

ENTIDAD 119

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

POLITICA 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 Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) para el trienio 2013-2015 se encuadran en la Ley N° 25.997 – Ley Nacional de Turismo - Capítulo IV, su Decreto Reglamentario, el N° 1.297/06 y el Decreto N° 1372/08.

La actividad que desarrolla el INPROTUR está dirigida a incrementar el número de viajantes 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 Instituto 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, material promocional necesario 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.

Para el trienio 2013 – 2015 se prevé la elaboración de un nuevo 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.

En este sentido, a la identificación de los nueve (9) mercados prioritarios, trece (13) estratégicos y nueve (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 el 2009, 2010, 2011 Y 2012 se prevé para el 2013 el inicio de una nueva edición del Rally Dakar. Esta experiencia se plasmó en el ejercicio 2011 a través de la

participación por cuarto año consecutivo de la República Argentina como país anfitrión de la prueba de Rally Raid más importante del planeta, como lo es el Rally Dakar. Al respecto, el impacto económico directo en nuestro país de la realización de esta competencia superó los \$ 294.000.000 durante toda la competencia, en tanto que el impacto en Argentina fue de \$ 181.000.000. Por otra parte, esta competencia permitió posicionar a la Argentina como destino turístico ante más de 4.400.000 millones de espectadores (audiencia acumulada) que siguieron su cobertura de 1.200 horas de televisión a través internet en 190 países, valuadas en \$ 386.000.000. Este impacto mediático significó la exposición de la Argentina a través de las imágenes del Rally.

Por otra parte, El Decreto N° 1372/08 encomendó al INPROTUR la Estrategia Marca País Argentina y su extensión a eventos de carácter nacional e internacional. En tal sentido, se realiza en nuestro país la etapa argentina del "Tour de France"; la 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.

Respecto a las estadísticas de Turismo de Argentina y el mundo, podemos decir que, una vez sorteados los efectos de la crisis económica internacional y la Gripe A (H1N1), el turismo demostró una vez más su capacidad de recuperación. El año 2010 estuvo signado por una recuperación mundial de la actividad turística. Las llegadas internacionales de turistas en el mundo en el año 2010 se incrementaron un 7% respecto del año anterior, crecimiento que continuó durante el 2011, obteniendo un nuevo crecimiento de llegadas de turistas en el mundo del 4.4% en aumento.

Esta tendencia no es simétrica para todos los países. Las Américas crecieron un 4.2% en 2011 respecto de 2010, Europa obtuvo un 6% de crecimiento y Medio Oriente, bajó un 7.9% en la cantidad de arribos de turistas durante 2011 respecto al 15% que había crecido en 2010. Por su parte, Argentina superó el desempeño mundial, incluso de los países emergentes. Las llegadas de turistas internacionales por todas las vías de arribo crecieron un 6,3% respecto del año 2010. El logro es evidente: Argentina se posiciona como el primer destino sudamericano y cuarto a nivel de las Américas en llegadas de turistas internacionales.

Entre los factores que contribuyen positivamente a incrementar los desplazamientos turísticos de los argentinos y extranjeros a la gran diversidad de destinos que conforman la oferta del país, se destacan la mejora de la situación económica interna que se tradujo en un mayor consumo por parte de los argentinos y la consolidación de Brasil como un núcleo emisor muy potente desde el tercer trimestre de 2009 hasta la fecha. Por otro lado, la política monetaria y cambiaria del Banco Central de la República Argentina sostuvo un tipo de cambio competitivo que favoreció ampliamente al sector. A ello se suma la recuperación de la actividad económica en todos los países pero principalmente los países de América Latina.

Las perspectivas para el turismo en el país son, por lo tanto, sumamente alentadoras para el período 2012-2013. Es esperable que Argentina consolide la tendencia de crecimiento iniciada a fines de 2009 y que se registre un crecimiento de turistas extranjeros por todas las vías, así como del turismo interior, con la expectativa de superar en 2012 y 2013 los récords alcanzados en 2011. De este modo, el balance de turistas y de divisas ampliaría la tendencia favorable, traduciéndose en un notable aumento de la actividad económica.

En esta etapa de franca expansión, el contexto económico internacional y la alta competitividad entre los destinos que la crisis internacional trajo aparejada para el país, el Ministerio, en su rol de líder del Turismo como sector productivo, se propone como desafío para el año 2012 consolidar la senda de crecimiento y superar anualmente el desempeño de llegadas de turistas extranjeros, fundamentalmente regionales, y nacionales, así como los ingresos generados por estos conceptos. Esta consolidación supone desde luego explorar mercados alternativos que en su conjunto estén en capacidad de amortiguar la eventual desaceleración de los mercados regionales hacia Argentina, que cursa actualmente una condición de competitividad excepcional. El esfuerzo de la política presupuestaria se concentrará, por lo tanto, en estimular la demanda turística receptiva e interna, procurando la revigorización de la oferta de productos y destinos que se destaque dentro del bloque sudamericano por su calidad y diversidad y que, a igual tiempo, cautive a los turistas argentinos. En este sentido, cabe agregar la importancia que asume como factor clave de éxito, el ordenamiento y ampliación de los feriados, así como también la sustantiva y progresiva mejora en la conectividad interna y externa de los destinos turísticos de Argentina.

El INPROTUR financia sus actividades con recursos propios, provenientes de la percepción del 40% de lo recaudado por el impuesto sobre los pasajes aéreos, marítimos y fluviales al exterior, según lo dispuesto por la Ley N° 25.997, artículo 24, que creara a este ente de derecho público no estatal en el Ejercicio 2005.

En este marco, durante el ejercicio 2013 la actividad del organismo 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, mediante la captación de eventos deportivos, sociales, culturales o del ámbito económico-empresarial de relevancia internacional.
- Fortalecer, desarrollar y consolidar acciones, tales como los programas de representaciones en el exterior; la apertura en mercados prioritarios; programas de investigación de mercado cuanti y cualitativo (trade); programas de promoción directa (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, turismo rural, pesca deportiva y aventura, la nieve, turismo idiomático, 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 | 290.086.000 |
| 9 | 9 | Gastos Figurativos | 10.642.000 |
| TOTAL | | | 300.728.000 |

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL (ENTIDAD)

(en pesos)

| INCISO - PARTIDA PRINCIPAL | IMPORTE |
|--|--------------------|
| TOTAL | 300.728.000 |
| Gastos en Personal | 11.655.000 |
| Personal Permanente | 10.743.973 |
| Asignaciones Familiares | 6.480 |
| Asistencia Social al Personal | 104.547 |
| Beneficios y Compensaciones | 200.000 |
| Personal contratado | 600.000 |
| Bienes de Consumo | 17.268.000 |
| Textiles y Vestuario | 200.000 |
| Productos de Papel, Cartón e Impresos | 6.700.000 |
| Productos de Cuero y Caucho | 400.000 |
| Productos Químicos, Combustibles y Lubricantes | 3.000.000 |
| Otros Bienes de Consumo | 6.968.000 |
| Servicios No Personales | 259.763.000 |
| Servicios Básicos | 700.000 |
| Alquileres y Derechos | 10.540.000 |
| Mantenimiento, Reparación y Limpieza | 1.100.000 |
| Servicios Técnicos y Profesionales | 226.132.934 |
| Servicios Comerciales y Financieros | 11.870.066 |
| Pasajes y Viáticos | 8.760.000 |
| Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios | 60.000 |
| Otros Servicios | 600.000 |
| Bienes de Uso | 1.400.000 |
| Maquinaria y Equipo | 900.000 |
| Activos Intangibles | 500.000 |
| Gastos Figurativos | 10.642.000 |
| Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes | 10.642.000 |

CUENTA AHORRO INVERSION FINANCIAMIENTO

(en pesos)

| | |
|--|-------------|
| I) Ingresos Corrientes | 316.600.000 |
| Ingresos Tributarios | 316.600.000 |
| II) Gastos Corrientes | 288.686.000 |
| Gastos de Consumo | 288.686.000 |
| III) Result.Econ.Ahorro/Desahorro (I - II) | 27.914.000 |
| IV) Recursos de Capital | 0 |
| V) Gastos de Capital | 1.400.000 |
| Inversión Real Directa | 1.400.000 |
| VI) Recursos Totales (I + IV) | 316.600.000 |
| VII) Gastos Totales (II + V) | 290.086.000 |
| VIII) Result.Financ. antes Contrib. (VI - VII) | 26.514.000 |
| IX) Contribuciones figurativas | 0 |
| X) Gastos figurativos | 10.642.000 |
| XI) Resultado Financiero (VIII + IX - X) | 15.872.000 |
| XII) Fuentes Financieras | 0 |
| XIII) Aplicaciones Financieras | 15.872.000 |
| Inversión Financiera | 15.872.000 |

COMPOSICION DE LOS RECURSOS POR RUBROS

| RUBRO | ESTIMADO |
|-----------------------------|--------------------|
| TOTAL | 316.600.000 |
| Ingresos Tributarios | 316.600.000 |
| Otros Impuestos | 316.600.000 |
| Otros | 316.600.000 |

LISTADO DE PROGRAMAS Y CATEGORIAS EQUIVALENTES

| CODIGO | DENOMINACION | UNIDAD EJECUTORA | CREDITO | RECURSOS HUMANOS CARGOS | HS. DE CATEDRA |
|--------------|--|--|--------------------|----------------------------|-------------------|
| 16 | Promoción del Turismo Receptivo Internacional | Instituto Nacional de Promoción Turística | 290.086.000 | 42 | 0 |
| 99 | Erogaciones Figurativas | Instituto Nacional de Promoción Turística | 10.642.000 | 0 | 0 |
| TOTAL | | | 300.728.000 | 42 | 0 |

PROGRAMA 16

PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

UNIDAD EJECUTORA

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

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.

Las tareas previstas para 2013 son:

- Participar 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 estadía y contrarrestar la estacionalidad.
- Desarrollar estrategias de posicionamiento de marcas y sub-marcas, planes de marketing internacional, planes y 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.
- 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.

METAS Y PRODUCCION BRUTA

| DENOMINACION | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD |
|--|--------------------|-----------|
| METAS : | | |
| Concurrencia a Ferias | Feria | 98 |
| Fomento de la Comercialización Turística | Encuentro | 122 |
| Promoción Turística Internacional | Acción Promocional | 193 |
| INDICADORES: | | |
| Turistas Extranjeros Ingresados | Turista | 6.000.000 |

LISTADO DE ACTIVIDADES ESPECIFICAS

| CODIGO | DENOMINACION | UNIDAD EJECUTORA | CREDITO |
|---------------------|---|----------------------------------|--------------------|
| Actividades: | | | |
| 01 | Gestión y Administración | Unidad Secretaría Administrativa | 6.889.291 |
| 02 | Promoción del Turismo Receptivo Internacional | Unidad Secretaría Técnica | 283.196.709 |
| TOTAL: | | | 290.086.000 |

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

| INCISO - PARTIDA PRINCIPAL | IMPORTE |
|--|--------------------|
| TOTAL | 290.086.000 |
| Gastos en Personal | 11.655.000 |
| Personal Permanente | 10.743.973 |
| Asignaciones Familiares | 6.480 |
| Asistencia Social al Personal | 104.547 |
| Beneficios y Compensaciones | 200.000 |
| Personal contratado | 600.000 |
| Bienes de Consumo | 17.268.000 |
| Textiles y Vestuario | 200.000 |
| Productos de Papel, Cartón e Impresos | 6.700.000 |
| Productos de Cuero y Caucho | 400.000 |
| Productos Químicos, Combustibles y Lubricantes | 3.000.000 |
| Otros Bienes de Consumo | 6.968.000 |
| Servicios No Personales | 259.763.000 |
| Servicios Básicos | 700.000 |
| Alquileres y Derechos | 10.540.000 |
| Mantenimiento, Reparación y Limpieza | 1.100.000 |
| Servicios Técnicos y Profesionales | 226.132.934 |
| Servicios Comerciales y Financieros | 11.870.066 |
| Pasajes y Viáticos | 8.760.000 |
| Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios | 60.000 |
| Otros Servicios | 600.000 |
| Bienes de Uso | 1.400.000 |
| Maquinaria y Equipo | 900.000 |
| Activos Intangibles | 500.000 |

**OTRAS CATEGORIAS PRESUPUESTARIAS 99
EROGACIONES FIGURATIVAS**

**UNIDAD EJECUTORA
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Incluye aportes al Tesoro Nacional.

CREDITOS POR INCISO - PARTIDA PRINCIPAL

(en pesos)

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