

ENTIDAD 119

**INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA**

---

## **POLITICA PRESUPUESTARIA DE LA ENTIDAD**

La misión primaria del Instituto Nacional de Promoción Turística consiste en asistir a la Presidencia de la Nación en la promoción y desarrollo en el país de la actividad turística y el turismo receptivo. Para ello, el Organismo diseña planes, programas y proyectos de desarrollo orientados a lograr una adecuación de la oferta brindada por el país a la demanda del turismo internacional receptivo, a la vez que atiende a los aspectos funcionales de las oficinas de promoción, informes, publicidad y asesoramiento para turistas habilitadas.

En este sentido, el Instituto entiende asimismo en aspectos funcionales tales como la promoción, los informes, la publicidad y el asesoramiento para turistas, así como en las acciones referidas a la percepción, el depósito y la fiscalización del impuesto sobre los pasajes aéreos, marítimos y fluviales al exterior en vuelos regulares y no regulares de pasajeros.

La actividad desarrollada por el Organismo está dirigida a satisfacer la demanda del turismo internacional manteniendo y desarrollando la política destinada al Turismo Receptivo, contribuyendo así a incrementar el ingreso de divisas al país. Para el logro de sus fines, el Organismo lleva a cabo acciones tales como la promoción en el exterior –en mercados reales y potenciales– del destino Argentina por Regiones (Corredores y/o Circuitos) y por Productos Turísticos.

Por otra parte, en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo el Instituto apunta a la captación de distintos tipos de mercados. En primer lugar se encuentran los Mercados Prioritarios (regionales y de larga distancia), en los cuales se participa con regularidad y es preciso consolidar y ampliar las acciones de comunicación y marketing. Por otra parte se encuentran los Mercados Estratégicos (regionales y de larga distancia), que son aquellos donde las actividades de promoción tienen aún escaso desarrollo y se deben realizar acciones para ampliar la participación de mercado. Por último, los Mercados Potenciales son aquellos emergentes en los que la participación es muy reciente o nula y resulta necesario ganar una cuota de mercado a través de estrategias de comunicación y marketing específicas.

En síntesis, el Instituto Nacional de Promoción Turística define estrategias y lleva a cabo planes y proyectos dirigidos a posicionar a la Argentina en el mercado turístico internacional mediante la promoción de destinos y productos tendientes al desarrollo, la diversificación y el crecimiento del turismo internacional receptivo.

El Instituto Nacional de Promoción Turística financia sus actividades con recursos propios provenientes de la percepción de una porción del impuesto del 5% sobre los pasajes aéreos, marítimos y fluviales al exterior, según lo dispuesto por la Ley N° 25.997 de Turismo que creara al Organismo en el ejercicio 2005.

Las políticas y acciones desarrolladas por el Instituto se encuadran en el Capítulo IV de la Ley Nº 25.997 de Turismo, en el marco del cual durante el ejercicio 2008 se prevé:

- Desarrollar la promoción incentivando el interés del consumidor de turismo internacional por el destino Argentina, a fin de incrementar el turismo receptivo y posicionar al país como oferta turística competitiva dentro de los principales países emisores de Europa, Asia, Estados Unidos y el Mercado Regional.
- Desarrollar nuevos mercados en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS).
- Desarrollar un Plan de Marketing Turístico de la República Argentina destinado a la promoción de destinos y productos turísticos en el exterior –en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales– así como de las ventajas competitivas que presenta el país.
- Participar en eventos, ferias, exposiciones, bolsas, reuniones de negocios y encuentros de comercialización de los mercados, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitar su comercialización.
- Realizar estudios de mercado segmentados en los principales países emisores de turismo del mundo con el objeto de determinar la demanda actual y potencial de productos turísticos argentinos por parte de Europa, Estados Unidos, Brasil y Chile.
- Realizar estudios de imagen y comunicación en los principales países emisores de turismo internacional y de interés estratégico para la Argentina.
- Desarrollar y potenciar los soportes gráficos, virtuales y audiovisuales de los productos y nichos a promocionar en el exterior.
- Desarrollar y potenciar la página web [www.argentina.travel](http://www.argentina.travel) como una de las principales herramientas de la promoción turística del país.

## I - GASTOS

## FINALIDADES Y FUNCIONES

FIN	FUN	DENOMINACION	IMPORTE
4		<b>SERVICIOS ECONOMICOS</b>	<b>65.618.000</b>
4	7	Comercio, Turismo y Otros Servicios	65.618.000
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>65.618.000</b>
		<b>Gastos Figurativos</b>	<b>24.500.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>90.118.000</b>

## FUENTES DE FINANCIAMIENTO

F.de F.	INCISO	DENOMINACION	IMPORTE
12		<b>Recursos Propios</b>	<b>90.118.000</b>
12	1	Gastos en Personal	2.621.909
12	2	Bienes de Consumo	5.629.275
12	3	Servicios No Personales	56.566.816
12	4	Bienes de Uso	800.000
12	9	Gastos Figurativos	24.500.000
<b>TOTAL</b>			<b>90.118.000</b>

## CLASIFICACION ECONOMICA

<b>CODIGO</b>	<b>DENOMINACION</b>	<b>IMPORTE</b>
<b>2100</b>	<b>Gastos Corrientes</b>	<b>89.318.000</b>
2120	Gastos de Consumo	64.818.000
2121	Remuneraciones	2.621.909
2122	Bienes y Servicios	62.196.091
2180	Gastos Figurativos para Transacciones Corrientes	24.500.000
2181	A la Administración Nacional	24.500.000
<b>2200</b>	<b>Gastos de Capital</b>	<b>800.000</b>
2210	Inversión Real Directa	800.000
2211	Formación Bruta de Capital Fijo	700.000
2214	Activos Intangibles	100.000
<b>TOTAL</b>		<b>90.118.000</b>

II - RECURSOS

RECURSOS POR RUBROS

TIPO	CLASE	CONCEPTO	SERVICIO CEDENTE	DENOMINACION	IMPORTE
11				<b>Ingresos Tributarios</b>	<b>90.118.000</b>
11	9			Otros Impuestos	90.118.000
11	9	9		Otros	90.118.000
<b>TOTAL</b>					<b>90.118.000</b>

**LISTADO DE PROGRAMAS Y CATEGORIAS EQUIVALENTES**

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
16	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Instituto Nacional de Promoción Turística	65.618.000
99	Aportes al Tesoro Nacional y a la Secretaría de Turismo	Instituto Nacional de Promoción Turística	24.500.000
<b>TOTAL</b>			<b>90.118.000</b>

PROGRAMA 16  
**PROMOCION DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL**

UNIDAD EJECUTORA  
**INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA**

Servicio Administrativo Financiero  
**119**

---

**DESCRIPCION DEL PROGRAMA**

Este programa tiene como objetivo principal posicionar a la Argentina en el mercado turístico internacional, mediante la mercadotecnia y la promoción de destinos y productos tendientes al desarrollo, diversificación y crecimiento de una demanda sostenida del turismo internacional receptivo.

Para el logro del mencionado objetivo, diseña estrategias, desarrolla planes y acciones para una promoción eficiente de los destinos y productos turísticos en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales, que posibilite el incremento de la cantidad de turistas extranjeros y del gasto promedio, prolongar la estadía y contrarrestar la estacionalidad.

La actividad del Organismo se dirigirá principalmente en 2008 a:

- Desarrollar la promoción incentivando el interés del consumidor de turismo internacional por el destino Argentina, a fin de incrementar el turismo receptivo y posicionar al país como oferta turística competitiva dentro de los principales países emisores de Europa, Asia, Estados Unidos y el Mercado Regional.
- Desarrollar nuevos mercados en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS).
- Desarrollar un Plan de Marketing Turístico de la República Argentina destinado a la promoción de destinos y productos turísticos en el exterior –en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales– así como de las ventajas competitivas que presenta el país.
- Participar en eventos, ferias, exposiciones, bolsas, reuniones de negocios y encuentros de comercialización de los mercados, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitar su comercialización.

- Realizar estudios de mercado en los principales países emisores de turismo del mundo con el objeto de determinar la demanda actual y potencial de productos turísticos argentinos por parte de Europa, Estados Unidos, Brasil y Chile.
- Realizar estudios de imagen y comunicación en los principales países emisores de turismo internacional y de interés estratégico para la Argentina.
- Desarrollar y potenciar los soportes gráficos, virtuales y audiovisuales de los productos y nichos a promocionar en el exterior.
- Desarrollar y potenciar la página web como una de las principales herramientas de la promoción turística.

**METAS Y PRODUCCION BRUTA**

DENOMINACION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
<b>METAS:</b>		
Concurrencia a Ferias	Feria	82
Encuentros de Comercialización Turística	Encuentro	143

DISTRIBUCION DE LIMITES DEL GASTO

ASIGNACION DE CREDITOS DEL PROGRAMA 16

S P R O G	P R O Y	F I N	F. F.	I N C	P P A L	P A R	SPAR	E C O N	DENOMINACION	IMPORTE
0	0	4							SERVICIOS ECONOMICOS	65.618.000
0	0	4	12						Recursos Propios	65.618.000
<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>1</b>					<b>Gastos en Personal</b>	<b>2.621.909</b>
0	0	4	12	1	1				Personal Permanente	2.090.863
0	0	4	12	1	1	1		21	Retribución del Cargo	669.360
0	0	4	12	1	1	3		21	Retribuciones que no hacen al Cargo	896.331
0	0	4	12	1	1	4		21	Sueldo Anual Complementario	130.474
0	0	4	12	1	1	6		21	Contribuciones Patronales	394.698
0	0	4	12	1	4			21	Asignaciones Familiares	3.000
0	0	4	12	1	5				Asistencia Social al Personal	78.046
0	0	4	12	1	5	1		21	Seguros de Riesgo de Trabajo	4.000
0	0	4	12	1	5	9		21	Otras Asistencias Sociales al Personal	74.046
0	0	4	12	1	8				Personal contratado	450.000
0	0	4	12	1	8	7		21	Contratos especiales	450.000
<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>2</b>				<b>21</b>	<b>Bienes de Consumo</b>	<b>5.629.275</b>
<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>3</b>					<b>Servicios No Personales</b>	<b>56.566.816</b>
0	0	4	12	3	1			21	Servicios Básicos	350.000
0	0	4	12	3	2			21	Alquileres y Derechos	12.586.916
0	0	4	12	3	3			21	Mantenimiento, Reparación y Limpieza	300.000
0	0	4	12	3	4			21	Servicios Técnicos y Profesionales	26.585.912
0	0	4	12	3	5			21	Servicios Comerciales y Financieros	8.761.859
0	0	4	12	3	7			21	Pasajes y Viáticos	6.759.831
0	0	4	12	3	8			21	Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	548.193
0	0	4	12	3	9			21	Otros Servicios	674.105
<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>4</b>					<b>Bienes de Uso</b>	<b>800.000</b>
0	0	4	12	4	3			22	Maquinaria y Equipo	700.000
0	0	4	12	4	8			22	Activos Intangibles	100.000
<b>TOTAL</b>										<b>65.618.000</b>

**LISTADO DE ACTIVIDADES ESPECIFICAS**

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
01	Gestión y Administración	Unidad Secretaría Administrativa	22.336.100
02	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Unidad Secretaría Técnica	43.281.900
<b>TOTAL</b>			<b>65.618.000</b>

ACTIVIDAD 01  
**GESTION Y ADMINISTRACION**

UNIDAD EJECUTORA  
**UNIDAD SECRETARIA ADMINISTRATIVA**

---

**RECURSOS HUMANOS DE LA ACTIVIDAD 01**

CARGO O CATEGORIA	CANTIDAD DE	
	CARGOS	HORAS DE CATEDRA

PERSONAL PERMANENTE

PERSONAL DEL INPROTUR

Secretario Ejecutivo	1
Director	2
Auditor interno	1
Asesor legal	1
Coordinador	1
Profesional A	7
Profesional B	6
Profesional C	3
Administrativo A	3
Administrativo B	4
Administrativo C	3
Subtotal escalafón	32
<b>TOTAL ACTIVIDAD</b>	<b>32</b>

**OTRAS CATEGORIAS PRESUPUESTARIAS 99  
 APORTES AL TESORO NACIONAL Y A LA SECRETARIA DE  
 TURISMO**

UNIDAD EJECUTORA  
**INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA**

Servicio Administrativo Financiero  
**119**

---

**DISTRIBUCION DE LIMITES DEL GASTO**

**ASIGNACION DE CREDITO DE OTRAS CATEGORIAS PRESUPUESTARIAS 99**

G R U P O	P R O Y	F I N	F. F.	I N C	P P A L	P A R	SPAR	E C O N	DENOMINACION	IMPORTE
0	0	9							OTROS	24.500.000
0	0	9	12						Recursos Propios	24.500.000
<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>9</b>					<b>Gastos Figurativos</b>	<b>24.500.000</b>
0	0	9	12	9	1				Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	24.500.000
0	0	9	12	9	1	1			Contribución a la Administración Central	24.500.000
0	0	9	12	9	1	1	999	21	Tesorería General de la Nación	24.500.000
<b>TOTAL</b>										<b>24.500.000</b>