevideo me encantó por el tema de la rambla... fue o sea... porque yo conocí así... conocí Uruguay, conocí Montevideo, y todo lo que conocía era la rambla, claro, pura única y exclusivamente la rambla.

Y si bien en los otros lugares que fuimos había y vienen los otros lugares donde fuimos había, era como que yo para mí era esto. Con mi mejor amiga cuando dijimos “bueno, vamos Uruguay” y caímos acá en Montevideo, hicimos dos pasos y estaba la rambla, y estaba la playa y estaba todo fue como.. nos miramos como diciendo, “estamos tomando mate en la rambla chabón!”

I - Te re copó.

E - Mal!

I - En Córdoba no hay rambla?

E - No, en Córdoba, no. No hay ramba. Entonces fue como... un descubrimiento total. Mal mal. Fue sarpado!

I - Qué lindo.

¿Y que precepción consideras que tienen las personas de Córdoba sobre Montevideo? en Córdoba en este caso, o sea qué opinan de Montevideo, conocen?

E - No...no conocen, va... por lo menos mi entorno no conoce, tengo una sola amiga que que sí conocía, y me dijo, “te va a encantar”, me dice, “es muy precio, Buenos Aires”. Me dice... “en ese sentido no sé qué tanto te va a gustar”, me dice, “pero te va a encantar porque hay muchas cosas para hacer” y yo siento que la gente no conoce del todo qué es lo que hay en Montevideo, porque todos lo relacionan automáticamente con una ciudad onda bueno es ciudad y nada más, y para mí es como que cada vez.

Y hay de todo para todos.

Cada vez que hago algo le mando a mi familia a mis amigos, “che, mira lo que hice!”, y nunca nadie me creía que eso, que vivía tan cerca de la playa de la rambla

Era como tipo... estaba en video llamada y me decían ¿a cuánto vivís?

Y era como “bueno, te muestro” y me iba a la calle hacia 3 cuadras y les mostraba la rambla.

Y me decían “ay, tan cerca”

Y yo o sea, si, es ciudad pero también hay otras cosas para hacer.

I - Claro, lo relacionado mucho con un Buenos Aires lejos de la costa.

E - Claro, como lejos de la tranquilidad, por ahí que nosotros relacionamos con la playa, si “no podes vivir tan cerca de de esos lugares” donde yo les mando fotos “si, boludo, yo vivo acá”

I - ¿Y el eslogan de Uruguay natural, vos lo conocías? ¿Habías escuchado alguna vez sobre eso?

E - No, no, no lo conocía, no lo empecé a ver acá cuando estuve por por allá, como te digo por Rocha todo eso, en la Paloma sobre todo lo empecé a ver.

I - Genial.

Pero nunca antes lo habías visto, ni habías percibido nada al respecto.

E - No, nada.

I - Y, consideras que hay alguna época del año que es mejor para visitar Montevideo que sea de tu preferencia? Y en el caso de que sí, porque?.

E - No, nada de eso.

I - Estoy segura de lo que vas a responder, pero, pero bueno.

E - Es que no sé, es que eso estoy descubriendo ahora, en realidad porque es la primera, yo vine en verano, vine una sola vez a Montevideo y fue como que vinimos un día y nos fuimos.

Y no sé ahora es como que estoy conociendo en realidad porque como es la primera vez que voy a pasar tanto tiempo en Montevideo, igual te diría que el invierno, porque eso sí, yo el invierno, el invierno, el...allá en en Rocha, en todos esos lugares en Punta del Este del me estaba cagando de frío , no quería saber nada y yo ahora es como que siento que acá nosotros tenemos más cosas para hacer y para ver.

Nos pasó eso... que nosotros por ahí los días libres nos vamos a otros lugares, otros departamentos a conocer... y hace una semana dijimos, no listo, empezamos a hacer planes por Montevideo, porque nos íbamos, no se nos hicimos un viaje de una hora y nos de frío en otro lugar y dijimos “no”, entonces agarramos un mapa y empezamos a ver lugares. Porque nosotros tenemos un mapa en el hotel donde te dicen lugares turísticos o importantes.

Entonces, no dijimos, “bueno, listo, vamos a empezar a ir por acá” y hay una banda y cosas para hacer, así que chocha.

I - Entonces, verano o invierno?

E - Invierno, invierno!

I - Y qué actividades ves realizar en Montevideo? Bueno, me comentabas que en realidad viniste como de plan turismo, y después te encantó tanto que... pero digamos, hay alguna actividad que si o si quisieras hacer o hiciste o venías pensando, bueno llego y hago esto, quiero ir a tal lugar o tipo, ese tipo de cosas?

E - Nosotros queríamos...si es que tenemos un lugar que yo no me acuerdo el nombre... vimos muchos vídeos de Montevideo y queríamos comer en el puerto.

Hay una casa que se comen los famosos chivitos, que nosotros nunca comimos desde que estoy en Uruguay no comió el chivito, y eso era lo primero que queríamos hacer y nunca lo hicimos, por tiempo, porque mi mejor amiga se fue también y nos quedó eso, pero aparte también conocer el típico del parque rodó, esas cosas básicas que si las hicimos, que era como buena listo, si así lo queremos hacer.

Sí o sí.

I - Qué bueno.

E - Porque hemos conocido así un montón de lugares así, turísticos, que vos decis, no sé en mi país o en mi provincia los hago, pero porque los tengo a mano.

Sóio turisteando en otro lugar, no los hubiese hecho, pero acá te llaman la atención y te re invitan a ir.

I - Así que la comida fue algo que conocías antes de venir. Digamos que dijiste bueno, ahí tengo que ir a probar ese chivito que que el que todo el mundo habla.

E - Sí, sí. Mi amiga es vegetariana y... ella también tenía un montón de lugares vegetarianos que le sorprendió encontrar tantos.

Sí, claro, no sabía que había tantos, pero cuando estuvimos acá empezamos como investigar a haber más de bueno, que ahora hay más gente vegetariana como dando recomendaciones. Entonces nos encontramos con una banda, banda de lugares para ir a comer y que estaban zarpados.

I - Y decime a la hora de elegir en Montevideo como destino, los precios y los costos fueron como una determinante para venir? Bueno, en realidad cuando llegaste de Rocha y de estos lugares que me comentabas, llegaste acá y bueno, dijiste a “apa”, los precios o dijiste “no bien”, y por eso te quedaste?

Cómo fue el tema con los precios, que que cómo, cómo llegaste a estar acá todo este tiempo?

E - No, los precios hagan Montevideo no nos parecieron tan... nosotros en Punta del Este, porque pasamos mucho en Punta Del Este nos, habían dicho bueno estos precios en Montevideo, muchísimo menos. No va a ser todo mucho más barato y nosotros vinimos acá y dijimos “na, que más barato?”, o sea, no te digo que es más caro, y sí, tienes más variedad que en Punta del Este, en lugares para ir a comprar la feria y todas esas cosas, eso es verdad. Ahí en la feria, sí, ves la diferencia de pre.

Pero nosotros que por ahí los primeros, los primeros tiempos nos movíamos acá en el barrio o en el barrio, al lado, no, no vimos mucha diferencia de precio, la verdad. Sí, en las ferias cuando fuimos a dijimos “la puta madre, era verdada era más barato”.

I - ¿En general, los precios que te parecen?

E - Comparado con, que?

I - ¿O sea, te parecen accesibles? ¿Te parecen elevados? ¿Te parecen como como te parecen?

E - No me pareció tan caro como me habían dicho antes de venirme en Córdoba, me habían re asustado, pero aparte de nosotros, imaginate, bañamos un viaje así, de hostel en hostel, el voluntariado era como un viaje super gasolero. No era que íbamos a darnos los grandes lujos y si... super nos habían asustado con los precios y cuando vinimos acá, las primeras veces fueron los primeros 3 días que convertíamos la plata como para ver qué onda, eh...no eran mucha la diferencia, no era mucha la diferencia, ya después obviamente dejamos de convertirlo porque no divierte diríamos nosotras.

I - Y... en relación a los servicios cómo los ves, los precios, o sea, quizás eso sí, es un poco más comparativo con con el lugar donde vos venís.

¿Y qué tipo de servicio me decis?

E - Y transporte, capaz o ese tipo de de servicios que son más viste...

Sí, porque en realidad nosotros el único servicio que te puedo llegar a comparar, el de transporte, porque el resto no tenemos ni idea porque vivimos así en hostel y no, no tenemos esos gastos.

I - Sí, sí, claro, y la comida, por ejemplo?

E - En el en el tema del transporte sí hemos notado porque nosotros tenemos un transporte muy caro y muy, muy feo en cuanto a organización y puntualidad.

Nosotros estamos chochas con que haga la operativo, decir en una hora y pasaba y eso nos encantó, no lo podíamos creer.

Y también que tengan esa opción de la tarjeta y pagar poder pagar en efectivo también nos resultó como súper gracioso, porque súper como antiguo, por decirte así, pero al mismo tiempo decíamos, nosotras, que somos extranjeras, onda... no teníamos la tarjeta las primeras veces, claro, entonces nos pareció buenísimo.

I - Y en cuanto a la seguridad que te parece? Montevideo es una ciudad segura, no es una ciudad tan segura... ¿Qué opinas respecto a eso?

E - Por mi experiencia, te diría que sí, que es segura.

Los lugares donde nosotros a ver, hemos andado, también siempre consultamos cuando nos han invitado “che veni a casa a comer queda en tal barrio!. Yo tengo muchos amigos que son de acá, de Montevideo y siempre les pregunto:

¿Qué onda, puedo ir sola, sino en que me puedo mover si, no? Y en cuanto a nuestra experiencia nos hemos manejado siempre de día de noche, siempre caminando -alguna que otra vez sí, obvio en uber o colectivo- pero las veces que nos hemos manejado sola de noche caminando nos pareció súper seguro, súper.

I - Y cómo consideras que has sido tratado por los montevideanos, es decir, qué te ha parecido el trato en general y si consideras que el montevideano es una persona abierta con los turistas, abierta a recibir turistas, ¿Que qué impresión te ha dado?

E - Eh... siempre nos han tratado muy bien, si vemos que el montevideano es mucho más cerrado, sí, mucho más cerrado que nos que la gente que nosotros nos hemos cruzado en otras partes es, como siempre, cerrado y por ahí cuando vos le entras... a mi se me ríen mucho por la tonada

Entonces, cuando ya se dan cuenta que soy de Córdoba por ahí le da gracia, entonces se abren más rápido, pero por lo general, hasta que se abren son como muy cerrados, o sea, como que si son amables, pero lo justo y necesario.

Nos ha pasado en Rocha, y en todos esos lugares que la gente la sentíamos nosotros, muchísimo más amable, muchísimo, muchísimo.

O sea, que en Montevideo es como bastante más cerrado, digamos que en el resto del del país.

I - ¿Y en cuanto al idioma? Bueno, en tu caso este no ha sido un problema para la comunicación, obviamente.

E - No, pero nos hemos divertido mucho con las palabras, nos hemos divertido mucho.

I - Noan mucha diferencia entre, o sea, en las palabras, en las palabras cotidianas, digamos?

E - No muchas, pero hay palabras que justo hoy hablamos hoy con uno de los chicos... me daban tanta ternura con el tema de los zapatos, que le dicen champions, y nosotros no hemos reído tanto.

No se ni que me estás pidiendo, pero cosas así.

Pero en general, no el idioma, no.

I - Genial... y lo último en realidad sería, bueno, me contestaste hace un ratito en realidad, la pregunta sería si el destino turístico elegido fue Montevideo, o si estaban visitando porque te conectaba con otro lugar, vos me comentabas en realidad que viniste primero a otros lugares...

E - Nuestro destino, nosotros armamos todo un recorrido que empezó en Valizas, y pasando por todas las zonas así de de hacer Rocha, y terminaba en Colonia, porque nuestra viaje eran 3 meses y volvimos a Córdoba. Nosotros eral turismo, era vacaciones era todo, ir a ver qué onda

Uruguay, si nos gustaba o no para quedarnos y bueno... nos gustó, y si obviamente que sí, sí me queda todavía conocer Colonia, pero como no no, nunca llegue.

I - Y decidiste quedarte!

E - Si, me queda todavía conocer Colonia, porque como te digo nunca llegué, mi amiga si porque se volvió a Córdoba a hacer su tesis y llegó todo, terminó el viaje, y yo me quedé en Montevideo.

No pero me gusta mucho, me gusta, me gusta, a mi siempre me gustó mucho más el interior, pero Montevideo me encanta.

I - Bueno y decidiste bueno quedarte , estás acá. ¿Y por cuánto tiempo más estimas que vas a estar?

E - Seguro todo el año seguro, luego me quede a hacer temporada y ya después de la temporada, decida dónde específicamente establecerme: si acá, en Punta del Este, en el Interior, o donde, porque ya este año entre los papeles y una cosa y la otra es como que...

Claro, esto es todo pura, puramente legal y lamentablemente es como que bueno, lo ideal es quedarme acá en Montevideo, pero bueno, ya después veré.

I - Bueno, genial, que me gusta, eso es todo!

No quiero atomizarte mucho mas, mil gracias por el tiempo, y la verdad como como montevideana me deja muy feliz que te hayas quedado!

ENTREVISTA 20 -

I - ¿por qué motivos visitas Montevideo?

E - Y bueno, como te decía antes, o sea, mi motivo principal son familia y amigos ¿no? Yo me mudé, o sea, me fui a Uruguay en 2018, hace cuatro años que estoy viviendo acá por Alemania y voy todos los años a visitar.

De nuevo, o sea, en Montevideo, particularmente son amigos, y bueno, ahí siempre trato de pasar un, una o dos semanitas por ahí, cada vez que voy.

I - ¿Y Venís recurrentemente?

E - Una vez por año, hasta ahora se viene cumpliendo, esperemos que siga así, inclusive en época de pandemia se cumplió, así que yo tengo esperanza de que siga así.

I - ¿Qué percepción crees vos que tienen en tu lugar de residencia, de origen? ¿Qué percepción tienen ahí de Montevideo?

E - Vos sabes que es muy buena, es poca, la verdad es poca, porque hay mucha gente que no conoce Uruguay, no sabe bien dónde está, pero la gente que lo conoce tiene una percepción muy buena en Montevideo.

Algo que es muy común acá en Europa, sobre todo en los alemanes que van, es a hacer como un “Latin Tour” por Latinoamérica. Y he tenido varios compañeros de trabajo que lo han hecho y han pasado por Montevideo y me han dicho que les ha encantado el tiempo que quedaron por Montevideo.

Yo creo que en lo que es la región, Montevideo tiene una percepción muy buena en lo que es el turista europeo.

I - Ahí va, ¿Y esos viajes que vos comentas, que hacen el Tour por Latinoamérica, el destino es Montevideo o hacen un recorrido por Uruguay, por ejemplo, hacen Montevideo, Punta del Este colonia?

E - No sabes que creo que el destino de Montevideo únicamente, porque a muchas de estas personas les pregunte si han ido a la costa, al este, a las playas y por lo general no. Por lo general es como que hacen... Porque en Europa se usa mucho esto del viaje, de pasar por las capitales ¿no? es típica. Hacer, Madrid, París, Berlín y bueno, se ve que se van a Latinoamérica, intentan hacer lo mismo y te hacen Buenos Aires, Montevideo, San Pablo, Lima y, bueno, el destino es Montevideo.

I - ¿Qué es lo que vos consideras que atrae al turista a Montevideo?

¿En tu caso es familia y amigos, no? Pero de esto que te han comentado tus compañeros de trabajo y la gente que con las que has podido charlar ahí. ¿Por qué eligen Montevideo? ¿Cuál es el valor diferencial?

E - ¿No estoy seguro, sabes? Yo creo que es más un tema de la región, por lo menos la gente que me ha comentado que ha hecho estos viajes, lo hace por la región, Latinoamérica, y van a conocer las culturas latinoamericanas.

No, lo que sí comentarios que me han llegado en los últimos años es que mucha gente compara a Montevideo con Buenos Aires, ¿no?

Tiene mucha similitud y en los últimos años hay una diferencia en cuanto a seguridad, precios, cosas que bueno, por ahí la gente se siente más cómoda en Montevideo que un Buenos Aires, simplemente por por la situación actual.

I - Claro, con esa diferenciación con respecto a Buenos Aires. ¿Precios en qué sentido? El Precio, la seguridad, ¿cómo influye, de qué manera lo percibe?

E - El tema de la seguridad, por ejemplo, me lo mencionaron, me lo mencionó un alemán que hace no mucho hizo un recorrido, se alquiló una van, hizo un recorrido por, arrancó en

Colombia, ahí compro una van, en Colombia y empezó a bajar todo por la cordillera y terminó tipo, entró por la Argentina, Buenos Aires, Montevideo y después subió a Brasilia y vendió el van y se volvió a Europa.

Y algo que me comentaba él mucho era el tema de la seguridad, por ejemplo, que en Buenos Aires él no se sintió seguro. O sea, el loco, habiendo pasado por Colombia y todo que en Buenos Aires no se sintió, seguro que, sin embargo, Montevideo le había parecido un Buenos Aires. Pero mucho más seguro. Y que algo que yo no noto, pero probablemente porque soy Uruguayo, les gusta la ciudad, te dicen que la ciudad es limpia, que la ciudad es linda, que se ve el mar, que tienen buenas vistas.

Que yo no lo siento así, pero bueno, seguramente porque es que uno acostumbrado, no.. no veo el valor.

I - Contame, ¿y hay una época del año en la que es preferible visitar Montevideo?

E - Y para mí es verano (de Uruguay), pero porque estoy en el hemisferio norte, o sea. Si yo voy en el verano a Montevideo, me estoy salteando meses de invierno. Y en mi caso, vivo en Alemania. Invierno muy frío, muy gris, muy lluvioso.

Totalmente de verano.

I - ¿Y en cuanto a las actividades, que es lo que lo que haces cuando cuando venís?

E - Disfrutar del buen clima la Rambla. Una cerveza con amigos. El caminar por los bares me gusta mucho la cerveza artesanal, entonces hay muy buena. Hay como muchas cervezas en Montevideo, por suerte, entonces visitar bares, cerveza artesanal.

I - ¿Claro, Y qué actividades crees vos que no hay y debería haber? ¿O te gustaría que hayan?

E - Se hace una pregunta más compleja, todo, o sea, tengo que ponerme a pensar.

Me gustaría que haya, bueno, yo creo que Montevideo, como ciudad turística, de nuevo, puede ser porque viví tiempo ahí, puede ser por eso que... A lo mejor lo hay, no las conozco, pero me parece que Montevideo, no está explotado como ciudad turística.

En el sentido de que te cuento algo, por ejemplo, pasa mucho en capitales europeas que Montevideo no pasa y para mí debería pasar, que son en las capitales europeas. Hay muchos Tours gratis por la ciudad. Es gente con paraguas de colores que te espera en un punto icónico de la ciudad. Supongamos la plaza independencia, está y te lleva por la ciudad caminando gratis y te cuenta cosas de la historia de la ciudad, que indudablemente Montevideo tiene un montón, más que nada, la ciudad vieja, no, esas cosas no, yo por lo menos nunca las vi en Montevideo.

A lo mejor existen y es porque como soy uruguayo, nunca las busque, pero, pero no se ve la misma... de nuevo, vas a una capital europea y ves la gente ahí, la gente con los paraguaitas ofreciendo Tours por la ciudad y que te cuente la historia y te cuento lo que quieras y si quieres hacer un Tour de la cerveza de Berlín.

No lo tenemos eso, Montevideo, por lo menos no que yo lo haya vivido.

I - ¿esa esa gente que hace esos Tours son promovidos por un Gobierno local, por privados, o lo hacen por sí mismo?

E - Empresas privadas, es más, el modelo de negocios te lo puedo contar, la gente que hace los Tours, son como el trabajadores independientes, y lo que hacen es asociarse con empresas privadas, que las empresas privadas lo que hacen es Marketing. Y simplemente le mandan, le mandan gente a esos trabajadores independientes para que hagan el Tour. Entonces el Tour es

gratis, pero al final del turno que te piden, “bueno, tipo, y si te gustó el Tour, puedes dejar una propina”

Y entonces, el trabajador independiente gana en base a propinas, pero le paga a la empresa privada que le hizo el marketing y que le llevó la gente, le paga una moneda por cada persona que fue, que asistió a su Tour.

I - Contame ¿A la hora de elegir Montevideo, los precios son un factor que influye a tu parecer en la decisión de elegir Montevideo como destino turístico?

E - El precio es importante, yo creo que sí, totalmente, es más, o sea, por lo menos de la gente con la que yo estoy en contacto y para mí también, es como que los lugares baratos del mundo son o Latinoamérica o el Sudeste asiático, ¿no?

Entonces, Latinoamérica es barato para sueldos europeos comparado con Latinoamérica. Es barato, lo caro es el pasaje, porque está muy lejos, es inaccesible, sobre todo yo creo que es una de las cosas que tiene Montevideo, ¿no? que lamentablemente, Uruguay, tiene malas conexiones aéreas.

Y no es tan barato conseguir un pasaje a Montevideo, como por ahí, si lo ves con Buenos Aires, que está en frente, pero bueno, pero Buenos Aires tiene mucho más conexiones, que las que tiene Montevideo, entonces se suma a €200 ir a Montevideo solamente porque, bueno, es más inaccesible y tienes que hacer una escala más o lo que sea, pero indudablemente que sí, que los precios, es más barato si lo comparas con Europa, no así el tema hotelero, por lo menos este que eso es algo que a mí siempre me llamó la atención, que los hoteles en Montevideo salen, igual o más caros que en muchas ciudades de Europa. Lo cual es extraño porque obviamente,

poder adquisitivo no es el mismo. Pero si todo lo demás es mucho más barato o sea, todo lo que es consumo, es mucho más barato en Montevideo que comparado con Europa.

I - Y la relación Precio/Servicios ¿como te parece que está, que a vos te parece?

E - Y de nuevo, yo creo que va atado mucho al salario del turista, ¿no? o sea, a lo mejor soy un si un turista de no sé, de Argentina o a un montevideano, a lo mejor le parece caro, pero, desde mi punto de vista, si un turista europeo va Montevideo es muy barato porque el servicio para mí es bueno, es decente, pongámosle y comparado con precios acá, no representa un costo muy alto para nada, todo lo contrario.

I - ¿Y vos crees que, por ejemplo, en cuanto a los servicios a la hora de atender al turista, el montevideano está preparado para recibir turistas? En cuanto al idioma, en cuanto al trato.

E - Bueno, ahí tocaste un punto muy interesante que es el tema del idioma, este. Antes de ir a eso, yo creo que depende mucho de donde ¿no?, o sea, hay lugares en Montevideo que sí están acostumbrados a recibir turistas y que tienen como otro servicio otro trato porque bueno, son lugares turísticos acostumbrados a pongamos ejemplos, el Mercado del puerto. ¿No, este te sentís como súper bien atendido? O bueno, pero porque es como un punto turístico ahora, si vas a cualquier parrillada de cualquier barrio de Montevideo como turista, a lo mejor no sé si están preparados para tener un turista, porque no es lo común.

Lo del idioma es muy importante porque algo que yo al menos siento, y esto es mi opinión ¿no?, es que el Uruguay, Latinoamérica también, pero Uruguay en sí, si bien es de los mejores con respecto a al resto de Latinoamérica con respecto de hablar inglés, no tenemos un nivel de inglés tan bueno como quisiéramos, ¿no?

Porque bueno, ni idea. El sistema educativo. Lo que sí, además tenemos un acento muy marcado porque el español latino marca mucho el inglés y entonces es como una limitante, esa falta de inglés a la hora de recibir turistas ¿no? pero bueno, el turista le va a hablar en inglés porque... A ver, puede haber turistas habla hispana, genial, obviamente es el segundo, tercero, Idioma mas hablado del mundo, pero a la hora de recibir turistas de otros lados, ese turista te va a hablar inglés y sí, si no tiene personal que se pueda comunicar con su turista, es una limitante.

I - Me contabas que vos venís a visitar familia y amigos. ¿Montevideo es un destino final o es un destino de transición, de puente, para llegar a otro destino?

E - Montevideo es un destino turístico en sí mismo, pero también es tipo, el lugar donde hay que llegar para ir a otro lado, y, yo te diría que más segunda opción ¿no?, o sea, ese lugar donde bueno, ese lugar al que llego y es el lugar de donde me porque bueno porque está el aeropuerto ahí ¿no?

Este... pero claro, o sea, yo llego a Montevideo, mi familia es Salto, por ejemplo, 500 km de la capital viajo a Salto, por lo general a visitar a mi familia y después, si tengo tiempo de vacaciones en Uruguay, por lo general no lo paso en Montevideo, sino que trato de pasarlo en la costa. Costa de oro. Lo que sea, o sea, canelones, Maldonado, Rocha. Entonces Montevideo es como si el lugar al que llego, pase unos días, me voy a otro lado, y después antes de irme también vuelvo a Montevideo y pasó unos días más. Pero no es como el destino.

I - En el exterior, desde Europa en tu caso, la marca país “Uruguay natural” que vos la conoces por ser uruguayo, ¿Influye en el turista a la hora de elegir el destino, de elegir a Montevideo como destino?

E - No lo sé, no lo sé. A ver, mi interpretación, mi punto de vista, es que la mayoría de la gente (en Europa) en realidad, no conoce Uruguay. Y el viaje que van a hacer es un viaje por Latinoamérica. Y mientras están planeando el viaje por Latinoamérica, ahí se topan con Uruguay, ¿no?

El tipo, bueno a ver que si quiero ir a la latinoamerica, porque, “me gusta, hay muchas cosas, es una aventura, es barato, ¿que hay en Latinoamérica?” ahí cuando empiezan a buscar, “Ah mirá, Uruguay ¿cómo será? y bueno vamos a pasar”, porque además, como ya te comenté, Buenos Aires y San Pablo por general son las opciones más baratas para ir de Europa a región Latinoamérica, entonces, Si vuelas a cualquiera de esas dos, está bastante cerca de ir a Montevideo.

Desde mi punto de vista, no creo que Montevideo sea un destino al cual la gente diga, “quiero ir a Montevideo”, sino es más “bien quiero ir a la región, y bueno, y ya que estoy, voy a Montevideo” igual, repito que la gente con la que he hablado, 6, 7, a 10 personas que han ido, han hecho ese viaje, se han vuelto muy sorprendidos con Uruguay, entonces como una grata sorpresa, pero como que frente a los gigantes que tenemos a la región Argentina y Brasil, a lo mejor, la publicidad que Uruguay hace no es suficiente.

I - Te agradezco por por este rato por este tiempo y la verdad que me me sirve muchísimo.

E - Por favor, un placer. Mucha suerte con el trabajo y a las órdenes

ENTREVISTA 21 -

I: Hola como estas, te cuento, estoy realizando un trabajo de tesis para un posgrado de especialización en Marketing, y por esto, con mi grupo estamos haciendo una investigación sobre los turistas que llegan a la ciudad.

E: Sí sí, si te puedo ayudar con algo de mi visita por Uruguay...

I: sí claro, nosotros estamos recabando información de diferentes agentes que hacen al turismo en la ciudad y qué mejor que tener la perspectiva de alguien que vive en Europa y que visitó Montevideo.

¿Entre otras cosas por qué visitaste Montevideo? ¿Qué te motivó llegar a la ciudad?

E: Bueno nosotros queríamos ir a Sudamérica a conocer un poco la cultura, aquí en Alemania, donde vivimos tenemos muchos colegas trabajando con nosotros de diferentes países, y como hobby en nuestros tiempos de vacaciones intentamos viajar y conocer muchos lugares. Durante muchos años, junto con mi novia queríamos ir a Sudamérica hasta que en 2019 pudimos hacer ese viaje. Queríamos hacer la mayor cantidad de países que pudiéramos, fuimos a Perú, Chile, Argentina, Uruguay, que ahí estuvimos en Montevideo, y terminamos en Brasil. El motivo principal fue conocer un poco cada país, y qué mejor manera de hacerlo que conociendo cada capital. Cuando planificamos el viaje empezamos a ver qué lugares podíamos ir y nos encontramos con Uruguay, a mi me gusta el fútbol y tengo algunos compañeros de trabajo que son de allá y me pareció un buen lugar para conocer. Uruguay es un país hermoso que tiene mucho para conocer, son tan poquitos, 3.5 millones y hay tantos futbolistas que a veces llama la atención.

I: ¿O sea que, si bien tu viniste a Montevideo, no venías exclusivamente a Uruguay, querías conocer toda la región?

E: Sí claro, principalmente la cultura, sabíamos que era muy similar a Argentina, pero como estábamos haciendo las capitales de Sudamérica, queríamos ir a Uruguay pero en el viaje ya que estábamos ahí, conocer todo lo que podíamos.

I: Esto que me comentabas antes de que conocías algo de Uruguay que te motivaba a venir, ¿está relacionado con algún evento o alguna cosa en particular?

E: mmm, la verdad te podría decir que una vez que decidimos llegar a Montevideo yo quería ir a un partido de fútbol, me hubiera encantado ir a un partido, pero llegamos por 3 días y no se jugaba ninguno por la liga de Uruguay en ese momento.

I : Tu eres que vives allí en Alemania, y que seguramente antes de viajar o luego de tu viaje seguramente has charlado, conversado, las historias de tu viaje ¿Cuál dirías tú que es la percepción de Montevideo en donde vos vivís?

E: Aquí no muchos han viajado para Uruguay o Argentina o Brasil, la verdad es que se conoce más por el fútbol, siempre hay uruguayos en algún club europeo, bueno por algunos compañeros que tenemos aquí.

Los que han viajado me comentan que es un país muy lindo, y muy tranquilo, y lo comprobamos cuando fuimos, comparándolo con otros lugares de Sudamérica es un lugar muy lindo para conocer. Luego que volvimos y contamos las historias de cuando estuvimos allá, muchos nos decían que querían ir a conocer.

I: Y contame, ¿qué hicieron cuando estuvieron por allá? ¿Qué actividades hicieron?

E: Bueno nosotros queríamos conocer la ciudad y probar la comida. Algo que me llamó la atención desde el principio y que quede fascinado, fue que desde el hotel para el lado que miraras estaba el mar, como si fuera una Isla, es hermoso porque aquí no tenemos esa cercanía al mar. Luego salimos a caminar por ciudad vieja, recorrimos un poco por 18 de julio, fuimos a la rambla, vimos un montón de fotos de la playa y la costa, también al parque rodó, que es chiquito, jaja... Pero nos encantó todo. Fuimos a comer un asado en la ciudad vieja que muchos nos lo recomendaron, muy rico el asado, y nos llamó la atención que te lo cocinan ahí a la vista con el fuego frente a nosotros, acá no es normal que se vea el lugar donde se cocina, también comimos unas pastas muy al estilo italiano, pero ya ahí era un restaurant más tradicional, que no se veía la cocina.

Un uruguayo que vive acá y es compañero de trabajo me había recomendado ir al mirador de la intendencia, pero no pudimos subir, ahora no recuerdo bien, pero creo que llegamos tarde. Una noche también fuimos a un bar de cerveza que nos llamaba mucho la atención y queríamos ver cómo era con respecto a acá en Alemania y la verdad que la pasamos super, la cerveza es un poco diferente, acá hay mucho más cerveza de trigo, pero estuvo bueno esa era la idea, conocer

I: ¿Cuál fue tu percepción en cuanto a los precios?

E: en general, en todo Sudamérica no es caro, a veces nos veían que hablábamos un poco raro y alguno nos quería cobrar más de lo que valían las cosas, pero en general bien. En Montevideo, no nos pasó tanto eso, y en general no es tan caro, en Perú nos pareció el más barato de todos, el gasto más grande fue llegar a Sudamérica, porque el pasaje aéreo es muy caro, luego algunas cosas bastante similares a todos lados como el hotel, que los precios son todos parecidos en todos lados.

I: ¿Y te trataron bien en tu estadía de Montevideo, te trataron bien? ¿Cómo fue el contacto con las personas de Montevideo?

E: Ah muy bueno, muy amables todos, cuando preguntamos en la calle alguna dirección, siempre nos decían o se ponían a buscar en el celular. Igual en los restaurantes nos trataron muy bien, que también nos llamó un poco la atención al principio porque no lo esperábamos.

I: ¿Y en cuanto al idioma tuviste alguna dificultad?

E: Prácticamente ninguna, mi madre es de España y yo hablo bastante bien español, la que tuvo alguna dificultad fue mi novia que ella solo habla alemán o inglés, y muy poquito español, pero con las ingles logró que la entendieran.

I: ¿Cuando estuviste por acá, qué te pareció la ciudad en cuanto a la seguridad, la limpieza?

E: La ciudad es en general muy linda, y lo que la diferencia del resto de Sudamérica es que fue el lugar donde más seguro nos sentimos. En el hotel preguntamos si se podía salir a caminar por la rambla o cuando fuimos a un bar de noche, solo nos preguntaron qué sitio era, y nos dijeron, “vayan tranquilos”, nos comentó el recepcionista sobre alguna zona que tratemos de evitarla de noche pero que luego no íbamos a tener problemas.

I: Por último, no quiero quitarle más tiempo, ¿en cuanto a la marca “Uruguay Natural”, la conoces, es algo que a tu criterio puede influir en que más turistas quieran conocer Uruguay?

E: Bueno, antes de viajar no tenía idea de la marca, si creo que vi algunos poster y publicidades cuando estábamos viajando para Montevideo, en el aeropuerto creo, y los paisajes que se ven son hermosos, nosotros nos quedamos con ganas de ir más tiempo a Uruguay y conocer esos

lugares. Pero yo no había visto antes esas publicidades, quizás deberían publicitar más en el exterior para que la gente pueda entusiasmarse más e ir.

I: Muchas gracias, te agradezco muchísimo

E: Ha sido un placer Martin, espero haberte sido de ayuda, si necesitas algo más, solo avisa

ENTREVISTA 22 -

I: ¿Le puedo hacer unas preguntas? Estoy haciendo un estudio sobre turismo y ya que los veo sacándose fotos me podría ayudar

E: Sí claro, por supuesto

I: ¿Qué los trae por Montevideo?

E: Estamos conociendo la ciudad, ellas (su esposa e hija) no conocían Uruguay, y querían conocer, yo ya había estado por Punta del Este hace unos años y me había gustado mucho, Punta del Este tiene muy lindas playas. Y unos amigos me habían recomendado que venga a Montevideo

Porque Montevideo es una ciudad muy linda y tranquila. Además tiene lugares lindos, edificios que no hay en Brasil, nosotros somos de Rio grande do sul, y es bien diferente.

Y la costa, la rambla es muy lindo, nos dijeron que tenemos que ir a visitarla. Además todo muy limpio y podemos andar caminando por todos lados

I: ¿Muchos conocidos suyos son de venir a Uruguay? Esos amigos que le han recomendado venir, ¿qué le han contado?

E: Algunos amigos han venido si y nos han recomendado que lo visitemos, aunque la mayoría viene en verano para ir a Punta del Este.

Lo que me dijeron es que es una ciudad muy tranquila, que es muy buena para venir con la niña que tiene 1 año.

I: ¿tienen planes para su estadía por la ciudad, qué actividades les gustaría hacer?

E: Ahora estamos paseando, tomando algunas fotos para recuerdo, después queremos ir a comer un asado en el mercado del puerto, en la ciudad vieja que me dijeron que es el mejor lugar.

I: ¿Cómo lo ha recibido la gente en Montevideo?

E: Muy bien, la gente es muy amable, muy bien, muy bien.

I: ¿Cómo ha encontrado los precios?

E: Bueno la verdad esta mas caro que en Brasil, el restaurante, salir a comer es mas caro, pero la atención es muy buena y la comida es muy rica. Como la ciudad es chica, ahora que salimos a recorrer lo hacemos a pie, así que no se gasta.

I: ¿Piensan visitar alguna otra ciudad o desde Montevideo ya se marchan a Brasil?

E: Vamos a estar pocos días, posiblemente visitemos Punta del Este, que ellas quieren conocer.

I: Bueno espero que pasen muy lindo y que tengan muy buena estadía por Montevideo

ENTREVISTA 23 -

I - ¿Cuál fue el motivo por el que vinieron a Montevideo?

E - La verdad estábamos en Chile y el pasaje estaba más barato quedándose un día en Montevideo para luego ir a Belo Horizonte entonces, preferimos venir y aprovechar un poco

más, conocer un poquito y porque era más barato que volar desde Santiago de Chile directo, estuvimos apenas un día.

I - ¿Que llegaron a conocer en esta corta estadía?

E - Conocimos el mercado, las plazas, las playas, fuimos a caminar por la playa, conocimos la parrilla, hicimos compras.

I - ¿Los precios como los vieron?

E - Muchas cosas más baratas que en Brasil. Vivimos en Belo Horizonte y no es como en San Pablo. No tenemos cosas de frío, eso es más caro y de mejor calidad. La comida es más barata en Brasil, el agua aquí es como 8 o 7 reales y allí 2 o 3 reales. Lo que es más barato aquí es el hospedaje.

I - ¿Algo que les hubiera gustado hacer y no encontraron en Montevideo?

E - Alguna comida diferente, nos hubiera gustado comer feijoada. No conseguimos comerlo aquí.

I - Muchas gracias

ENTREVISTA 24 -

I - Buenos días, ¿Podría realizarle algunas preguntas para el trabajo de tesis de la Universidad?

E - Si claro, si no me ocupa mucho tiempo

I - Muchas gracias, no son muchas preguntas, son unos minutos.

¿Cuál es el motivo de tu visita a Montevideo? ¿Relacionas a Montevideo con algún lugar, evento, o algo en particular por el cual te sea más atractivo ante otros destinos?

E - Mira, nosotros (por su señora y él) venimos hace años a Uruguay, tenemos un apartamento en Punta del Este... lo alquilamos viste como es, para nosotros es carísimo venir a Uruguay y

para ustedes un regalo la argentina. Mira, nosotros alquilamos este ultimo verano al hijo de un jugador de futbol muy conocido por ustedes y bueno ahora nos tocó venir a nosotros. Siempre que venimos nos quedamos uno o dos días en Montevideo, nos gusta la ciudad, recorremos un poco y después ya nos vamos unos 15 días a Punta del Este.

¿Cómo era la otra pregunta?

I - ¿Si relacionas a Montevideo con algún lugar, evento, o algo en particular por el cual te sea más atractivo ante otros destinos?

E - Y.... Montevideo tiene eso, es una ciudad tranquila, imagínate vivir en Capital. Nos gusta ir a comer y recorrer ciudad vieja acota su señora.

I - ¿Qué percepción consideras tú que tienen en Argentina de Montevideo/Uruguay?

E - Nosotros amamos Uruguay, ustedes hacen todo bien, mira la argentina como esta piba, vos viste, cada día estamos peor y vamos a estar aun mas mal, no llegamos al fondo. Espera uno, dos meses y anda a la argentina, te va a servir, vamos a estar regalados para ustedes. La Argentina es un país rico por donde lo mires, pero tiene gente que lo roba, que no sabe manejar, solo robar; ustedes todo lo contrario, es un lujo, un país chico como se posiciona y todo lo que tiene.

¿Vos a que te dedicas?

I - Soy contadora, trabajo en la administración de una empresa.

E - ¡¡Bueno!! Entonces vos entiendes de que te hablo, allá no se puede ni vivir, ella es odontóloga (por la esposa) y gana 300 dólares al mes, con eso no da para vivir. Tenemos 3 hijos, la más chica se me fue a Israel el mes pasado, ¡y esa no vuelve! Todo porque a la Argentina la roban, y el que puede joven se va, eso esta pasando allá.

I - ¿El slogan Uruguay Natural le es familiar? ¿Lo vio en algún lugar?

E - Si lo hemos visto, de camino a la costa y en el barco.

I - ¿Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar Montevideo o de tu preferencia? por qué motivo?

E - Uruguay se visita todo el año, y nosotros venimos en turismo

I - ¿Qué actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?

E - Ir a cenar y caminar por ciudad vieja. Nos gustaría ir al centro del gobierno, ¿cómo es?

I - ¿El palacio legislativo o la presidencia?

E - Eso eso, el palacio.... Pero no hemos averiguado, es algo que siempre estamos por ver.

I - ¿Qué actividades te gustaría que hubiera en Montevideo que hoy no las hay?

E - Mmmm, no tengo otras.

I - ¿A la hora de elegir Montevideo como destino, los precios y costos de tu estadía fueron una determinante para decidir venir?

E - Es lo que decía, es caro, caro, para nosotros venir, pero bueno, uno viene igual.

I - ¿Cómo ve usted la relación de precios y servicios?

E - Re Caro

I - ¿Cómo le parece la seguridad de la ciudad?

E - Y.... inseguridad anda a la Argentina y después hablamos piba, acá se puede caminar

I - ¿Cuándo usted ha tratado con los montevidianos, qué le ha parecido el trato? considera que es una persona abierta a recibir turistas?

E - Y el uruguayo es así, siempre te recibe bien

I - ¿El idioma fue un problema para la comunicación?

E - Y no, hablamos lo mismo

I - ¿Siempre vienen a Montevideo?

E - Venimos a Punta del este, pero siempre uno o dos días nos gusta Montevideo, ahora vinimos por dos días, nos quedamos ahí en pocitos y después nos vamos en el coche a punta del este.

I - Bueno llegamos a el fin de las preguntas, solo me queda agradecerles por su tiempo y desearles que tengan buena estadía.

ENTREVISTA 25 -

I - Buenas tardes,

¿cómo está? ¿Le podría realizar algunas preguntas para el trabajo de tesis de la Universidad?

Son relacionadas a su visita en Montevideo

E - Si dale..

I - ¿Por qué motivo visitas Montevideo?

E - Siempre vengo a Montevideo por trabajo y visito amigos que viven en Uruguay.

I - ¿Qué percepción consideras que tienen en Brasil de Montevideo/Uruguay?

E - Creo que los brasileños tienen una buena visión de Uruguay, un país acogedor y civilizado.

I - ¿El slogan Uruguay Natural le es familiar? ¿Lo vio en algún lugar?

E - Siempre veo el eslogan de Uruguay natural en los aeropuertos y en los comerciales de televisión. Entonces para mí es muy familiar y creo que es un buen marketing para este país.

I - ¿Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar Montevideo o de tu preferencia? ¿por qué motivo?

E - Creo que a los brasileños les gusta viajar a Montevideo en invierno, porque les gusta sentir el frío uruguayo. Particularmente me gusta viajar a Montevideo para estar con mis amigos y disfrutar de la ciudad.

I - ¿Qué actividades has realizado o pretendes realizar en tu estadía en Montevideo?

E - Visitas al mercado municipal, restaurantes, parque municipal, casa de amigos, merenderos y una buena parrillada.

I - ¿Qué actividades te gustaría que hubiera en Montevideo que hoy no las hay?

E - Yo creo que algo más para entretener a la gente, puede ser lo que falta en la ciudad.

I - ¿A la hora de elegir Montevideo como destino, los precios y costos de tu estadía fueron una determinante para decidir venir?

E - Los precios en Montevideo no se alejan de la realidad, algunas cosas son más caras y en el mismo rango de precios. Creo que el precio de los hoteles es algo mejorable para los turistas.

I - ¿Cómo ve usted la relación de precios y servicios?

E - El servicio en Montevideo es muy bueno, la gente siempre es atenta y servicial.

I - ¿Cómo le parece la seguridad de la ciudad?

E - Cada vez que tengo que salir de noche, nunca me siento preocupado, no sé si es porque siempre voy acompañado de uruguayos, pero me siento muy seguro en la ciudad.

I - ¿Cuándo usted ha tratado con los montevideanos, qué le ha parecido el trato? considera que es una persona abierta a recibir turistas?

E - Gente muy amable y servicial. Muy agradable estar en un ambiente acogedor.

I - ¿El idioma fue un problema para la comunicación?

E - La primera vez que fui a Uruguay no sabía muy bien el español, pero las otras veces que volví pude comunicarme mejor y entender a los uruguayos. Hoy creo que me puedo tratar bien con los nativos

I - ¿El destino turístico elegido fue Montevideo o lo visitaste porque te conecta con algún otro lugar?

E - Elegí venir a Montevideo a visitar a mis amigos que me gusta mucho y extraño estar con ellos durante el año, así que venir aquí es una manera de matar la añoranza.

I - Muchas gracias, hemos finalizado, espero que tengas una buena estadía en Montevideo.

ENTREVISTA 26 -

I - Buenos días,

¿Podría realizarle algunas preguntas para el trabajo de tesis de la Universidad?

E - Vale

I - Muchas gracias...

¿Cuál es el motivo de tu visita a Montevideo? ¿Relacionadas a Montevideo con algún lugar, evento, o algo en particular por el cual te sea más atractivo ante otros destinos?

E - Vengo a acompañar a mi madre a visitar la familia, hace ya dos años teníamos este viaje planificado. También hace más de 10 años no estaba y quiero recorrer y conocer más del país donde nací y me fui de niño.

I - ¿Qué percepción consideras tú que tienen en Australia de Montevideo/Uruguay?

E - En Australia viven muchos inmigrantes Uruguayos como nosotros, y siempre está presente el paisito.

I - ¿El slogan Uruguay Natural le es familiar? ¿Lo vio en algún lugar?

E - Ya en la última visita a Uruguay lo habíamos visto en el aeropuerto y después por internet algunas publicidades, hoy creo está más presente que antes.

I - ¿Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar Montevideo o de tu preferencia? por qué motivo?

E - Cuando planeamos venir siempre tratamos no toque en invierno, ya que el frío y el clima modifica planes.

I - ¿Qué actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?

E - Recorrer lo que es la old city, la rambla, algún museo, y me comentaron de bodegas a visitar, lo cual puede estar interesante ya que mi cuñado ama el vino

I - ¿Qué actividades te gustaría que hubiera en Montevideo que hoy no las hay?

E - No lo sé aún, llegue hace unos días, en un mes te cuento.

I - ¿a la hora de elegir Montevideo como destino, los precios y costos de tu estadía fueron una determinante para decidir venir?

E - El pasaje de avión siempre es caro, hay que estar pendiente de las tarifas.

I - ¿Cómo ve usted la relación de precios y servicios?

E - Un poco más caro que Australia, pero eso siempre ha pasado

I - ¿Cómo le parece la seguridad de la ciudad?

E - Por ahora bien, he visto varios policías caminando por la zona, lo que me ha llamado la atención es la indigencia

I - ¿Cuándo usted ha tratado con los montevideanos, qué le ha parecido el trato? considera que es una persona abierta a recibir turistas?

E - Siempre atento, preocupado por ayudar.

I - ¿El idioma fue un problema para la comunicación?

E - Comprendo que no porque hablo español, pero a mi esposa que no lo habla, debo estarle explicando o traduciendo.

I - ¿El destino turístico elegido fue Montevideo o lo visitaste porque te conecta con algún otro lugar?

E - Venimos a Montevideo, y desde aquí, recorreremos diferentes lugares, me gusta mucho la costa de rocha, punta del este y también hemos visitado otras veces, colonia por el día.

I - Eso ha sido todo, muchas gracias por tu tiempo y disposición. Que tengas buena estadía.

Matriz de entrevistados

Numeración		Nombre	Categoría	Empresa	Cargo	Edad
Entrevista 1	AV 1	Agustin	Agencia de turismo	NOVOTURISMO	Dueño	30
Entrevista 2	AV 2	Paola	Agencia de turismo	Lares	Directora	45
Entrevista 3	AV 3	Fernando	Agencia de turismo	Abtour	Gerente	63
Entrevista 4	AV 4	Federico	Agencia de turismo	MeVuelo	Gerente y co-fundador	32
Entrevista 5	AG 1	Roque Baudean	Agente del gobierno	Ministerio de Turismo	Director Nacional de Turismo	55
Entrevista 6	AG 2	Karina	Gobierno municipal	IMM	Asesora en turismo	37
Entrevista 7	CC 1	Oscar	Centro comercial	LOCAL ARTESANIAS	Dueño	60
Entrevista 8	CC 2	Marcos	Centro comercial	Montevideo Shopping	Asistente de Marketing	44
Entrevista 9	H 1	Emilia	Hostel	Hostel	Recepcionista	23
Entrevista 10	H 2	Hansel	Hostel	Hostel Destino 26	Recepcionista	38
Entrevista 11	H 3	Roxana	Hotel	MERCADO PUERTO HOTEL	Administrativa/Recepcionista	45
Entrevista 12	H 4	Pablo	Hotel	Hotel Esplendor	Gerente	43
Entrevista 13	R 1	Marcelo	Restaurante	TANGO BAR	Encargado	55
Entrevista 14	R 2	Gabriel	Restaurante	Tandory	Gerente y dueño	60
Entrevista 15	T 1	Angel	Transportista	Camioneta en la puerta del Mercado del Puerto	Dueño	40
Entrevista 16	GT 1	Ignacio	Infuencer/Guía turística	Turista en Montevideo		30
Entrevista 17	GT 2	Alberto	Guía turística	Independiente	Independiente	39
Entrevista 18	T 1	Marcos	Turista			25
Entrevista 19	T 2	Julieta	Turista			26
Entrevista 20	T 3	Nicolas	Turista			30
Entrevista 21	T 4	Erik	Turista			36
Entrevista 22	T 5	Marcelo	Turista			33
Entrevista 23	T 6	Turista	Turista			22
Entrevista 24	T 7	Rodolfo	Turista			62
Entrevista 25	T 8	Felipe	Turista			30
Entrevista 26	T 9	Ramon	Turista			50

Categorías para la matriz de análisis

1. **DESTINO URUGUAY/DESTINO MONTEVIDEO/ DESTINO OTROS PAISES**

2. **MOTIVO DE VISITA**

ESTUDIOS

FAMILIA Y AMIGOS

MARIHUANA

SOL Y PLAYA

NEGOCIOS (conferencias, congresos, reuniones, turismo de negocios, eventos)/

DEPORTES (futbol, competencias, carreras, correccaminatas) / OTRO

3. **GASTRONOMÍA:** bodegas, comidas -chivito,carne uruguaya/asado, el vino, mercado del puerto, etc

4. **CITY TOUR:** centenario -estadio mundialista-, ciudad vieja, andar en bicicleta, entre otros.

5. **TIEMPO DE HOSPEDAJE** días/semana/mes/indefinido

6. **SEGURIDAD/INSEGURIDAD**

7. **CULTURA** actividades culturales, recorridas culturales, participar en una cuerda de tambores, visitar el luthier de tambores, chacra turística

8. **EVENTOS** recitales, fiestas en rooftops

9. **PRECIOS ACORDES/PRECIOS ALTOS**

10. **ÉPOCA** verano/invierno/todo el año

11. **CONECTIVIDAD:** hub, conectividad en aeropuertos.

12. **SE DESCONOCE/SE CONOCE/SE CONTRADICE;** la marca pais

13. **PROMOCIÓN**

14. **INFORMACIÓN**

15. **DESARROLLO**

16. **ENTRETENIMIENTO**

17. **FRONTERIZOS/RESTO DE LATINOAMERICA/RESTO DEL MUNDO**

18. **PRIMAVERA-VERANO/OTOÑO-INVIERNO/TODO EL AÑO**

19. **SOCIEDAD**

20. **CAPACITACION**

Matriz de análisis

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
Cual es el motivo de tu visita?			Sí, primero acá hay dos temas que integran el marketing, no? Como nos ven de afuera hacia acá nos ven como Uruguay y nos ven como un Montevideo. Acá hay trabajo, está concentrado en Montevideo, pero es la entrada. A donde vas? a Uruguay, o a veces hasta se complican y te dicen Paraguay. Montevideo, pienso que está desaprovechado porque tendría que ser más marcado.		
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Les gusta ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas, conocer lo que es el centenario que es el primer estadio mundialista, la ciudad vieja con su historia, la ciudad amurallada, creo que por ahí viene más en búsqueda de de un poco de historia y asociado a gastronomía.	No vienen específicamente a Montevideo, o sea, vienen a Uruguay, y dentro de eso está la capital, que es Montevideo	Motivos laborales, no creo. Montevideo no cuenta con la infraestructura necesaria para hacer un congreso iberoamericano, por ejemplo...	Yo creo que la las más destacable, por decirlo de alguna manera, de ser, aparte de turismo, el turismo de 3 noches, una en Colonia una en Punta del este, o dos en Montevideo, una en Colonia y full day en Punta del Este. Después, en segunda instancia, corporativo, tipo instancias también relámpago, de una a dos, tres noches. Después otra forma parte de congresos, reuniones	- PROMOCION (x4) - DESARROLLO (x3) - SEGURIDAD (x3) - CAPACITACION (x3)

	Hay gente que va como negocio pero no como recreación.				
<p>Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?</p> <p>Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?</p>		Bodegas, Ciudad vieja, Barrio sur y Palermo, Playa, Mercado del Puerto,	A mí me sorprende que el regional le interese la bodega también porque tiene bodega. El argentino va y tiene una hermosa bodega, hermoso vino, los brasileros capaz que le puede llamar más la atención, pero es en general las bodegas, la visita del día de la bodega. Hay que tratar de abrir más las bodegas para el perfil del turismo nacional, para que el uruguayo también participe.	Bodegas, salas de conferencias, estadios de futbol, competencias. Despues en monteideo, metes milongón, que es un espectáculo, Un show clásico de acá, metes "La Perdiz" ponerle, como un asado o ahí en el centro no me acuerdo como se llama, que es lo que más te vende el recepcionista del hotel	
<p>Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?</p>					
<p>como le parece la seguridad de la ciudad?</p>	<p>Pero no siento que sea una ciudad peligrosa.</p> <p>No le doy el dedo para arriba a la seguridad</p>	Es un pais seguro. La gente cuando viene se siente super segura		Si, monteideo y uruguay en general son seguros. Es lo primero con lo que se vende Uruguay	
<p>Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?</p>	No es insegura.	Se sienten super seguros, Acá nadie siente que su vida está en riesgo	Nos ven como una ciudad manejable, chica, segura todavía, pero cuando digo seguro no implica solo seguro de de físico, sino seguro en	Si claro, por eso es que podes venderlo afuera de esa manera, porque es algo que se sostiene con la evidencia del que ya	

			todo, en lo natural. Eso lo aprendí de una visita que hicimos la Cámara a Tabaré Vazquez. Nos recibió para el cambio de la hora, que nosotros queríamos para hacer más cubiertas del verano, para la gente no se quedará en la playa esta tarde, y que se perdieron un turno, no relajaron todo, pero era verdad, daba más empleo y jodíamos las vacas. Y Tabaré nos dijo "La seguridad implica a todo, todo, todo, todo, desde el agua, que perciban que que en medioambientalmente estamos esté en lo correcto, por más que tengamos dificultades, no, pero la percepción es lo que vende".	vino. Rio de Janeiro no podría venderse como segura porque no resiste	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?		No tienen una imagen muy clara de lo que es Uruguay. Lo confunden con Paraguay. Somos conocidos pero por algunas cosas como el futbol o algunas personalidades			
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	País facil para andar. Seguro. País amigable, lindo, con cultura. Poblacion respetada. Poblacion receptiva. Calidad humana.			Tienen la percepcion de un país seguro, y que tiene tremendos lugares como la costa! pero despues, todo lo que se ha hecho con el turismo de congresos y corporativo, como un país para invertir	

El idioma fue un problema para la comunicacion?	Necesitamos gente capacitada de este lado ... siento que hay mucha gente dentro del rubro...que no está preparada porque no te saben hablar bien ni el español	No es un problema, los turistas se adaptan al español o al ingles, casi todo lo que hacemos es en ingles		No es una complicacion, pero en algunos lugares faltaría un poco de capacitacion
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?		Casi todo lo que hacemos, lo hacemos en ingles	Usualmente no. El extra regional habla el inglés, o sea que tenes que tener un guía bilingüe para que haga fe feedback este... y en el caso regional, al brasileño es difícil hablar español, entonces tienes que hablar en portugués, o portuñol.	
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Son 7 meses del año de 12, se ha desestacionalizado bastante. Basicamente de Octubre a abril		Primavera, verano
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		Uruguay es caro		el transporte es caro, la comida es cara, ir a comer, ir a comer afuera es caro, claro, el día, de la noche, es caro, el traslado es caro
como ve usted la relacion de precios y servicios?	Creo que Montevideo... es uno de los destinos más económicos por la por el abanico que hay. En relación a los precios con otros destinos del mundo,	La calidad es bastante buena de cosas.	Acorde al nivel internacional.	Somos caros, pero hay un buen nivel de servicio. Sabemos que es un bien activo para el país y obviamente para todos los que nos rodean

	creo que seguimos siendo un país para un público por ahí, un poco más selecto.				
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			Lo que son los insumos de los servicios de traslados, paseos, están adecuados al nivel internacional, pero adecuado en cuanto a precios y en cuanto también a lo que es este, la la calidad del servicio.		
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?					
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	No generar producto de las cosas realmente nuestras, por ejemplo, lo que es el tango, el mate	No sabría decirte, nosotros tenemos bastante seteado. Son dos dias con las actividades y no hay mucho mas		Lo unico que le cambiaría a montevideo es el clima, tener mas meses de calor. Despues estaría bueno que hayan mas recitales de bandas internacionales que traigan turistas regionales	

2.Analizar la incidencia de la marca país.

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?		No tienen una imagen muy clara de lo que es Uruguay. Lo confunden con Paraguay. Somos conocidos pero por algunas cosas como el futbol o algunas personalidades	A donde vas? a Uruguay, o a veces hasta se complican y te dicen Paraguay. Montevideo, pienso que está desaprovechado porque tendría que ser más marcado.		<ul style="list-style-type: none"> - GASTRONOMIA (x4) - SEGURIDAD (x3) - SE DESCONOCE (x2) - DESARROLLO - PROMOCION - DEPORTES

<p>Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?</p>	<p>País facil para andar. Seguro. País amigable, lindo, con cultura. Poblacion respetada. Poblacion receptiva. Calidad humana.</p>			<p>Tienen la percepcion de un país seguro, y que tiene tremendos lugares como la costa! pero despues, todo lo que se ha hecho con el turismo de congresos y corporativo, como un pais para invertir</p>	
<p>El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?</p>					
<p>De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?</p>	<p>La marca país esta encaminada, pero esta vacia de contenido. Falta desarrollo. Tendría que ser un país mucho más natural en el sentido de, por ejemplo, justamente lo que se está hablando ahora de la caza de animales autóctonos. Tenemos un nombre fuerte, un slogan fuerte, un contenido re lindo.</p>	<p>No, no se conoce a uruguay por una marca. Es muy dificil vender Uruguay</p>	<p>Yo creo que lo conoce más el extra regional que regional. El regional viene muy sin sabiendo por qué vino: el brasileño paulista porque tiene dinero y vino a comer un buen churrasco y a tomar un buen tannat y se olvida de Uruguay Natural o no, pero un canadiense lo analiza más, a un europeo lo puede analizar.</p>	<p>Olvidate de la Marca, tipo el valor agregado ¿porque venir a Uruguay? porque es seguro, el primer termino, pero así te lo canto.</p>	
<p>Creer que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?</p>	<p>Yo he ido a un montón de ferias de turismo y...el stand de Uruguay estaba</p>	<p>No, no se conoce a uruguay por una marca.</p>	<p>Sí, yo creo que el eslogan de Uruguay natural, si bien no se está utilizando tanto en esta administración dudan en cambiarlo siempre. Es más,</p>	<p>No se si la marca, para mis pasajeros vienen acá en base a lo que nosotros les vendemos que hay para hacer acá.</p>	

	hermoso, la posta es que estaba hermoso		viene de la época de Bordaberry, lo tomo politicamente una administracion del Frente Amplio y lo mantuvo, lo tomó ahora esta administración y lo mantuvo. O sea, eso es lo que hay que lograr. En turismo hay que lograr políticas estables y nacionales y no partidistas.	
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?	La parrilla El vino			
como le parece la seguridad de la ciudad?	Pero no siento que sea una ciudad peligrosa. No le doy el dedo para arriba a la seguridad	Es un pais seguro. La gente cuando viene se siente super segura		Si, montevideo y uruguay en general son seguros
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Pero no siento que sea una ciudad peligrosa.	Se sienten super seguros, Acá nadie siente que su vida está en riesgo	Nos ven como una ciudad manejable, chica, segura todavía, pero cuando digo seguro no implica solo seguro de de físico, sino seguro en todo, en lo natural. Eso lo aprendí de una visita que hicimos la Cámara a Tabaré Vazquez. Nos recibió para el cambio de la hora, que nosotros queríamos para hacer más cubiertas del verano, para la gente no se quedará en la playa esta tarde, y que se perdieron un turno, no relajaron todo, pero era verdad, daba más empleo y jodíamos las vacas. Y Tabaré	Si claro, por eso es que podes venderlo afuera de esa manera, porque es algo que se sostiene con la evidencia del que ya vino. Rio de Janeiro no podría venderse como segura porque no resiste

			nos dijo “La seguridad implica a todo, todo, todo, todo, desde el agua, que perciban que medioambientalmente estamos esté en lo correcto, por más que tengamos dificultades, pero la percepción es lo que vende”.		
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?		Si, quiere conocer la cultura, y quiere conocer el vino, nuestra cocina, todo lo culinario			

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
Porque motivo visitas Montevideo?					MOTIVO : - GASTRONOMIA (x2) - CULTURA (x2) -SOL Y PLAYA (x2) - ENTRETENIMIENTO - NEGOCIOS
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Les gusta ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas, conocer lo que es el centenario	Es dificil, porque visitan Uruguay, y montevideo es la capital entonces llegan	Motivos laborales no creo... post pandemia es casi todo online, porque esto trajo mucho virtualidad. ¿Hay infraestructura para hacer congresos de Montevideo? Quizas es una	La costa de Montevideo. Creo que, que la capital tenga costa, creo que es tremendo puntapié. La tranquilidad de no tener la vorágine, por ejemplo,	PROCEDENCIA: - FRONTERIZOS (x3) - RESTO DEL MUNDO (x3) -RESTO DE AMERICA (x2)

	<p>que es el primer estadio mundialista, la ciudad vieja con su historia, la ciudad amurallada, creo que por ahí viene más en búsqueda de de un poco de historia y asociado a gastronomía.</p> <p>Hay gente que va como negocio pero no como recreación.</p>		<p>pregunta interesante, por ejemplo un Iberoamericano hay que analizarlo, quizás Punta del Este, pero Montevideo...</p>	<p>de ciudades como Rio Janeiro, Buenos Aires, Santiago. Lo complementas con el casino, que el brasilero viene mucho por el casino</p>	
Cuales es tu procedencia?					
De donde son los turistas que visitan Uruguay?	<p>Europeos Brasileros Argentinos</p>	<p>Brasileros, Argentinos, Americanos, Rusos</p>		<p>Argentinos, Brasileros, paraguayos, estados unidos, chile, Perú, Colombia, todos los países que participan en competencias. despues en menor escala pero de todos lados</p>	<p>TIPOS DE TURISTAS: - DIAS (x3)</p>
El idioma fue un problema para la comunicacion?	<p>Necesitamos gente capacitada de este lado ... siento que hay mucha gente dentro del rubro...que no está preparada porque no te saben hablar bien ni el español</p>	<p>No es un problema, los turistas se adaptan al español o al ingles, casi todo lo que hacemos es en ingles</p>		<p>No es una complicacion, pero en algunos lugares faltaría un poco de capacitacion</p>	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?		<p>Casi todo lo que hacemos, lo hacemos en ingles</p>	<p>Usualmente no. El extra regional habla el inglés, o sea que tenes que tener un guía bilingüe para que haga fe feedback este... y en el caso regional, al brasileño</p>		<p>ESTACIONES: - PRIMAVERA VERANO (x2) -TODO EL AÑO (x2)</p>

			es difícil hablar español, entonces tienes que hablar en portugués, o portuñol.		
Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar Montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Son 7 meses del año de 12, se ha desestacionalizado bastante. Basicamente de Octubre a abril		Primavera, verano	
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en Montevideo, a que cree que se debe?	<p>Por lo general en lo que es el verano nuestro, porque es el invierno de ellos.</p> <p>Turismo de negocios y turismo de eventos a lo largo de todo el año</p>	Primavera y verano	Si la temporada estival era la de baja temporada, ya las últimas tendencias eran de que ya no era tan baja temporada. No sabemos por que porque si vienen por sol y playa, más bien se van para el este, pero la ocupación de Montevideo los últimos años fue creciendo. Y no es porque la gente venga a hacer playa a Montevideo. Quizás por precio, porque hacen la base Montevideo y hacen un Tour a Punta del Este y hacen un Tour a Colonia, pero el hotel le sale menos que ir en la temporada porque habían subido mucho los hoteles del Este en el 2018 2019.	mediados de diciembre a fines de marzo. Lo sabemos desde fines de marzo, después de semana santa	
Por qué cantidad de días se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?	Si van desde Punta del Este, van por el día. Sino dos días	Vendemos Uruguay por 7 días mínimo, pero en Montevideo son solo dos noches		3 o 4 noches a reventar	
El turista suele querer probar sabores y platos ya		Si, quiere conocer la cultura, y quiere conocer			

conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?		el vino, nuestra cocina, todo lo culinario			
---	--	--	--	--	--

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?					
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	Les gusta ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas, conocer lo que es el centenario que es el primer estadio mundialista, la ciudad vieja con su historia, la ciudad amurallada, creo que por ahí viene más en búsqueda de de un poco de historia y asociado a gastronomía.	Bodegas, restaurantes, recorridas culturales, participar en una cuerda de tambores, visitar el luthier de tambores, andar en bicicleta por la rambla		metes milongón, que es un espectáculo, Un show clásico de acá, metes "La Perdiz" ponerle, como un asado	<ul style="list-style-type: none"> - GASTRONOMIA (x4) - CULTURA (x3) - CITY TOUR (x2) - EVENTOS - ENTRETENIMIENTO - SOL Y PLAYA
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?		Bodegas, Ciudad vieja, Barrio sur y Palermo, Playa, Mercado del Puerto,	A mí me sorprende que el regional le interese la bodega también porque tiene bodega. El argentino va y tiene una hermosa bodega, hermoso vino, los brasileros capaz que le puede llamar más la atención, pero es en general las bodegas, la visita del día de la bodega.	Bodegas, salas de conferencias, estadios de futbol, competencias. Despues en montevideo, metes milongón, que es un espectáculo, Un show clásico de acá, metes "La Perdiz" ponerle, como un asado o ahí en el centro	
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?					

			Hay que tratar de abrir más las bodegas para el perfil del turismo nacional, para que el uruguayo también participe.	no me acuerdo como se llama, que es lo que más te vende el recepcionista del hotel	
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?				No somos un destino de compras, por ejemplo, no tenés oportunidad de compras acá. Que va la mano con que tampoco somos baratos, por ejemplo. Yo voy a Argentina, que es un estilo de compras, y los champiñones me terminan saliendo lo mismo que acá, pero todo lo demás no.	

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?		Nosotros trabajamos con turistas de un perfil alto		Tampoco somos baratos. El transporte es caro, la comida es cara, ir a comer, ir a comer afuera es caro, la noche, es cara, el traslado es caro, si te vas para la parte más periférica tipo los balnearios de Montevideo, Uruguay es más caro	- PRECIOS ALTOS (x4) - NEGOCIOS (x2)
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?		Uruguay no es un destino para el que	Si, pero el turista sabe que hay de todo. En que es la comida, la gastronomía por ejemplo, hay		

		anda corto de dinero, sino para aquel que está acostumbrado a pagar altos precios. Trabajamos con personas de nivel alto y estan acostumbrados a precios altos	de todo, pero también el consumidor sabe que hay de todo, como yo voy a otro destino y puedo comer un bauru. O puedo comer en una churrasquería o una bocata en la calle de Roma. O ir a sentarte un restaurante y comer pasta. En lo que es hoteleria saben que estamos acordes,		
Como considera los precios para los turistas?		Uruguay es caro		El transporte es caro, la comida es cara, ir a comer, ir a comer afuera es caro, claro, el día, de la noche, es caro, el traslado es caro	
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?					
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?					
como ve usted la relacion de precios y servicios?	Creo que Montevideo... es uno de los destinos más económicos por la por el abanico que hay. En relación a los precios con otros destinos del mundo, creo que seguimos siendo un país para un público por ahí, un poco más selecto.	La calidad es bastante buena de cosas.	Acorde al nivel internacional.	Somos caros, pero hay un buen nivel de servicio. Sabemos que es un bien activo para el país y obviamente para todos los que nos rodean	
Qué consideran los turistas de los precios de los			Lo que son los insumos de los servicios de traslados, paseos,		

paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			están adecuados al nivel internacional, pero adecuado en cuanto a precios y en cuanto también a lo que es este, la la calidad del servicio.	
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?				
Hay precios promocionales de estadia dependiendo de la época?				Los precios en hoteles se mantienen mas o menos a los mismos niveles que a nivel internacional
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?				
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?				
Cual es el motivo de tu visita?			Sí, primero acá hay dos temas que integran el marketing, no? Como nos ven de afuera hacia acá nos ven como Uruguay y nos ven como un Montevideo. Acá hay trabajo, está concentrado en Montevideo, pero es la entrada. A donde vas? a Uruguay, o a veces hasta se complican y te dicen Paraguay. Montevideo, pienso que está desaprovechado porque tendría que ser más marcado.	

<p>Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?</p>	<p>Les gusta ir a Montevideo a comer al mercado del puerto, probar las carnes uruguayas, conocer lo que es el centenario que es el primer estadio mundialista, la ciudad vieja con su historia, la ciudad amurallada, creo que por ahí viene más en búsqueda de de un poco de historia y asociado a gastronomía.</p> <p>Hay gente que va como negocio pero no como recreación.</p>	<p>No vienen específicamente a Montevideo, o sea, vienen a Uruguay, y dentro de eso está la capital, que es Montevideo</p>	<p>Motivos laborales, no creo. Montevideo no cuenta con la infraestructura necesaria para hacer un congreso iberoamericano, por ejemplo...</p>	<p>Yo creo que la las más destacable, por decirlo de alguna manera, de ser, aparte de turismo, el turismo de 3 noches, una en Colonia una en Punta del este, o dos en Montevideo, una en Colonia y full day en Punta del Este. Después, en segunda instancia, corporativo, tipo instancias también relámpago, de una a dos, tres noches. Después otra forma parte de congresos, reuniones</p>	
<p>Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?</p>				<p>No somos un destino de compras, por ejemplo, no tenés oportunidad de compras acá. Que va la mano con que tampoco somos baratos, por ejemplo. Yo voy a Argentina, que es un estilo de compras, y los champiñones me terminan saliendo lo mismo que acá, pero todo lo demás no.</p>	

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?		El destino es Uruguay, en Montevideo se quedan 2 noches, también van a José Ignacio, Colonia, Punta del Este			- DESTINO URUGUAY (x3) - DESTINO MONTEVIDEO
Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?	Lo que hacen es tocar varios puntos que tiene América del Sur		Este 80% es base. Espera venir acá para venir a Montevideo.	Si y no, en general se hace el turismo de 3 noches, una en Colonia una en Punta del Este, o dos en Montevideo, una en Colonia y full day en Punta del Este.	

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 1 - AV 1	Entrevista 2 - AV 2	Entrevista 3 - AV 3	Entrevista 4 - AV 4	AGENCIA
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?					- INFORMACION - EVENTOS - PROMOCION
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?			Hay de todo, hay que incentivarlas.		
Que actividades creen podrían encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	No generar producto de las cosas realmente nuestras, por ejemplo, lo que es el tango, el mate	No sabría decirte, nosotros tenemos bastante seteado. Son dos días con las actividades y no hay mucho más		Lo único que le cambiaría a Montevideo es el clima, tener más meses de calor. Después estaría bueno que hayan más recitales de bandas internacionales que traigan turistas regionales	

ENTREVISTA AGENTE DE GOBIERNO

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	<p>El principal motivo por el que los turistas visitan Montevideo es por el turismo de reuniones y de congresos.</p> <p>El de sol y playa, el de cruceros y algunos otros más</p>	<p>Primero que vos tenés todo a escala humana, acá es todo rápido, todo ágil, más allá, o sea para nosotros los que vivimos acá, capaz que nos parece que hay un embotellamiento, pero la gente que viene de Brasil no, esto no es un embotellamiento, o sea esto es algo fantástico para caminar, andar para trasladarse. O tenés a 25 minutos, media hora una bodega, una chacra turística. Esa cercanía hace también que la gente, que se distribuya ese turismo para distintos lugares, el principal motor, lo que más buscan los extranjeros ahí, pensando en turismo extranjero en Montevideo es la... es el producto cultural. Es lo que más llama la atención</p>	<ul style="list-style-type: none"> - SEGURIDAD (x2) - PROMOCION (x2) - CONECTIVIDAD (x2) - SOCIEDAD - DESARROLLO - PRECIOS ALTOS
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?	<p>Me parece importante hablar de turismo en la zona metropolitana</p>	<p>Lo que mas llama la atencio es el producto Cultural. Una bodega, una chacra turística</p>	
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas			

descuentos ? cual y a que se debe?			
como le parece la seguridad de la ciudad?		En Montevideo es una ciudad segura	
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Está catalogada como una ciudad segura	En Montevideo es una ciudad segura y hay una percepción de seguridad más allá de lo que las personas que vivimos acá podemos sentirlo distinto, pero el turista tiene una percepción de seguridad bastante alta. - Se sienten seguros y creo que supera el 80 por ciento de nivel de satisfacción de seguridad.	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?			
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	Está catalogada como una ciudad segura, con gran porcentaje de educación, con un sistema financiero muy adecuado para lo que es el mundo	Y yo creo que Uruguay ha sido, ha tenido uno cuantos años de crecimiento a nivel de percepción de país, como lugar y creo que eso se potencia teniendo una marca país.	
El idioma fue un problema para la comunicacion?			
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?			
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Montevideo logró desestacionalizar y en los cuatro trimestres tiene prácticamente la misma cantidad de visitantes.	
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		sigue siendo un destino, caro, claro que es un destino caro	

como ve usted la relacion de precios y servicios?		Siempre creo que hay que trabajar sobre las ventajas competitivas que existen y en los precios no son una de ellas, eso está claro, competitividad de Uruguay, que por otro lado	
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?		Depende mucho, por ejemplo, de un turista de América del Norte que de un turista español. Los americanos tienen un poder adquisitivo que es diferente, ¿no? Que capaz que un Montevideano les resulte tan caro. Economías que están un poco más parecidas a la nuestra y si les va a parecer caro, como nos parece a nosotros. Creo que eso no se puede negar, pero a nivel de promoción me parece que lo que hay que buscar es poner en valor en el resto.	
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?		Porque por más que se mantengan los beneficios y demás, sigue siendo un destino, caro, claro que es un destino caro.	
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Para mi sería muy importante mejorar la conectividad con otros países, que sea un aeropuerto donde todo el mundo pueda llegar. Si bien nuestro aeropuerto ya se puede considerar un HUB porque conecta con Argentina, Brasil, Panamá, Perú, Chile, España, no conecta con todo el resto de Europa	pero si caminas por Colón, que tiene atractivo super interesante, es muy difícil que te encuentres un turista porque no hay un lugar siendo promocionado. Lo de la calidad del aire y demás son índices, y yo digo que falta ponerlos en la comunicación, no que la gente lo perciba.	

2. Analizar la incidencia de la marca país

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?			- SE CONOCE (x2) - SEGURIDAD (x2) -

Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	Está catalogada como una ciudad segura, con gran porcentaje de educación, con un sistema financiero muy adecuado para lo que es el mundo	Y yo creo que Uruguay ha sido, ha tenido unos cuantos años de crecimiento a nivel de percepción de país, como lugar y creo que eso se potencia teniendo una marca país.	PROMOCION (x2) - SOCIEDAD
El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?			
De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?	Se hacen diferentes formas de captación de nuevos turistas pero hoy en día se está utilizando mucho la tecnología. Buscamos siempre participar de diferentes eventos de Turismo que nos permita mostrar a nuestro país y sus principales atractivos	Es aún una marca bastante completa, pienso que las marcas hay que cuidarlas con los contenidos y hay que seguir trabajandolas, Si tienes una marca, y venís al país, y lo que te encontrás no se parece a la sensación de natural, bueno, vas a ir perdiendo legitimidad, Natural, que era mucho más allá que la naturaleza, ¿no? También tiene que ver con la cordialidad, tiene que ver con el teatro, con el vínculo de las personas, y eso tiene que ver con las ventajas competitivas que hacen al turista elegir uruguay	
Creen que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?	Es reconocido mundialmente.		
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?			
como le parece la seguridad de la ciudad?		En Montevideo es una ciudad segura	
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Está catalogada como una ciudad segura	En Montevideo es una ciudad segura y hay una percepción de seguridad más allá de lo que las personas que vivimos acá podemos sentirlo distinto, pero el turista tiene una percepción de seguridad bastante alta. - Se sienten seguros y creo que supera el 80 por ciento de nivel de satisfacción de seguridad.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?			

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
Porque motivo visitas Montevideo?			MOTIVO : - GASTRONOMIA - CULTURA -SOL Y PLAYA -NEGOCIOS
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	El principal motivo por el que los turistas visitan Montevideo es por el turismo de reuniones y de congresos. El de sol y playa, el de cruceros y algunos otros más	Las ventajas competitivas, es que vos tenés todo a escala humana, acá es todo rápido, todo ágil, tenés a 25 minutos, media hora una bodega, una chacra turística. Esa cercanía hace también que la gente, que se distribuya ese turismo para distintos lugares, el principal motor, lo que más buscan los extranjeros ahí, pensando en turismo extranjero en Montevideo es la... es el producto cultural. Es lo que más llama la atención.	PROCEDENCIA: - FRONTERIZO - RESTO DEL MUNDO - RESTO DE AMERICA -URUGUAYO
Cuales es tu procedencia?			
De donde son los turistas que visitan Uruguay?	De todas partes del mundo	Brasil, Argentina, del interior del país, Estados Unidos,	
El idioma fue un problema para la comunicacion?			
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?			ESTACIONES: - PRIMAVERA VERANO -TODO EL AÑO
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?			
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en montevideo, a que cree que se debe?	Generalmente es en la segunda parte del año	Montevideo logró desestabilizar y en los cuatro trimestres tiene prácticamente la misma cantidad de visitantes.	

Por qué cantidad de días se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?		Cerca del 40% de los turistas que visitan Uruguay, tienen como destino Montevideo	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?			

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?			
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	Los eventos y reuniones La playa	Bodega, chacras turística, el producto cultural es lo que más les llama la atención, bus Turístico, el carnaval, comer en el mercado del puerto, paseos en bicicleta, kayaks.	<ul style="list-style-type: none"> - GASTRONOMIA - EVENTOS - CULTURA - SOL Y PLAYA - ENTRETENIMIENTO - CITY TOUR
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?	Me parece importante hablar de turismo en la zona metropolitana	Lo que más llama la atención es el producto Cultural. Una bodega, una chacra turística	
Considera depende del turista la elección del lugar y de su motivo de viaje?			
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales		Si, con el crucerismo, que es un turismo específico, en un período del año que tiene un impacto específico, por ejemplo, no impacta en el hotelaría, pero si impacta en el negocio	

articulos son los mas pedidos por los turistas?			
---	--	--	--

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?		Montevideo tiene otras cosas que son motivo para venir y no sé si el precio te impide	- NEGOCIOS - PRECIOS ALTOS (x3)
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?		Claro, a la hora de elegir un destino, quizá es más importante priorizar, a saber que es un lugar, seguro que hay lugares, porque claro	
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		sigue siendo un destino, caro, claro que es un destino caro	
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?			
como ve usted la relacion de precios y servicios?		Siempre creo que hay que trabajar sobre las ventajas competitivas que existen y en los precios no son una de ellas, eso está claro, competitividad de Uruguay, que por otro lado	
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?		Depende mucho, por ejemplo, de un turista de América del Norte que de un turista español. Los americanos tienen un poder adquisitivo que es diferente, ¿no? Que capaz que un Montevideoano les resulte tan caro. Economías que están un poco más parecidas a la nuestra y si les va a parecer caro, como nos parece a nosotros.	

		Creo que eso no se puede negar, pero a nivel de promoción me parece que lo que hay que buscar es poner en valor en el resto.	
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?		a intendencia está haciendo unos programas de anfitrión y a que lo que hace es preparar, ofrecer una formación a personas, de los distintos barrios de la ciudad.	
Hay precios promocionales de estadia dependiendo de la época?			
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?		Porque por más que se mantengan los beneficios y demás, sigue siendo un destino, caro, claro que es un destino caro.	
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?			
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	<p>El principal motivo por el que los turistas visitan Montevideo es por el turismo de reuniones y de congresos.</p> <p>El de sol y playa, el de cruceros y algunos otros más</p>	<p>Primero que vos tenés todo a escala humana, acá es todo rápido, todo ágil, más allá, o sea para nosotros los que vivimos acá, capaz que nos parece que hay un embotellamiento, pero la gente que viene de Brasil no, esto no es un embotellamiento, o sea esto es algo fantástico para caminar, andar para trasladarse. O tenés a 25 minutos, media hora una bodega, una chacra turística. Esa cercanía hace también que la gente, que se distribuya ese turismo para distintos lugares, el principal motor, lo que más buscan los extranjeros ahí, pensando en turismo extranjero en Montevideo es la... es el producto cultural. Es lo que más llama la atención</p>	

<p>Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?</p>		<p>Si, con el crucerismo, qué es un turismo específico, en un período del año que tiene un impacto específico, por ejemplo, no impacta en el hotelería, pero si impacta en el negocio</p>	
---	--	---	--

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
<p>El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?</p>			
<p>Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?</p>	<p>En realidad vienen en la mayoría de los casos a Montevideo, de todas formas es un punto estratégico Montevideo para el Uruguay porque conecta con todo el país y principalmente con Colonia y con Punta del Este, dos grandes puntos turísticos del país.</p>	<p>En general, Montevideo es el destino principal</p>	<p>- DESTINO MONTEVIDEO (x2)</p>

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 5 - AG 1	Entrevista 6 - AG 2	AGENTE DE GOBIERNO
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?			- CONECTIVIDAD - INFRAESTRUCTURA Y/O LOGÍSTICA INSUFICIENTE
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?			
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Para mi sería muy importante mejorar la conectividad con otros países, que sea un aeropuerto donde todo el mundo pueda llegar. Si bien nuestro aeropuerto ya se puede considerar un HUB porque conecta con Argentina, Brasil, Panamá, Perú, Chile, España, no conecta con todo el resto de Europa		

ENTREVISTA CENTRO COMERCIAL

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
Cual es el motivo de tu visita?			- PROMOCION (X2) - PRECIOS (X2) - SEGURIDAD (X2) - SOCIEDAD - CAPACITACION
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Son las grandes correccaminatas, los congresos, vienen a algún evento	Rambla, plazas, gastronomía (carne, vinos, quesos), y el tema campo.	
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?	De acá caminando puedes ir a una catedral, a algún museo, el teatro Solís, la plaza Independencia, la puerta de la ciudadela y se te cerro la oferta		
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?	El turista uruguayo hoy se va a Punta del Este porque lo pagan con tarjeta y tienen descuentos. El tema de precios es importante para el turista, así les saques el 22% de IVA es caro para ellos, es muy caro para ellos	el descuento es un factor decisivo en la compra. Tarjeta beneficios del shopping para turistas.	
como le parece la seguridad de la ciudad?			
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	El turista me lo pregunta y es la misma respuesta la que doy, las cámaras de seguridad en la ciudad vieja han servido para darle seguridad al turista. El turista camina y sabe que lo están controlando.	se lo ve como un lugar seguro, percepcion de un lugar tranquilo, gente amable donde no hay mucha inseguridad.	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?			
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?			
El idioma fue un problema para la comunicacion?	Acá es o inglés o portugués, y después español. Se puede comunicar con cualquier persona.	No es un problema, ya que la mayoría habla o entiende algo	

		de ingles y los turistas vienen con ingles.	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?	Además, el español hoy está siendo considerado en el mundo.		
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?			
Como considera los precios para los turistas?			
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?			
como ve usted la relacion de precios y servicios?	Así les saques el 22% de IVA es caro para ellos, es muy caro para ellos	Estamos caros, salvo en lo que es vestimenta. En la region, Argentina esta muy barato.	
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?	Somos los primeros en lo mas caro		
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?			
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?			

2.Analizar la incidencia de la marca país

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?			- SEGURIDAD (x2)
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?			- SOCIEDAD
El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?	Hoy por hoy no existe el Uruguay Natural, osea el Ministerio no lo larga como Uruguay Natural. Como aquella época que se largaba, hoy está		- SE CONTRADICE

	muy quieto. Quieren hacer caza, ir a cazar jabalíes, no creo que sea así la vuelta, me parece que Uruguay Natural es más natural, algo clásico.		
De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?			
Creer que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?			
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?			
como le parece la seguridad de la ciudad?			
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	El turista me lo pregunta y es la misma respuesta la que doy, las cámaras de seguridad en la ciudad vieja han servido para darle seguridad al turista. El turista camina y sabe que lo están controlando.	lugar tranquilo, seguro, de gente amable. No es como argentina donde el turista va mucho mas precavido.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?			

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
Porque motivo visitas Montevideo?			MOTIVO : - GASTRONOMIA - CULTURA - SOL Y PLAYA - EVENTOS - DEPORTE - NEGOCIOS
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Son las grandes correccaminatas, los congresos, vienen a algún evento	el campo, lo gastronomico, la rambla, lo historico, cultural	PROCEDENCIA: - URUGUAYO - FRONTERIZOS - RESTO DEL MUNDO
Cuales es tu procedencia?			
De donde son los turistas que visitan Uruguay?	Mucho Uruguayo y mucho Argentino que ya es residente, despues Alemanes, Holandeses, Rusos, Brasileiros		
El idioma fue un problema para la comunicacion?	Acá es o inglés o portugués, y después español. Se puede comunicar con cualquier persona.	No es un problema, ya que la mayoría habla o entiende algo de ingles y los turistas vienen con ingles.	TIPOS DE TURISTAS: -DIAS
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?	Además, el español hoy está siendo considerado en el mundo.		ESTACIONES: -TODO EL AÑO
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar monteideo o de tu preferencia? por que motivo ?			
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en monteideo, a que cree que se debe?	Imposible decírtelo		

Por qué cantidad de días se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?	Viene a algo puntual, dos o tres días		
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?			

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?			- GASTRONOMIA (x2) - CITY TOUR (x2) - EVENTOS - SOL Y PLAYA
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	eventos y congresos	Gastronomía, campos, estancias turísticas, rambla.	
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?	De acá caminando puedes ir a una catedral, a algún museo, el teatro Solís, la plaza Independencia, la puerta de la ciudadela y se te cerro la oferta		
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?	Se está llevando muchos imanes, tazas y lo clásico, el mate, el kit que vendemos nosotros que es el mate, la bombilla y la yerba	No es su fuerte, eso no quita que haya un turista de compras; Argentinos, Brasileños, nivel económico que no le importa estemos caros. Somos convenientes en vestimenta.	

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?			
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?		Sin dudas, hoy en día consulta todo en internet, sobre los lugares que busca y sus precios.	
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?	Así les saques el 22% de IVA es caro para ellos, es muy caro para ellos	Estamos caros, salvo en lo que es vestimenta. En la región, Argentina está muy barato.	
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?			- PRECIOS ALTOS (x2)
como ve usted la relación de precios y servicios?	Somos los primeros en lo más caro		- NEGOCIOS
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			- DEPORTES
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?			
Hay precios promocionales de estadía dependiendo de la época?			
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?	El turista uruguayo hoy se va a Punta del Este porque lo pagan con tarjeta y tienen descuentos. El tema de precios es importante para el turista, así les saques el 22% de IVA es caro para ellos, es muy caro para ellos	El descuento o beneficio es decisivo. Tarjeta beneficios exclusiva para turistas en el centro comercial, con descuentos y beneficios tanto dentro como fuera del centro.	

	Yo hice hace poco Argentina, Brasil, Paraguay. En relación con ellos nosotros tenemos todo muy caro.		
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?			
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Son las grandes correccaminatas, los congresos, vienen a algún evento	Rambla, plazas, gastronomía (carne, vinos, quesos), y el tema campo.	
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?	Se está llevando muchos imanes, tazas y lo clásico, el mate, el kit que vendemos nosotros que es el mate, la bombilla y la yerba	No es su fuerte, eso no quita que haya un turista de compras; Argentinos, Brasileños, nivel económico que no le importa estemos caros. Somos convenientes en vestimenta.	

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?			
Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?	Vienen por algo puntual, caminas por las peatonales y no hay nadie	Hay de los dos, esta quien viene a Montevideo por ser una ciudad chica completa y fácilmente manejable, como esta quien hace base en Montevideo pero van a visitar Punta del Este o campos, Nos es la ciudad principal en cuanto al turismo	- DESTINO MONTEVIDEO (x2) - DESTINO URUGUAY

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 7 - CC 1	Entrevista 8 - CC 2	CENTROS COMERCIALES
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?			-INFORMACIÓN -DESARROLLO
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?	No hay información, falta lo que se llama información, recién vino una guía turística y me preguntaba por el Ministerio de Turismo pero hoy sábado está cerrado. El Ministerio está cerrado, la intendencia que está ahí enfrente, que es turística, está cerrada.	Desarrollar más las actividades de bodegas y de campo	
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?			

ENTREVISTA HOTEL

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
Cual es el motivo de tu visita?					
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	<p>Tenemos muchos turistas que vienen de intercambio o por estudios, otros que recorren sudamerica en mochilas y pasan unos dias en montevideo</p>	<p>Primero que nada siempre va a ser el motivo de la Marihuana. Luego Uruguay es un país lindo, no? Es muy lindo, seguro, la gente simpática, entonces como que la gente busca también eso.</p>	<p>Los europeos, que estamos teniendo bastante gente de esta región, por ejemplo vienen a hacer sus recorrida por Latinoamérica, entonces acá vienen a esperar los autos.</p> <p>Pero en general viene con otro motivo, no tanto al Montevideo exclusivo destino turístico</p>		<p>- SEGURIDAD (x3) - PROMOCION (x2) - SOCIEDAD (x2) - PRECIOS ALTOS (x2) - DESARROLLO - INFORMACION - INSEGURIDAD - CAPACITACION</p>
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted? Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?	<p>Nos consultan por los pubs o bailes para ir a la noche, tambien por recorridos de buses para ir a distintos puntos, como por ejemplo la ciudad vieja, el</p>	<p>La Rambla es un punto, por el mar. Luego la gente quiere conocer parque rodó, toda esta zona. Y después, como quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. Y después, como quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. shopping,</p>	<p>Hay mucho argentino que viene por el día, a hacer trámites bancarios ... pero sabes que vienen y vienen a Ciudad Vieja porque tienen todo en la vueltita, van a hacer la cédula, a hacer algún</p>		

	prado o la rambla.		trámite, pero todo en la vueltita	
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?	Creo va en función de la ocupación, no se realizan promociones exclusivas por época.		No hay difusión. No ves que la gente venga con esa información porque muchas veces puede pasar que la información esté en el exterior porque ese es el público objetivo y no nos llega a nosotros mortales de aca, pero no. Es muy importante pero el Ministerio de Turismo no nos da información o siempre son los mismos folletos que si quieres te doy alguno. Son de hace años, con la misma foto, con las mismas cosas.	
como le parece la seguridad de la ciudad?		Muy seguro	En Ciudad Vieja hay cámaras de vigilancia policial en todas las calles. En general, no hay problema ... la dinámica de la Ciudad Vieja es de 7 de la mañana a 7 de la tarde. No es un problema	

			de falta de seguridad, sino de sensación de que puedes llegar a estar en peligro.		
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Seguro, ellos están hasta más tranquilos que yo por la calle	Muy seguro	Yo hace 8 años que trabajo acá, nunca escuché que le robaran a ningún huésped... solo una vuelta me acuerdo que si un huésped dijo que le habían robado la mochila, pero porque se sentó en un bar y dejó la mochila en una silla y se fue para adentro	Insegura, hemos tenido varios episodios donde rompieron vidrios de autos	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?					
Que percepcion se lleva el turista de Montevideo y del hotel ?	Si, no hemos tenido problemas con ningun huesped, es más, con muchos hasta se genera un vinculo de amistad. Buscamos que perciban ambiente cálido, familiar, de amistad, solidaridad		Me dijeron que caro es Uruguay. Hay alguno que te dice que están bien, pero es uno de diez	Buscamos que tengan confianza, que vean que somos amables, que tenemos predisposicion. Buscamos mostrarnos humanizados	

El idioma fue un problema para la comunicacion?		Algunos si otros no, pero el ingles por lo meno se inventa	A mi no, no me frena porque prácticamente inventó cualquier cosa. Obviamente hablas lo mejor que puedes.	En el hotel se habla en varios idiomas. El problema esta cuando van a conseguir los servicios que alli solo se habla generalmente español
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?	El que no habla español habla inglés y acá casi todos hablamos inglés, aunque sea poco pero lo básico siempre se puede comunicar.			
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Principalmente Verano,		
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		Los mismos precios que en París, o sea, está carísimo		
como ve usted la relacion de precios y servicios?		Los mismos precios que en París, o sea, está carísimo		
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			Me dijeron que caro es Uruguay. Hay alguno que te dice que están bien, pero es uno de diez	

Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?					
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Más actividades recreativas y de entretenimiento para turistas. También nos consultan mucho por alquiler de bicicletas, monopatines eléctricos y hasta patines.				

2. Analizar la incidencia de la marca país.

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?					
Que percepcion se lleva el turista de Montevideo y del hotel ?	Si, no hemos tenido problemas con ningun huesped, es más, con muchos hasta se genera un vinculo de amistad.		Me dijeron que caro es Uruguay. Hay alguno que te dice que están bien, pero es uno de diez	Buscan que tengan confianza, que vean que somos amables, que tenemos predisposicion. Buscamos mostrarnos humanizados	- SEGURIDAD (x5) - SOCIEDAD (x2) - INFORMACION

	Buscamos que perciban ambiente cálido, familiar, de amistad, solidaridad			
El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?		Uruguay es un país lindo, no? es muy lindo, seguro, la gente simpática, entonces como que la gente busca también eso		
De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?			Puede pasar que la información esté en el exterior porque ese es el público objetivo y no nos llega a nosotros mortales de aca	
Creen que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?				
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?				
como le parece la seguridad de la ciudad?		Muy seguro	En Ciudad Vieja hay cámaras de vigilancia policial en todas las calles. En general, no hay problema ... la dinámica de la Ciudad Vieja es de 7 de la mañana a 7 de la tarde. No es un problema de falta de seguridad, sino de sensación de	

			que puedes llegar a estar en peligro.		
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Seguro, ellos están hasta más tranquilos que yo por la calle	Muy seguro	Yo hace 8 años que trabajo acá, nunca escuché que le robaran a ningún huésped... solo una vuelta me acuerdo que si un huésped dijo que le habían robado la mochila, pero porque se sentó en un bar y dejó la mochila en una silla y se fue para adentro	Insegura, hemos tenido varios episodios donde rompieron vidrios de autos	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?					

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
<p>Porque motivo visitas Montevideo?</p>			<p>Los europeos, que estamos teniendo bastante gente de esta región, por ejemplo vienen a hacer sus recorrida por Latinoamérica, entonces acá vienen a esperar los autos.</p> <p>Pero en general viene con otro motivo, no tanto al Montevideo exclusivo destino turístico</p> <p>Hay mucho argentino que viene por el día, a hacer trámites bancarios</p>		<p>MOTIVO : -MARIHUANA</p>
<p>Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?</p>		<p>Primero que nada siempre va a ser el motivo de la Marihuana. Uruguay también te da como esa tranquilidad</p>			<p>PROCEDENCIA: - FRONTERIZOS (x2) - RESTO DEL MUNDO</p>
<p>Cuales es tu procedencia?</p>					
<p>De donde son los turistas que visitan Uruguay?</p>		<p>Brasil, Argentina,</p>	<p>Europeos. Argentinos.</p>		<p>TIPOS DE TURISTAS: -DIAS (x4) -SEMANAS -MESES</p>

			Brasileros		
El idioma fue un problema para la comunicacion?		Algunos si otros no, pero el ingles por lo meno se inventa	A mi no, no me frena porque prácticamente inventó cualquier cosa. Obviamente hablas lo mejor que puedes.	En el hotel se habla en varios idiomas. El problema esta cuando van a conseguir los servicios que alli solo se habla generalmente español	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?	El que no habla español habla inglés y acá casi todos hablamos inglés, aunque sea poco pero lo básico siempre se puede comunicar.				ESTACIONES: - TODO EL AÑO (X2) - PRIMAVERA/VERANO
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Principalmente Verano,			
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en montevideo, a que cree que se debe?		Depende, de cada turista, y porque vengan, se quedan 2 noches perfectamtne, hasta 15 dias	Se ha movido un poco más, si hay algo de movimiento, hay ocupación, desde febrero la ocupación nuestra ronda el 20% o 30% pero no hay tendencia para nosotros, capaz para	Turismo corporativo en setiembre y primer quincena de diciembre. Enero hace años esta llena. Los feriados brasileros,	

			otros hoteles hay pero si me pedís un número de ocupación, digo el 30% por mes.	carnaval, turismo tambien.	
Por qué cantidad de días se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?	Hay quienes se quedan hasta un mes o quienes es una o dos noches		2 o 3 días	La estadía promedio de nuestro hotel esta en dos días y medio que es lo que lleva el destino, nosotros estamos un poquito por arriba casi en tres pero la estadía promedio del destino anda arriba de dos.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?					

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?		quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. El mirador general que se ve, toda toda la ciudad, todo Montevideo			- CITY TOUR (x2) - GASTRONOMIA - CULTURA
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	Salir a la noche	seguro quiero conocer la Rambla. La Rambla es un punto, por el mar	El extranjero no viene tanto a Montevideo tanto	Excursiones a bodegas, te hacen el city tour por Montevideo,	- ENTRETENIMIENTO - NEGOCIO - SOL Y PLAYA

			como destino turistico	te hacen el bus turistico. Ahora esta pasando mucho con el cartel de Montevideo, la rambla	
<p>Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?</p> <p>Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?</p>	<p>Nos consultan por los pubs o bailes para ir a la noche, tambien por recorridos de buses para ir a distintos puntos, como por ejemplo la Ciudad Vieja, el Prado o la rambla.</p>	<p>La Rambla es un punto, por el mar. Luego la gente quiere conocer parque rodó, toda esta zona. Y después, como quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. Y después, como quieren conocer lugares como Jardín Botánico, Prado, se quieren ir al mirador, el mirador del Cerro. shopping,</p>	<p>Hay mucho argentino que viene por el día, a hacer trámites bancarios ... pero sabes que vienen y vienen a Ciudad Vieja porque tienen todo en la vueltita, van a hacer la cédula, a hacer algún trámite, pero todo en la vueltita</p>		
<p>Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?</p>					

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
<p>Los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?</p>					
<p>En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?</p>	<p>Depende de donde sean, si son de Argentina o Chile por lo general averiguan todo, pero ya el europeo, inglés etc no consulta costo, solo quiere el servicio.</p>	<p>Y no, no se asesoran tanto, algunos ya tienen más o menos un norte, pero muchos no. Algunos de algunos sí, otros no. Yo me atrevería a decir que la mayoría no tiene mucha idea</p>		<p>El huésped tiene muchísima información al alcance de su mano, desde, comparaciones de precios de alquileres, hoteles, rentadoras de autos, excursiones, hoy tienen herramientas para comparar casi prácticamente todo y muchas veces terminan consultando por el whatsapp del hotel para ver si tienen un descuento extra o si esta bien. hoy se está dando mucho que comparen, que</p>	<p>- SE ASESORA (x2) - NO SE ASESORA (x2) - ESTUDIOS/MOCHILERO - PRECIOS ALTOS</p>

				busquen la forma de ir directamente al hotel, que por un tercero.	
Como considera los precios para los turistas?					
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?					
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?					
como ve usted la relacion de precios y servicios?		Los mismos precios que en París, o sea, está carísimo			
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			Me dijeron que caro es Uruguay. Hay alguno que te dice que están bien, pero es uno de diez		
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?			Está complicado porque se generaron muchas deudas y todo es plata.	Mantenemos paridad en los precios. Puede haber alguna accion puntual a traves de alguna red social pero en general se intenta mantener paridad.	
Hay precios promocionales de estadía dependiendo de la época?		Si varía, claro si hay un evento, no sé, por ejemplo, está la Expo Cannabis, los precios suben que es una locura y tenemos mucho turismo brasilero. Los más interesados son		En temporada baja abrimos mucho mas todo lo que es promociones;	

		los brasileros, vienen muchos brasileros, hemos cerrado hostel solo para brasileros		mayo junio, temporadas altas, muchas menos promociones... nosotros aca tenemos un equipo de revenue, lo cual nos permite ir jugando con tarifas a nivel de ocupación, mayor ocupación vamos a estar con la tarifa un poco mas alta	
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?					
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?					
Cual es el motivo de tu visita?					
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Tenemos muchos turistas que vienen de intercambio o por estudios, otros que recorren sudamerica en mochilas y pasan unos	Primero que nada siempre va a ser el motivo de la Marihuana. Luego Uruguay es un país lindo, no? Es muy lindo, seguro, la gente simpática, entonces como que la gente busca también eso.	Los europeos, que estamos teniendo bastante gente de esta región, por ejemplo vienen a hacer sus recorrida por Latinoamérica, entonces acá vienen a esperar los autos. Pero en general viene con otro		

	días en montevideo		motivo, no tanto al Montevideo exclusivo destino turístico Hay mucho argentino que viene por el día, a hacer trámites bancarios		
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?					

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
<p>El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?</p>					
<p>Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?</p>	<p>Y.. montevideo dentro de uruguay si sería el destino, algunos es un viaje más largo, de conocer más ciudades o países, otros es su centro Montevideo o único lugar.</p>	<p>la utilizan de trampolín también porque muchos hacen Punta del Este o Colonia o hacen Cabo Polonio</p>	<p>Es muy poca la gente que viene exclusivamente a conocer Montevideo, sin motivo alguno.</p>	<p>Bueno eso va mucho más en el tipo de turista, el turista extra región como el estadounidense si te hace Montevideo mezclada con Buenos Aires y alguna ciudad mas de Sudamérica.... el brasilero te hace Montevideo con las excursiones a distintos lados.</p>	<p>- DESTINO MONTEVIDEO (x2) - DESTINO URUGUAY (x2)</p>

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 9 - H 1	Entrevista 10 - H 2	Entrevista 11 - H 3	Entrevista 12 - H 4	HOTELES
<p>Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?</p>			<p>No tienen actividades para ofrecer como hotel.</p> <p>Mejor horario para las oficinas turísticas.</p>		
<p>Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?</p>			<p>Hay muchas actividades que no son promocionadas.</p>	<p>Nos falta bastante mas en lo que es gastronomía en la zona centro.</p> <p>Hoy en el centro tener alguna dificultad de gastronomía</p>	<p>- ENTRETENIMIENTO - GASTRONOMÍA - PROMOCION</p>
<p>Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?</p>	<p>Más actividades recreativas y de entretenimiento para turistas. También nos consultan mucho por alquiler de bicicletas, monopatines eléctricos y hasta patines.</p>				

ENTREVISTA RESTAURANTES

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad... también todo lo que es llamativo de la arquitectura... o sea, la belleza de la ciudad misma.	Aunque te parezca mentira, el tránsito es una razones por las cuas elegimos una ciudad. digamos que disfrutamos de una paz social y una calidad de vida, que es apreciada en muchos países.	-SEGURIDAD (X2) -INFRAESTRUCTURA -PROMOCION -PRECIOS ACORDES -PRECIOS ALTOS - CAPACITACIÓN
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?			
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?	Se está un poco tratando de aggiornar los precios ... intentar que no haya un filtro de decir bueno, los precios no me permiten entonces me voy a buscar otro lado.	Tenes descuento de Itaú tenés devolución de IVA	
como le parece la seguridad de la ciudad?	El motivo que pienso por ahora trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad	Estamos muy bien al nivel latinoamericano	
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?		el tránsito es una razones por las cuas elegimos una ciudad. La seguridad.	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?			
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?		Pero cuando haces un balance, ves todos los índices que nos dan Naciones Unidas y que surgen de	

		estudios socioeconómicos... Estamos muy bien al nivel latinoamericano, estamos arriba de Chile hoy.	
El idioma fue un problema para la comunicacion?		Sí y no. Todos los del Brasil de la parte gaucha, falamos un portuñol perfeito. y con los europeos Ingles. El inglés, como es como el idioma más universal	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?			
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Verano para el turismo e invierno para los negocios	
Como considera los precios para los turistas?	Por lo general están informados, sí, sí, por el tema de costos y todo para ellos. Más que nada vienen informados con el tema de las aplicaciones.	Hoy la gente no se fija tanto en los precios	
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?			
como ve usted la relacion de precios y servicios?			
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?			
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?			

2.Analizar la incidencia de la marca país.

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?			
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?		Pero cuando haces un balance, ves todos los índices que nos dan Naciones Unidas y que surgen de	- SEGURIDAD (x2)

		estudios socioeconómicos... Estamos muy bien al nivel latinoamericano, estamos arriba de Chile hoy.	- GASTRONOMÍA (2) - DESARROLLO
El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?			
De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?			
Creer que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?			
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?	Si, vienen a buscar el asado, el chivito. Comidas típicas. En otros lugares también se comen otros platos pero los que llegan acá es sobre todo a comer asado y chivito.	la gente conoce Uruguay por la carne. Nuestro producto estrella es la carne.	
como le parece la seguridad de la ciudad?	El motivo que pienso por ahora trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad	Estamos muy bien al nivel latinoamericano	
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?		el tránsito es una razones por las cuas elegimos una ciudad. La seguridad.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?	Por lo general tiende siempre a la parte de carne. Vienen a buscar el asado, el chivito. Comidas típicas.	Eso depende de la cultura de los pueblos. el indio cuando viaja quiere seguir comiendo como en la India.El Europeo y la gente de otras culturas -en la que me incluyo-, viajamos buscándole diferente. No así en los pueblos más ricos de en gastronomía son los más abiertos a probar todo a buscarlo diferente. la gente conoce Uruguay por la carne. Nuestro producto estrella es la carne.	

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
Porque motivo visitas Montevideo?			MOTIVO : - SEGURIDAD (x2) - CULTURA
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad... también todo lo que es llamativo de la arquitectura... o sea, la belleza de la ciudad misma.	No no solo en términos económicos, sino en términos de Desarrollo Social-, que son índices que miden la calidad de vida como la expectativa de vida, como la corrupción, en este caso la falta de corrupción... Todos son todos índices que nos hablan un poco de la calidad de vida	PROCEDENCIA: - FRONTERIZOS - RESTO DEL MUNDO -RESTO DE AMERICA -URUGUAYO
Cuales es tu procedencia?			
De donde son los turistas que visitan Uruguay?	Acá es un público más bien extranjero. Ahora se está apuntando un poco a buscar el turista nacional.	Americano, el Español, el Mexicano, al Peruano, Brasileiro. Argentino,	
El idioma fue un problema para la comunicacion?		Sí y no. Todos los del Brasil de la parte gaucha, falamos un portuñol perfeito. y con los europeos Ingles. El inglés, como es como el idioma más universal	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?			ESTACIONES: - PRIMAVERA VERANO(x2) -TODO EL AÑO
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?		Verano para el turismo e invierno para los negocios	
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en montevideo, a que cree que se debe?	Por lo general verano, primavera-verano. Igual aun nos estamos acomodando por la pandemia. Aún no es como antes el flujo de personas.		
Por qué cantidad de dias se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de	Muchos vienen a Montevideo como destino o como base		

días promedio suelen hospedarse los turistas?	digamos y después también van y vienen.		
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?	<p>Por lo general tiende siempre a la parte de carne.</p> <p>Vienen a buscar el asado, el chivito. Comidas típicas.</p>	<p>Eso depende de la cultura de los pueblos. el indio cuando viaja quiere seguir comiendo como en la India.El Europeo y la gente de otras culturas -en la que me incluyo-, viajamos buscándole diferente. No así en los pueblos más ricos de en gastronomía son los más abiertos a probar todo a buscarlo diferente. la gente conoce Uruguay por la carne. Nuestro producto estrella es la carne.</p>	

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?			- GASTRONOMÍA
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	Vienen a buscar el asado, el chivito. Comidas típicas.		
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?			
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?			

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?			- SE ASESORA - PRECIOS ALTOS - NO SE ASESORA
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?	En realidad lo que buscan son las dos cosas, que tenga variedad y que sea económico.	No lo sé, eso no te puedo decir porque... yo que he viajado te digo que los precios son más o menos iguales.	
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?	Por lo general están informados, sí, sí, por el tema de costos y todo para ellos. Más que nada vienen informados con el tema de las aplicaciones.	Hoy la gente no se fija tanto en los precios	
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?	Ahora se está apuntando un poco a buscar el turista nacional.	No, no, me apunto a un segmento socioeconómico medio y medio alto.	
como ve usted la relacion de precios y servicios?			
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?			
Hay precios promocionales de estadía dependiendo de la época?		No fijo los precios en función del nivel de satisfacción por que nosotros somos un restorán costoso, no caro	
Como considera usted que influyen en las compras las			

acciones de descuento a turistas?			
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?		Caro es una cosa, cuya expectativa no se cumple, cuando la calidad no está acorde al precio.	
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Trae a la gente a Montevideo es el tema de la seguridad... también todo lo que es llamativo de la arquitectura... o sea, la belleza de la ciudad misma.	Aunque te parezca mentira, el tránsito es una razones por las cuas elegimos una ciudad. digamos que disfrutamos de una paz social y una calidad de vida, que es apreciada en muchos países.	
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?			

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
El destino turistico elegido fue Montevideo o estan visitando porque te conecta con algún otro lugar?			- DESTINO MONTEVIDEO (x2)
Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?	Muchos vienen a Montevideo como destino o como base digamos y después también van y vienen. Hacen el turismo interno digamos, con base acá, con base en Montevideo, porque es una ciudad que les permite también salir a la noche, tiene más noche que otras, más que si vas a Colonia o Punta del Este y sobre todo si vienen en temporada baja.	Estamos complicados con la conectividad con Estados Unidos y Europa, no así con Argentina y Brasil. Desde Montevideo siempre se le recomienda ir a Punta del Este y Colonia. El estadounidense hace varios puntos de la region, el brasilero hace sobre todo Montevideo	

7. Identificar actividades que les gustarian a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 13 - R 1	Entrevista 14 - R 2	RESTAURANTES
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?			- GASTRONOMIA
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?		No, hoy en Uruguay tenés todo. Hay todo. Es maravilloso, hoy vos tenes buen sushi. La carne. Tenes estupendas hamburguesas, cervezas artesanales. Pastas mejores que en Italia. Vos vas a Italia todas las pastas son secas. Venís acá... Tenés lasaña de pollo, lasaña de espinacas, lasaña bolognesa, tortellinis, noquis rellenos...	
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?			

ENTREVISTA TRANSPORTISTA

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
Cual es el motivo de tu visita?		-SEGURIDAD -PROMOCION
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Para conocer la rambla y algunos mercados. Luego van a Punta del Este y Colonia.	
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?		
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?		
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?		
como le parece la seguridad de la ciudad?		
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Hay camaras por todos lados, pero el estadounidense no lo sabe y capaz siente miedo por alguna situacion. Hay delincuencia pero es reducida.	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?		
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	Está todo deteriorado, la policía no hace nada, el gobierno no hace nada. Hay tranquilidad, hay delincuencia pero es reducida.	
El idioma fue un problema para la comunicacion?	Con los celulares te manejas hoy en día. Todo depende de la energía que tengas, la buena energía, la buena onda.	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?		

Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?	Los turistas vienen todo el año	
Como considera los precios para los turistas?		
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		
como ve usted la relacion de precios y servicios?		
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?		
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?		
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?		

2. Analizar la incidencia de la marca país.

PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?		
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	Está todo deteriorado, la policía no hace nada, el gobierno no hace nada. Hay tranquilidad, hay delincuencia pero es reducida.	
El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?	No me han comentado mucho.	
De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?		- SOCIEDAD - INSEGURIDAD - INFORMACION
Creer que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?	Dan mucha información que no es real	
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?		
como le parece la seguridad de la ciudad?		
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Hay camaras por todos lados, pero el estadounidense no lo sabe y capaz siente miedo por alguna situacion.	

	Hay delincuencia pero es reducida.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?		
3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.		
PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
Porque motivo visitas Montevideo?		
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Motivos que no son ciertos, se engaña al turista	PROCEDENCIA: -FRONTERIZOS -RESTO DE AMERICA
Cuales es tu procedencia?		
De donde son los turistas que visitan Uruguay?	Argentino. Brasilero. Estado Unidense	ESTACIONES: -TODO EL AÑO
El idioma fue un problema para la comunicacion?	Con los celulares te manejas hoy en día. Todo depende de la energía que tengas, la buena energía, la buena onda.	
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?		
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?	Los turistas vienen todo el año	
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en montevideo, a que cree que se debe?	Se apuesta al verano	
Por qué cantidad de dias se hospendan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?		
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?		

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.		
PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?		- CITY TOUR - DEPORTE - GASTRONOMÍA
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	No tienen ni idea, casi nadie tiene idea... la costanera hasta Carrasco, lo llevó a lo clásico, a Punta Carreta, por la historia que tiene, al estadio Centenario, el Mercado Agrícola, capaz que me piden o me preguntan por el Barrio de los Judíos, entonces le doy una vuelta, porque quieren saber. Y después tienes muchos lugares, los llevó por Montevideo Shopping.	
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?		
Considera depende del turista la elección del lugar y de su motivo de viaje?		
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales artículos son los mas pedidos por los turistas?		

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?		- SE ASESORA
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?	Si se asesora.	
Como considera los precios para los turistas?		
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?		
como ve usted la relacion de precios y servicios?		
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?		
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?		
Hay precios promocionales de estadía dependiendo de la época?		
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?		
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?		
Cual es el motivo de tu visita?		
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Para conocer la rambla y algunos mercados. Luego van a Punta del Este y Colonia.	
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?		

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo		
PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?		- DESTINO URUGUAY
Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?	Después me piden para ir a Punta del Este o Colonia.	

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.		
PREGUNTAS	Entrevista 15 - Tr 1	TRANSPORTISTA
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?		-
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?		
Que actividades creen podrían encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?		

ENTREVISTA GUIAS TURISTICOS

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Me parece que Montevideo en realidad es como que tienen todas las actividades tipo unificadas en un solo lugar... Montevideo como que unifica todos los turismos, por así decirlo, en un solo lugar y al ser la capital es como que tiene todos los servicios y mucho más logística durante todo el año y me parece que por eso es más más atractivo frente a otros destinos de Uruguay.	Principalmente vínculos familiares, más que nada estos últimos tiempos, muchos vienen a reencontrarse con familiares.	
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?		Todo lo que es ciudad vieja.	- SEGURDIDAD (X2) - INFRAESTRUCTURA
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			- PROMOCION - SOCIEDAD
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?			- LIMPIEZA - PRECIOS ALTOS - DESARROLLO
como le parece la seguridad de la ciudad?			
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Somos tranquilos en cuanto a la seguridad...los turistas ven Montevideo mucho más seguro que sus propios países y siempre se habla de eso, de la tranquilidad.	Siempre manifiestan sentirse seguros, entiendo es porque se movilizan en zonas seguras.	
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?		Siempre es ameno, muy cordial de ambas partes.	

Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	Siempre se habla de eso, de la tranquilidad. Siempre está el tema de la limpieza...si está más en Pocitos piensan que es una ciudad bastante limpia y después van al Centro o Ciudad Vieja y ahí ya es como bastante sucio.	Intento perciban no solo como es hoy en día Montevideo, sino como era antes, 1950.
El idioma fue un problema para la comunicacion?		
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?		Al momento de la guía no, pero en otros lados, si no hablan español entiendo que si se les puede complicar, pero un poco.
Consideras que hay alguna epoca del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?	Obviamente en verano porque estamos acostumbrados a viajar cuando hace bastante calor. Obviamente, es enero y febrero.	En Montevideo hay turismo todo el año, pero podríamos decir que se ve más desde noviembre hasta marzo, abril, y después va disminuyendo. Entiendo se debe a el clima, pero como comente, Montevideo tiene turismo siempre.
Como considera los precios para los turistas?		
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?		
como ve usted la relacion de precios y servicios?	No es buena la relacion, somos un país caro	
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?		
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?		
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Los bares que están en tipo en los edificios arriba del todo, los rooftop.	

2. Analizar la incidencia de la marca país.

2. Analizar la incidencia de la marca país.			
PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?		Siempre es ameno, muy cordial de ambas partes.	- SEGURIDAD (2) - SE CONOCE - LIMPIEZA - SOCIEDAD
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?	Siempre se habla de eso, de la tranquilidad. Siempre está el tema de la limpieza...si está más en Pocitos piensan que es una ciudad bastante limpia y después van al Centro o Ciudad Vieja y ahí ya es como bastante sucio.	Intento perciban no solo como es hoy en día Montevideo, sino como era antes, 1950.	
El slogan Uruguay Natural le es familiar? Lo vio en algun lugar?			
De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?			
Creer que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente?	Si, los turistas extranjeros al entrar al Uruguay lo ven o cuando se quieren informar en la web ven el logo de Uruguay Natural. Estamos asociados con lo natural		
Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?			
como le parece la seguridad de la ciudad?			
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Somos tranquilos en cuanto a la seguridad	Siempre manifiestan sentirse seguros, entiendo es porque se movilizan en zonas seguras.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?			

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
Porque motivo visitas Montevideo?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Me parece que Montevideo en realidad es como que tienen todas las actividades tipo unificadas en un solo lugar... Montevideo como que unifica todos los turismos, por así decirlo, en un solo lugar y al ser la capital es como que tiene todos los servicios y mucho más logística durante todo el año y me parece que por eso es más más atractivo frente a otros destinos de Uruguay.		
Cuales es tu procedencia?			TIPOS DE TURISTAS: - SEMANAS
De donde son los turistas que visitan Uruguay?			
El idioma fue un problema para la comunicacion?			ESTACIONES: - PRIMAVERA VERANO -TODO EL AÑO
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?		Al momento de la guía no, pero en otros lados, si no hablan español entiendo que si se les puede complicar, pero un poco.	
Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar Montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?	Obviamente en verano porque estamos acostumbrados a viajar cuando hace bastante calor. Obviamente, es enero y febrero.	En Montevideo hay turismo todo el año, pero podríamos decir que se ve más desde noviembre hasta marzo, abril, y después va disminuyendo. Entiendo se debe a el clima, pero como comente, Montevideo tiene turismo siempre.	
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en Montevideo, a que cree que se debe?			

Por qué cantidad de días se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?		Es muy variado, hay casos que es por familiares y vienen aprox 10 días o más.	
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?			

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?			
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?	<p>Siempre es lo novedoso, lo diferente, por ejemplo, con los street art.</p> <p>Las actividades gratuitas, como por ejemplo el mirador panorámico.</p> <p>Siempre que pongo sobre arquitectura como que explota.</p> <p>También siempre de comidas me preguntan.</p> <p>Me preguntan bastante dónde se puede tomar mate.</p> <p>Del cannabis me preguntan mucho también.</p>	Salir a los restaurantes.	<ul style="list-style-type: none"> - CITY TOUR (x2) - GASTRONOMÍA (x2) - CULTURA - MARIHUANA
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?		Todo lo que es ciudad vieja.	

Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?			
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?			

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?			- NO SE ASESORA - PRECIOS ALTOS - SE ASESORA - FAMILIA Y AMIGOS
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?	Si, el precio es un factor determinante	Primero compra después mira el precio, no cuidan tanto el gasto.	
Como considera los precios para los turistas?			
Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?			
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?			
como ve usted la relacion de precios y servicios?	No es buena la relacion, somos un país caro		
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?			
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?			
Hay precios promocionales de estadía dependiendo de la época?			

Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?			
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?			
Cual es el motivo de tu visita?			
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Me parece que Montevideo en realidad es como que tienen todas las actividades tipo unificadas en un solo lugar... Montevideo como que unifica todos los turismos, por así decirlo, en un solo lugar y al ser la capital es como que tiene todos los servicios y mucho más logística durante todo el año y me parece que por eso es más más atractivo frente a otros destinos de Uruguay.	Principalmente vínculos familiares, más que nada en estos últimos tiempos, muchos vienen a reencontrarse con familiares.	
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?			

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?			- DESTINO MONTEVIDEO (X2)
Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?	Yo creo que tendría que hacer mucho más foco que no se hace hoy en día con el turismo regional, con Buenos Aires	Eligen Montevideo para visitar, como destino.	

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 16 - GT 1	Entrevista 17 - GT 2	GUIAS TURISTICOS
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?			<ul style="list-style-type: none"> - LIMPIEZA - PROMOCION - EVENTOS
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?	Hay que fortalecer todo lo que es la parte cultural, porque tipo somos uno de los pocos países en donde los museos son casi todos gratuitos para el público.. los espectáculos tipo culturales del estilo de los del Teatro Solís o del Sodre que son muy, muy, muy económicos.. subir el mirador de la Intendencia, ir al jardín japonés... las casonas del Prado, las casonas de Carrasco o el centro o Ciudad Vieja y ahí tipo no gastas mango.	Playas, en Montevideo hay, pero no es lo mismo, piden mucha playa y por eso es que recomendamos Punta del Este.	
Que actividades creen podrían encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Los bares que están en tipo en los edificios arriba del todo, los rooftop.		

ENTREVISTA TURISTAS

1. Analizar la incidencia del gobierno en el turismo y su promoción

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
Cual es el motivo de tu visita?	Estudios	Había muchas cosas como interesantes para hacer y que bueno también parte de Uruguay	mi motivo principal son familia y amigos... me fui de Uruguay en 2018, hace cuatro años que estoy viviendo acá por Alemania y voy todos los años a visitar.	El motivo principal fue conocer un poco cada país, y qué mejor manera de hacerlo que conociendo cada capital.	Estamos conociendo la ciudad, ellas (su esposa e hija) no conocían Uruguay, y querían conocer...unos amigos me habían recomendado o que venga a Montevideo	La verdad estábamos en Chile y el pasaje estaba más barato quedándose un día en Montevideo para luego ir a Belo Horizonte entonces, preferimos venir y aprovechar un poco más, conocer un poquito y porque era más barato que volar desde Santiago de Chile directo	Nos gusta Montevideo. Tienen apartamento en Punta del Este pero siempre deciden pasar por Montevideo	Siempre vengo a Montevideo por trabajo y visito amigos que viven en Uruguay	Vistar a la familia y recorrer el país en el que nacio	-SEGURIDAD (X7) -PROMOCION (X5) -SOCIEDAD (X5) -CAPACITACION (x5) -PRECIOS ACORDES(X4) -PRECIOS ALTOS(X4) -LIMPIEZA(2) -DESARROLLO(X2)
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Es una ciudad muy desarrollada, aspectos politicos interesantes,		Algo que es muy común acá en Europa, sobre todo en los alemanes que							

	la gente es educada, esto produce un interes muy grande. Ademas vine a estudiar		van, es a hacer como un "Latin Tour" por Latinoamérica.							
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted? Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?	En 2012,recuerdo que se produjo un impacto en muchos lugares por el tema de la marihuana	Playa, la rambla								
Se realizan descuentos ? que tipo de descuentos se realizan ? Para dichos descuentos, que factores se estudian ? considera usted que										

hay un momento del año donde se realiza mas descuentos ? cual y a que se debe?										
como le parece la seguridad de la ciudad?	Si, es muy segura	Es una ciudad segura, siempre consultamos si los lugares a los que vamos a ir son seguros, y siempre que anduvimos por algun lado, de dia o noche nos parecio muy seguro	Me lo mencionó un alemán... Montevideo le había parecido un Buenos Aires. Pero mucho más seguro... Que yo no lo siento así, pero bueno, seguramente porque es que uno acostumbrado, no.. no ve el valor.	Fue en el país de sudamerica que más seguro nos sentimos			Y.... inseguridad anda a la Argentina y después hablamos piba, acá se puede caminar	Me siento muy seguro en la ciudad. No me preocupa andar en la noche	Por ahora, he visto varios policías caminando por la zona, lo que me ha llamado la atención es la indigencia	
Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?	Muy segura									
Que percepcion consideras tu que tienen en	Los brasileros piensan que monteideo	Por lo menos mi entorno no conoce, tengo una sola	Es muy buena, pocos conocen, pero los que	Un país lindo y tranquilo	Ciudad tranquila y limpia.		Amamos Uruguay, hacen todo bien, es un	Buena vision. País civilizado y acogedor. Gente muy	En Australia viven muchos inmigrantes Uruguayos como	

tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?	es una ciudad cara, pero tambien que es una ciudad muy desarrollada, diferente a otras ciudades latinoamericanas"como un pedazo de Europa en america del sur"	amiga que que sí conocía, y me dijo, "te va a encantar", me dice, "es muy parecido a Buenos Aires"	conocen les encanta. Ciudad es limpia y linda.				lujo. Pais tranquilo. Siempre somos bien recibidos	amable y servicial. Muy agradable estar.	nosotros, y siempre esta presente el paisito.	
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?			Los que visitan Uruguay por pimera vez quedan sorprendidos							
El idioma fue un problema para la comunicacion?	Al principio fue un problema pero despues mejoró		Uruguay en sí, si bien es de los mejores con respecto a al resto de Latinoamérica con respecto de hablar inglés... tenemos un acento muy marcado porque el español latino marca mucho	No, hablo español. Mi novia habla ingles y aleman pero se pudo comunicar bastante bien con el ingles			No. Hablamos lo mismo	La primera vez que fui a Uruguay no sabia muy bien el español, pero las otras veces que volví pude comunicarme mejor y entender a los uruguayos. Hoy creo que me puedo tratar bien con los nativos	Comprendo que no porque hablo español, pero a mi esposa que no lo habla, debo estarle explicando o traduciendo.	

			el inglés y entonces es como una limitante, esa falta de inglés a la hora de recibir turistas							
El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?										
Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?	El verano	Yo vine en verano, y ahora estoy transitando el otoño, igual te diria que invierno, porque hay muchas cosas para hacer	Verano es la mejor porque evita el invierno frio de Alemania				Todo el año pero venimos en turismo	Creo que a los brasileños les gusta viajar a Montevideo en invierno, porque les gusta sentir el frío uruguayo.	Cuando planeamos venir siempre tratamos no toque en invierno, ya que el frio y el clima modifica planes	
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?									Un poco más caro que Australia, pero eso siempre ha pasado	

<p>como ve usted la relacion de precios y servicios?</p>	<p>Los precios son muy caros, pero la calidad es excelente</p>	<p>Es buenísimo, el servicio que más usamos es el de transporte y nos encantó la organización y los colectivos, y que tengan la opción de pagar con tarjeta y en efectivo es genial para nosotras que al principio no teníamos idea</p>	<p>Para un turista europeo la relación es buena, el servicio es barato para la calidad que es buena, es decente</p>	<p>Los precios son similares a Alemania, no es caro. Alguna vez quisieron cobrar más por ser extranjero.</p>	<p>La comida es cara pero la atención es muy buena y muy rica.</p>	<p>Muchas cosas más baratas que en Brasil. Vivimos en Belo Horizonte y no es como en San Pablo. No tenemos cosas de frío, eso es más caro y de mejor calidad. La comida es más barata en Brasil... Lo que es más barato aquí es el hospedaje.</p>	<p>Re caro</p>	<p>Deberían mejorar los precios de los hoteles. El servicio es muy bueno, la gente siempre es atenta y servicial</p>		
<p>Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?</p>										
<p>Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?</p>										

Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Creo que no... no se me ocurre ninguna	Tours gratuitos caminando por toda la ciudad que cuenten la historia de la capital.							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

2. Analizar la incidencia de la marca país.

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
Que percepcion consideras tu que tienen en tu lugar de origen de Montevideo/Uruguay?	Los brasileros piensan que monteideo es una ciudad cara, pero tambien que es una ciudad muy desarrollada, diferente a otras ciudades latinoamericanas" como un pedazo de Europa en america del sur"	Por lo menos mi entorno no conoce, tengo una sola amiga que que sí conocía, y me dijo, "te va a encantar", me dice, "es muy parecido a Buenos Aires"	Es muy buena, pocos conocen, pero los que conocen les encanta. Ciudad es limpia y linda.	Un país lindo y tranquilo	Ciudad tranquila y limpia.		Amamos Uruguay, hacen todo bien, es un lujo. Pais tranquilo. Siempre somos bien recibidos	Buena vision. País civilizado y acogedor. Gente muy amable y servicial. Muy agradable estar.	En Australia viven muchos inmigrantes Uruguayos como nosotros, y siempre esta presente el paisito.	- SEGURIDAD (X7) - SOCIEDAD (X4) - SE CONOCE (X3) - NO SE CONOCE (X3) - LIMPIEZA (X3) - GASTRONOMIA (X2) - PROMOCION (X1) - DESARROLLO (X1)
Que percepcion tienen de Montevideo o Uruguay, de donde tu vienes?			Los que visitan Uruguay por pimera vez quedan sorprendidos							
El slogan Uruguay Natural le es familiar?	Nunca lo escuché	No, no, no lo conocía, lo empecé a ver		Antes de viajar no tenía idea de la			Si lo hemos visto, de camino a la	Siempre lo veo en el aereopuerto	Ya en la ultima visita a Uruguay lo	

<p>Lo vio en algun lugar?</p>		<p>acá cuando estuve por por allá, como te digo por Rocha todo eso, en la Paloma sobre todo lo empece a ver</p>		<p>marca, si creo que vi algunos poster y publicidades cuando estábamos viajando para Montevideo</p>			<p>costa y en el barco</p>	<p>y en los comerciales de television. Es un buen marketing para el país</p>	<p>habíamos visto en el aeropuerto y después por internet algunas publicidades, hoy creo esta más presente que antes.</p>	
<p>De qué manera cree que influye la marca, uruguay natural, en la captacion de nuevos visitantes?</p>	<p>Creo que el verano es el mejor,</p>		<p>No hay buena promocion del país. Muchos llegan porque se arman su itinerario para conocer Latinoamerica y se topan con Uruguay.</p>							
<p>Creen que Uruguay o Montevideo son reconocidos por su marca país y/o marca de destino respectivamente ?</p>										
<p>Hay alguna comida característica nuestra que el turista conozca de antemano?</p>		<p>El Chivito es lo que todo el mundo habla</p>				<p>La parrilla</p>				

<p>como le parece la seguridad de la ciudad?</p>	<p>Si, es muy segura</p>	<p>Es una ciudad segura, siempre consultamos si los lugares a los que vamos a ir son seguros, y siempre que anduvimos por algun lado, de dia o noche nos parecio muy seguro</p>	<p>Me lo mencionó un alemán... Montevideo le había parecido un Buenos Aires. Pero mucho más seguro... Que yo no lo siento así, pero bueno, seguramente porque es que uno acostumbrado, no.. no ve el valor.</p>	<p>Fue en el país de sudamerica que más seguro nos sentimos</p>			<p>Y.... inseguridad anda a la Argentina y después hablamos piba, acá se puede caminar</p>	<p>Cada vez que tengo que salir de noche, nunca me siento preocupado , no sé si es porque siempre voy acompañad o de uruguayos, pero me siento muy seguro en la ciudad</p>	<p>Por ahora, he visto varios policías caminando por la zona, lo que me ha llamado la atención es la indigencia</p>	
<p>Como considera usted que ven los turistas a Montevideo en cuanto a la seguridad?</p>	<p>Muy segura</p>									
<p>El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?</p>		<p>Tengo que ir a probar ese chivito que que el que todo el mundo habla</p>								

3. Identificar los tipos de turistas que visitan Montevideo, su procedencia y el motivo.

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
Porque motivo visitas Montevideo?	Por estudios	Exclusivamente turismo, conocer la ciudad, y la comida	Mi motivo principal son familia y amigos... me fui de Uruguay en 2018, hace cuatro años que estoy viviendo acá por Alemania y voy todos los años a visitar.	El motivo principal fue conocer un poco cada país, y qué mejor manera de hacerlo que conociendo cada capital.	Estamos conociendo la ciudad, ellas (su esposa e hija) no conocían Uruguay, y querían conocer...unos amigos me habían recomendado que venga a Montevideo	La verdad estábamos en Chile y el pasaje estaba más barato quedándose un día en Montevideo para luego ir a Belo Horizonte entonces, preferimos venir y aprovechar un poco más, conocer un poquito y porque era más barato que volar desde Santiago de Chile directo	Montevideo tiene eso, es una ciudad tranquila, imagínate vivir en Capital. Nos gusta ir a comer y recorrer ciudad vieja acota su señora.			MOTIVO : - CULTURA (x2) - GASTRONOMIA - ESTUDIO - FAMILIA Y AMIGOS - SEGURIDAD
Cuales cree usted son los motivos de visita de los	Por que es una ciudad moderna, organizada		Algo que es muy común acá en Europa, sobre todo en los							PROCEDENCIA: - FRONTERIZOS (x6) - RESTO DEL MUNDO (x3)

turistas a Montevideo?			alemanes que van, es a hacer como un "Latin Tour" por Latinoamérica.							
Cuales es tu procedencia?	Brasil, San luis	Cordoba argentina	Uruguayo radicado en Alemania	Aleman	Brasileros	Brasileros	Argentino	Brasilerero	Australiano	
De donde son los turistas que visitan Uruguay?										TIPOS DE TURISTAS: -DIAS (x4) - SEMANAS - MESES
El idioma fue un problema para la comunicacion?	Al principio fue un problema pero despues mejoró		Uruguay en sí, si bien es de los mejores con respecto a al resto de Latinoamérica con respecto de hablar inglés... tenemos un acento muy marcado porque el español latino marca mucho el inglés y entonces es como una limitante, esa falta de inglés a la hora de recibir turistas	No, hablo español. Mi novia habla ingles y aleman pero se pudo comunicar bastante bien con el ingles				La primera vez que fui a Uruguay no sabía muy bien el español, pero las otras veces que volví pude comunicarme mejor y entender a los uruguayos. Hoy creo que me puedo tratar bien con los nativos	Comprendo que no porque hablo español, pero a mi esposa que no lo habla, debo estarle explicando o traduciendo.	

El turista consulta acerca de los idiomas que se hablan en los lugares que se visitaran?										ESTACIONES: - PRIMAVERA VERANO (x4) - OTOÑO/INVIERN O (X2) -TODO EL AÑO
Consideras que hay alguna época del año mejor para visitar montevideo o de tu preferencia? por que motivo ?	El verano	Yo vine en verano, y ahora estoy transitando el otoño, igual te diria que invierno, porque hay muchas cosas para hacer	Verano es la mejor porque evita el invierno frio de Alemania				Todo el año pero venimos en turismo	Creo que a los brasileños les gusta viajar a Montevideo en invierno, porque les gusta sentir el frío uruguayo.	Cuando planeamos venir siempre tratamos no toque en invierno, ya que el frio y el clima modifica planes	
Existe una época con mayor concurrencia de turistas en montevideo, a que cree que se debe?										
Por qué cantidad de días se hospedan los turistas en Montevideo? Por qué cantidad de días promedio suelen hospedarse los turistas?		Vinimos a conocer, y me quedé y me quede. en un principio eran 3 meses	1 o 2 semanas	3 días	Pocos días	Apenas un día	uno o dos días nos gusta Montevideo, ahora vinimos por dos días, nos quedamos ahí en pocitos y			

							después nos vamos en el coche a punta del este.			
El turista suele querer probar sabores y platos ya conocidos, o tiende a ir por lo novedoso?		Tengo que ir a probar ese chivito que que el que todo el mundo habla								

4. Conocer los tipos de actividades elegidas por los turistas que visitan Montevideo.

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
Que actividades planeas realizar en Montevideo? tienes alguna que si o si debes o quieras hacer?	Conocer la ciudad en general, conocer gente que me haga conocer lugares	Queríamos ir a comer al puerto, comer el famoso chivito, ir al Parque Rodó	Disfrutar del buen clima la Rambla. Una cerveza con amigos.	Luego salimos a caminar por ciudad vieja, recorrimos un poco por 18 de julio, fuimos a la rambla, vimos un montón de fotos de la playa y la costa, también al parque rodó, que es chiquito, jaja. Fuimos a comer un asado en la ciudad vieja que muchos nos lo recomendaron	Ir al mercado del puerto, caminar por la rambla. Recorrer la ciudad a pie	Conocimos el mercado, las plazas, las playas, fuimos a caminar por la playa, conocimos la parrilla, hicimos compras.	Ir a cenar y caminar por ciudad vieja. Nos gustaría ir al Palacio Legislativo	Visitas al mercado municipal, restaurantes, parque municipal, casa de amigos, merenderos y una buena parrillada	Recorrer lo que es la old city, la rambla, algun museo, y me comentaron de bodegas a visitar, lo cual puede estar interesante ya que mi cuñado ama el vino	- CITY TOUR (x8) - GASTRONOMÍA (x7) - SOL Y PLAYA (x6) - CULTURA (x2) - FAMILIA Y AMIGOS (x2) - MARIHUANA - COMPRAS
Que actividades son las que más le interesan a los turistas?										
Cuáles son los lugares a los que más piden ir los turistas en	En 2012, recuerdo que se produjo un impacto en muchos	Playa, la rambla								

Montevideo? Cuales son los lugares mas populares para usted?	lugares por el tema de la marihuana									
Considera depende del turista la eleccion del lugar y de su motivo de viaje?										
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?										

5. Conocer el perfil socioeconómico de los turistas que visitan Montevideo

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
los precios y costos de tu estadía fueron una determinantes, a la hora de elegir Montevideo como destino?	No, no fueron determinantes	No me pareció tan caro como me habían dicho antes de venirme en Córdoba				el pasaje estaba más barato	Es lo que decía, es caro, caro, para nosotros venir, pero bueno, uno viene igual	Los precios en Montevideo no se alejan de la realidad, algunas cosas son más caras y		- PRECIOS ALTOS (x5) - PRECIOS ACORDES (x3) - FAMILIA Y AMIGOS (X3) - ESTUDIOS

								en el mismo rango de precios. Creo que el precio de los hoteles es algo mejorable para los turistas.	
En general el turista se asesora en cuanto a precios antes de comprar?	Si claro, es una ciudad cara	Si claro, pero no es tan caro como nos dijeron antes de venir. Me habían re asustado	Si, totalmente. Uruguay es barato para el sueldo europeo						El pasaje de avión siempre es caro, hay que estar al pendiente de las tarifas
Como considera los precios para los turistas? Considera se necesitan acciones que favorezcan al turismo? de que tipo?									Un poco más caro que Australia, pero eso siempre ha pasado
Consideran tener opciones en la carta variadas respecto a precios, o más bien se dirigen a un sólo segmento de personas?		Si , Mi amiga es vegetariana y... ella también tenía un montón de lugares vegetarianos que le sorprendió							

		encontrar tantos.								
como ve usted la relacion de precios y servicios?	Los precios son muy caros, pero la calidad es excelente	Es buenisimo, el servicio que mas usamos es el de transporte y nos encantó la organizacion y los colectivos, y que tengan la opcion de pagar con tarjeta y en efectivo es genial para nosotras que al principio no teniamos idea	Para un turista europeo la relacion es buena, el servicio es barato para la calidad que es buena, es decente	Los precios son similares a Alemania, no es caro. Alguna vez quisieron cobrar más por ser extranjero.	La comida es cara pero la atencion es muy buena y muy rica.	Muchas cosas más baratas que en Brasil. Vivimos en Belo Horizonte y no es como en San Pablo. No tenemos cosas de frío, eso es más caro y de mejor calidad. La comida es más barata en Brasil... Lo que es más barato aquí es el hospedaje.	Re caro	Los precios de los hoteles. El servicio es muy bueno, la gente siempre es atenta y servicial		
Qué consideran los turistas de los precios de los paquetes turísticos en Montevideo? precio vs calidad?										
Se planea realizar nuevas propuestas turísticas a corto plazo?										
Hay precios promocionales de estadía										

dependiendo de la época?										
Como considera usted que influyen en las compras las acciones de descuento a turistas?										
Considera el turista busca una carta variada con productos de calidad, o más bien intenta encontrar sitios económicos para salir del paso?										
Cual es el motivo de tu visita?	Estudios	Había muchas cosas como interesantes para hacer y que bueno también parte de Uruguay	Mi motivo principal son familia y amigos... me fui de Uruguay en 2018, hace cuatro años que estoy viviendo por Alemania y vengo todos los años a visitar.	El motivo principal fue conocer un poco cada país, y qué mejor manera de hacerlo que conociendo cada capital.	Estamos conociendo la ciudad, ellas -su esposa e hija- no conocían Uruguay, y querían conocer...unos amigos me habían recomendado que venga a Montevideo	La verdad estábamos en Chile y el pasaje estaba más barato quedándose un día en Montevideo para luego ir a Belo Horizonte entonces, preferimos venir y aprovechar un poco más, conocer un poquito y porque era más barato que volar desde	Nos gusta Montevideo. Tienen apartamento en Punta del Este pero siempre deciden pasar por Montevideo	Siempre vengo a Montevideo por trabajo y visito amigos que viven en Uruguay	Vistar a la familia y recorrer el país en el que nací	

						Santiago de Chile directo				
Cuales cree usted son los motivos de visita de los turistas a Montevideo?	Es una ciudad muy desarrollada, aspectos politicos interesantes, la gente es educada, esto produce un interes muy grande. Ademas vine a estudiar		Algo que es muy común acá en Europa, sobre todo en los alemanes que van, es a hacer como un "Latin Tour" por Latinoamérica.							
Considera que Montevideo posee un turismo de compra? cual o cuales articulos son los mas pedidos por los turistas?										

6. Entender cómo es considerado Montevideo, si es una ciudad puente, una ciudad de tránsito o es un punto turístico en sí mismo

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
<p>El destino turístico elegido fue Montevideo o están visitando porque te conecta con algún otro lugar?</p>	<p>en mi caso el destino es Montevideo</p>	<p>Estuvimos en Rocha, Punta del Este y nos queda por conocer Colonia</p>	<p>Montevideo es un destino turístico en sí mismo, pero también es tipo, el lugar donde hay que llegar para ir a otro lado. Entonces Montevideo es como si el lugar al que llego, pase unos días, me voy a otro lado, y después antes de irme también vuelvo a Montevideo y pasó unos días más. Pero no es como el destino.</p>	<p>El destino fue Sudamérica y se recorrieron varios países.</p>	<p>Vamos a estar pocos días, posiblemente visitemos Punta del Este, que ellas quieren conocer.</p>	<p>Porque conecta Santiago de Chile (destino de viaje) con Bello Horizonte (hogar)</p>	<p>Venimos a Punta del Este, pero siempre uno o dos días nos gusta Montevideo, ahora vinimos por dos días, nos quedamos ahí en pocitos y después nos vamos en el coche a Punta del Este.</p>	<p>Elegí venir a Montevideo a visitar a mis amigos que me gusta mucho y extraño estar con ellos durante el año, así que venir aquí es una manera de matar la añoranza</p>	<p>Venimos a Montevideo, y desde aquí, recorreremos diferentes lugares, me gusta mucho la costa de Rocha, Punta del Este y también hemos visitado otras veces, Colonia por el día</p>	<p>- DESTINO MONTEVIDEO (x6) - DESTINO URUGUAY (x2) - DESTINO OTROS PAISES</p>
<p>Eligen los turistas Montevideo como destino final, o pasan simplemente para conectarse con otro lugar?</p>		<p>Nosotros queríamos conocer de todo</p>	<p>En Europa se usa mucho esto del viaje, de pasar por las capitales..se van a Latinoamérica, intentan hacer lo mismo y te hacen Buenos Aires, Montevideo, San Pablo, Lima y, bueno, el destino es Montevideo.</p>							

7. Identificar actividades que les gustaría a los turistas que visitan Montevideo que no las encuentran hoy.

PREGUNTAS	Entrevista 18 - T1	Entrevista 19 - T2	Entrevista 20 - T3	Entrevista 21 - T4	Entrevista 22 - T5	Entrevista 23 - T6	Entrevista 24 - T7	Entrevista 25 - T8	Entrevista 26 - T9	TURISTA
Que actividades te gustaría que hubieran en Montevideo que hoy no las hay?				Yo quería ir a un partido de fútbol, me hubiera encantado ir a un partido, pero llegamos por 3 días y no se jugaba ninguno por la liga de Uruguay en ese momento.			Mmmm, no tengo otras.	Yo creo que algo más para entretener a la gente, puede ser lo que falta en la ciudad.	No se aún	- ENTRETENIMIENTO (X2) - EVENTOS
Que actividades solicitan los turistas y no hay para ofrecer o hay poco?										
Que actividades creen podrian encontrarse en Montevideo y actualmente no existen?	Creo que no... no se me ocurre ninguna		Tours gratuitos caminando por toda la ciudad que cuenten la historia de la capital.							