

ENTIDAD 119

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

POLÍTICA PRESUPUESTARIA DE LA ENTIDAD

La misión del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) es la promoción internacional de la Argentina como destino turístico y como marca; a cuyo fin le corresponde desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y los productos directamente relacionados, así como la imagen del país en el exterior. Las políticas y acciones que ha planificado el INPROTUR para el trienio 2011-2013 se encuadran en la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 - Capítulo IV, su Decreto Reglamentario N° 1.297/06 y el Decreto N° 1372/08.

La actividad que desarrolla el INPROTUR está dirigida a incrementar el número de viajeros extranjeros que ingresan a nuestro país, así como a difundir y posicionar la Marca País a través de la planificación y ejecución de políticas orientadas al mayor desarrollo del turismo receptivo y de la marca, como un medio para la generación de empleo, el incremento del ingreso de divisas, la generación y redistribución de riqueza y el posicionamiento internacional de la Argentina.

Para el logro de sus fines, el INPROTUR lleva a cabo las siguientes acciones:

- Diseño de los planes, programas y prioridades en materia de promoción turística;
- Ejecución de la estrategia de promoción y mercadeo internacional para fortalecer y sostener la imagen de Argentina como marca y como destino turístico;
- Administración de los fondos para la promoción y el correcto funcionamiento del Instituto;
- Realización de trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos;
- Organización y participación en ferias generales y de producto, conferencias, exposiciones, workshops, capacitaciones, seminarios, acciones innovadoras y otros eventos promocionales;
- Coordinación de misiones de promoción turística, comerciales y periodísticas;
- Edición, producción y desarrollo toda acción y material promocional necesarios para el cumplimiento de sus objetivos;
- Asesoramiento a sus integrantes sobre oportunidades y características de los mercados extranjeros;
- Articular, con el sector público y el privado, la utilización de la Marca Argentina para optimizar la imagen de la República Argentina en el exterior;
- Coordinar el trabajo interjurisdiccional en materia logística, administrativa y organizativa y en todo aquello que resulte pertinente para el cumplimiento de sus objetivos.

Se desarrollará un Plan Estratégico que contemple las actuales circunstancias internacionales, la redefinición de los grados de libertad necesarios para su ejecución flexible y un enfoque prospectivo que permita sostener la política pública de captura, incentivo e incremento del Turismo Receptivo más allá de la volatilidad con que se desarrollan las variables en un entorno

altamente turbulento en el plano internacional como el actual. Dicho plan contemplará asimismo acciones para el pleno desarrollo de la estrategia Marca País.

Este Plan, fundamentado en el análisis de los aportes de cada sector, observa las tendencias de años anteriores, sumando la fortaleza y el posicionamiento del país durante los últimos años a partir de los esfuerzos promocionales, la comunicación y el monitoreo permanente que efectúa el INPROTUR, con el fin de alcanzar el total de llegadas internacionales de 5.800.000 para el 2012. Esto requiere continuar con el esfuerzo sostenido de incentivar fuertemente la promoción turística internacional a través de un fuerte posicionamiento de la Marca Argentina y la diferenciación y diversificación de la oferta turística respecto del resto de los países competidores.

En este sentido, a la identificación de los 9 mercados prioritarios, 13 estratégicos y 9 potenciales, sobre los que se actuará de manera integrada e innovadora respondiendo a sus necesidades particulares, se acentuará la participación en los eventos de carácter internacional que posicionen a nuestro país y su oferta turística en un alto nivel de exposición global, incorporando la innovación como línea estratégica transversal.

De igual modo que en los últimos tres años se prevé para el 2012 el inicio de una nueva edición del Rally Dakar, que tendrá por cuarto año consecutivo a la República Argentina como país anfitrión de la prueba de Rally Raid más importante del planeta.

Por otra parte, el Decreto N° 1.372/08 encomendó al INPROTUR la Estrategia Marca País Argentina y su extensión a eventos de carácter nacional e internacional. En tal sentido, para el trienio 2010-2012 se prevé en nuestro país la realización del Tour de France, participación en eventos de impacto global tales como el Rally de la Ruta 40, el Mundial de Motocross, el Festival Interamericano de la Nueva Narrativa; así como la realización de acciones de promoción directa y posicionamiento de la marca dentro de la Argentina, incluyendo la realización de seminarios internacionales. De igual modo, se trabajará para la captación de grandes eventos internacionales como el Mundial de Rugby 2019 y 2023.

El INPROTUR financia sus actividades con recursos propios, provenientes de la percepción del 40% de lo recaudado en concepto de impuesto sobre los pasajes aéreos, marítimos y fluviales al exterior, según lo dispuesto por el artículo 21 de la Ley N° 25.997 de creación del Organismo.

En este marco, durante el ejercicio 2012 la actividad se dirigirá principalmente a:

- Continuar con la implementación del Plan Estratégico de Marketing Turístico Internacional, adaptándolo al nuevo contexto económico mundial.
- Desarrollar la promoción incentivando el interés del consumidor de turismo internacional por Argentina, a fin de incrementar el turismo receptivo y posicionar al país como oferta turística competitiva dentro de los principales países emisores del mundo.
- 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.

- Participar en eventos de carácter internacional de repercusión global
- Captar eventos deportivos, sociales, culturales o del ámbito económico-empresarial de relevancia internacional que promuevan arribos al país.
- Fortalecer, desarrollar y consolidar acciones tales como los programas de representaciones en el exterior; la apertura de nuevas representaciones en mercados prioritarios; los programas de investigación de mercado de carácter cuantitativo y cualitativo (trade); los programas de promoción directa (sobre el consumidor); acciones con terceros, con pool de eventos y acciones variadas; utilización de nuevas tecnologías aplicadas a la promoción y generación de campañas cooperadas.
- 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 en los mercados emisores.
- Difundir los diversos destinos turísticos y productos de fuerte perfil internacional como el golf, el turismo del vino, el turismo rural, la pesca deportiva y el turismo aventura, la nieve, el turismo idiomático y el turismo de reuniones, todos ellos planteados con una visión comunicacional integradora para afianzar una marca sólida y consistente tendientes a posicionar a la Argentina en el mundo.
- 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 del Instituto como una de las principales herramientas de la promoción turística del país.

GASTOS POR FINALIDADES Y FUNCIONES

FIN	FUN	DENOMINACION	IMPORTE
4	7	Comercio, Turismo y Otros Servicios	181.968.000
9	9	Gastos Figurativos	10.642.000
TOTAL			192.610.000

CRÉDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL (ENTIDAD)

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	192.610.000
Gastos en Personal	11.933.999
Personal Permanente	11.420.549
Asignaciones Familiares	5.280
Asistencia Social al Personal	58.170
Personal contratado	450.000
Bienes de Consumo	13.584.000
Textiles y Vestuario	100.000
Productos de Papel, Cartón e Impresos	5.500.000
Productos de Cuero y Caucho	400.000
Productos Químicos, Combustibles y Lubricantes	1.650.000
Otros Bienes de Consumo	5.934.000
Servicios No Personales	155.350.001
Servicios Básicos	7.675.001
Alquileres y Derechos	17.505.000
Mantenimiento, Reparación y Limpieza	950.000
Servicios Técnicos y Profesionales	104.200.000
Servicios Comerciales y Financieros	16.000.000
Pasajes y Viáticos	3.500.000
Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	4.020.000
Otros Servicios	1.500.000
Bienes de Uso	1.100.000
Maquinaria y Equipo	780.000
Activos Intangibles	320.000
Gastos Figurativos	10.642.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	10.642.000

CUENTA AHORRO INVERSIÓN FINANCIAMIENTO

(en pesos)

I) INGRESOS CORRIENTES	208.000.000
Ingresos Tributarios	208.000.000
II) GASTOS CORRIENTES	180.868.000
Gastos de Consumo	180.268.000
Rentas de la Propiedad	600.000
III) RESULT.ECON.AHORRO/DESAHORRO (I-II)	27.132.000
IV) RECURSOS DE CAPITAL	0
V) GASTOS DE CAPITAL	1.100.000
Inversión Real Directa	1.100.000
VI) RECURSOS TOTALES (I+IV)	208.000.000
VII) GASTOS TOTALES (II+V)	181.968.000
VIII) RESULT.FINANC. ANTES CONTRIB (VI-VII)	26.032.000
IX) CONTRIBUCIONES FIGURATIVAS	0
X) GASTOS FIGURATIVOS	10.642.000
XI) RESULTADO FINANCIERO (VIII+IX-X)	15.390.000
XII) FUENTES FINANCIERAS	0
XIII) APLICACIONES FINANCIERAS	15.390.000
Inversión Financiera	15.390.000

COMPOSICIÓN DE LOS RECURSOS POR RUBROS

RUBRO	ESTIMADO
TOTAL	208.000.000
Ingresos Tributarios	208.000.000
Otros Impuestos	208.000.000
Otros	208.000.000

LISTADO DE PROGRAMAS Y CATEGORÍAS EQUIVALENTES

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO	RECURSOS HUMANOS CARGOS	HS. DE CÁTEDRA
16	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Instituto Nacional de Promoción Turística	181.968.000	32	0
99	Erogaciones Figurativas	Instituto Nacional de Promoción Turística	10.642.000	0	0
TOTAL			192.610.000	32	0

PROGRAMA 16

PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

UNIDAD EJECUTORA

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

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

Las tareas previstas para 2012 son:

- Diseñar estrategias, planes y acciones tendientes a promocionar eficientemente destinos y productos turísticos en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales, posibilitando el incremento de la cantidad de turistas extranjeros, el gasto promedio, la estada y contrarrestar la estacionalidad.
- Participar en el exterior de eventos, ferias, exposiciones, bolsas y encuentros de comercialización conjuntamente con el sector privado, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitando su comercialización.
- Desarrollar estrategias de posicionamiento de marcas y sub-marcas, planes de marketing internacional, proyectos de comunicación, imagen y mercadotecnia operativa en los principales mercados segmentados de turismo y de interés estratégico para la Argentina, con el objeto de determinar la demanda actual y potencial de productos turísticos en Europa, Estados Unidos y el mercado regional.

METAS Y PRODUCCIÓN BRUTA

DENOMINACION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
METAS :		
Concurrencia a Ferias	Feria	82
Fomento de la Comercialización Turística	Encuentro	112
Promociones	Acciones Promocionales	185

INDICADORES

DENOMINACION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Turistas Extranjeros Ingresados	Turistas	5.800.000

LISTADO DE ACTIVIDADES ESPECÍFICAS

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
Actividades:			
01	Gestión y Administración	Unidad Secretaría Administrativa	32.422.329
02	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Unidad Secretaría Técnica	149.545.671
TOTAL:			181.968.000

CRÉDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	181.968.000
Gastos en Personal	11.933.999
Personal Permanente	11.420.549
Asignaciones Familiares	5.280
Asistencia Social al Personal	58.170
Personal contratado	450.000
Bienes de Consumo	13.584.000
Textiles y Vestuario	100.000
Productos de Papel, Cartón e Impresos	5.500.000
Productos de Cuero y Caucho	400.000
Productos Químicos, Combustibles y Lubricantes	1.650.000
Otros Bienes de Consumo	5.934.000
Servicios No Personales	155.350.001
Servicios Básicos	7.675.001
Alquileres y Derechos	17.505.000
Mantenimiento, Reparación y Limpieza	950.000
Servicios Técnicos y Profesionales	104.200.000
Servicios Comerciales y Financieros	16.000.000
Pasajes y Viáticos	3.500.000
Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	4.020.000
Otros Servicios	1.500.000
Bienes de Uso	1.100.000
Maquinaria y Equipo	780.000
Activos Intangibles	320.000

**OTRAS CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS 99
EROGACIONES FIGURATIVAS**

DESCRIPCIÓN DE OTRAS CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS

Incluye aportes al Tesoro Nacional.

CRÉDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

INCISO - PARTIDA PRINCIPAL	IMPORTE
TOTAL	10.642.000
Gastos Figurativos	10.642.000
Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	10.642.000

