

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 Nº 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 Republica 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 como una de las principales herramientas de la promoción turística del país.

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL (ENTIDAD)

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	90.118.000
Gastos en Personal	2.621.909
Personal Permanente	2.090.863
Asignaciones Familiares	3.000
Asistencia Social al Personal	78.046
Personal contratado	450.000
Bienes de Consumo	5.629.275
Productos de Papel, Cartón e Impresos	4.802.360
Otros Bienes de Consumo	826.915
Servicios No Personales	56.566.816
Servicios Básicos	350.000
Alquileres y Derechos	12.586.916
Mantenimiento, Reparación y Limpieza	300.000
Servicios Técnicos y Profesionales	26.585.912
Servicios Comerciales y Financieros	8.761.859
Pasajes y Viáticos	6.759.831
Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	548.193
Otros Servicios	674.105
Bienes de Uso	800.000
Maquinaria y Equipo	700.000
Activos Intangibles	100.000
Gastos Figurativos	24.500.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	24.500.000

CUENTA AHORRO INVERSION FINANCIAMIENTO
(en pesos)

I) INGRESOS CORRIENTES	90.118.000
Ingresos Tributarios	90.118.000
II) GASTOS CORRIENTES	64.818.000
Gastos de Consumo	64.818.000
III) RESULT.ECON.: AHORRO/DESAHORRO (I-II)	25.300.000
IV) RECURSOS DE CAPITAL	0
V) GASTOS DE CAPITAL	800.000
Inversión Real Directa	800.000
VI) RECURSOS TOTALES (I+IV)	90.118.000
VII) GASTOS TOTALES (II+V)	65.618.000
VIII) RESULT. FINANC. ANTES CONTRIB. (VI-VII)	24.500.000
IX) CONTRIBUCIONES FIGURATIVAS	0
X) GASTOS FIGURATIVOS	24.500.000
XI) RESULTADO FINANCIERO (VIII+IX-X)	0
XII) FUENTES FINANCIERAS	0
XIII) APLICACIONES FINANCIERAS	0

COMPOSICION DE LOS RECURSOS POR RUBRO
(en pesos)

RUBRO	ESTIMADO
TOTAL	90.118.000
Ingresos Tributarios	90.118.000
Otros Impuestos	90.118.000
Otros	90.118.000

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
TOTAL			90.118.000

RECURSOS HUMANOS
TOTAL

TOTALES	CARGOS			HORAS DE CATEDRA		
	TOTAL	PERM.	TEMP.	TOTAL	PERM.	TEMP.
Instituto Nacional de Promoción Turística	32	32	0	0	0	0

PROGRAMA 16

PROMOCION DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

UNIDAD EJECUTORA

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

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 Republica 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
METAS:		
Concurrencia a Ferias	Feria	82
Encuentros de Comercialización Turística	Encuentro	143

RECURSOS HUMANOS

CARGO O CATEGORIA	CANTIDAD DE	
	CARGOS	HORAS DE CATEDRA

PERSONAL PERMANENTE

PERSONAL DEL INPROTUR
Subtotal escalafón

32

TOTAL PROGRAMA

32

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
TOTAL			65.618.000

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	65.618.000
Gastos en Personal	2.621.909
Personal Permanente	2.090.863
Asignaciones Familiares	3.000
Asistencia Social al Personal	78.046
Personal contratado	450.000
Bienes de Consumo	5.629.275
Productos de Papel, Cartón e Impresos	4.802.360
Otros Bienes de Consumo	826.915
Servicios No Personales	56.566.816
Servicios Básicos	350.000
Alquileres y Derechos	12.586.916
Mantenimiento, Reparación y Limpieza	300.000
Servicios Técnicos y Profesionales	26.585.912
Servicios Comerciales y Financieros	8.761.859
Pasajes y Viáticos	6.759.831
Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	548.193
Otros Servicios	674.105
Bienes de Uso	800.000
Maquinaria y Equipo	700.000
Activos Intangibles	100.000

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

UNIDAD EJECUTORA
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	24.500.000
Gastos Figurativos	24.500.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	24.500.000