

**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 otorgados a los turistas extranjeros.

**Sub-línea 4.2: Posicionamiento a nivel internacional**

a. Actualizar permanentemente el Plan de Marketing Estratégico y Operativo.

b. Desarrollar la imagen turística nacional posicionando a “Uruguay Natural” en los mercados meta y potenciales.

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.

