Línea 4: Marketing y promoción para ampliar y fidelizar a la demanda

Mejorar el posicionamiento en el mercado, como resultado de la coordinación de todos los actores involucrados, a través de esfuerzos de promoción y de la generación de valor para el turista.

Sub-línea 4.1: Mejora de la oferta turística

- a. Superar la conectividad creando nuevas infraestructuras y mejorando las existentes a fin de facilitar el acceso y la circulación, respecto de la red vial, fluvial, ferroviaria, y aérea, apostando al transporte con calidad.
- b. Propiciar formas asociativas a fin de desarrollar una mayor oferta comercial, en particular de esparcimiento, dirigida a la demanda turística.
- c. Analizar facilidades y el marco legal para la instalación de iniciativas innovadoras en los espacios de manifestación cultural, espectáculos, salas de juego y centros comerciales.
- d. Adecuar la normativa de ingreso al país mediante procedimientos aduaneros que faciliten el flujo en las fronteras.
- e. Actualizar, difundir y monitorear el marco normativo.
- f. Generar un escenario favorable para la inversión en salas de congresos y eventos.
- g. Mejorar las infraestructuras existentes y crear las necesarias a fin de contemplar a las personas con capacidades diferentes.

h.	Profundizar, mejorar y promocionar el paquete de beneficios fiscales y no fiscales
otoi	ados a los turistas extranjeros.

Actualizar permanentemente el Plan de Marketing Estratégico y Operativo.

Sub-línea 4.2: Posicionamiento a nivel internacional

meta y potenciales.

- Desarrollar la imagen turística nacional posicionando a "Uruguay Natural" en los mercados
- c. Coordinar y aunar esfuerzos de promoción entre las instituciones públicas, privadas, departamentales y nacionales.
- d. Crear una red de oficinas turísticas de promoción en el exterior a través de acciones conjuntas entre los Ministerios de Turismo y Deporte y el de Relaciones Exteriores.
- e. Posicionar la imagen país en el exterior a través de los productos de denominación de origen.
- f. Generar un plan de promoción para aprovechar las potencialidades de los uruguayos residentes en el exterior.
- g. Mejorar el aprovechamiento de las tecnologías de la información para la promoción y comercialización turística del país.
- h. Promover la promoción y comercialización en base a la investigación permanente de los mercados.

Linea 4: Marketing y promoción para ampliar y fidelizar a la demanda					