

DIRECCION NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA
Subsecretaría de Turismo

FIN

Desarrollar las estrategias de promoción turística de Argentina destinadas a generar e incrementar una demanda diversificada, sostenida y equilibrada del turismo receptivo y del turismo interno

PROPOSITO

Generar acciones para impulsar la demanda y distribuirla estratégicamente mediante el posicionamiento selectivo según mercado de los productos, destinos y corredores turísticos del país.

POLITICAS

Promover un turismo responsable con relación al patrimonio natural y cultural

Fomentar el modelo de mejora continua en la gestión de promoción y comercialización en el ámbito público y privado

Regionalidad en la comunicación

Excelencia en la gestión de información y asesoramiento a turistas.

Desarrollar la promoción merced a la elaboración de planes que evidencien el equilibrio entre la demanda y la oferta

PROGRAMAS

RESPONSABLE DE EJECUCION

4.1. ORGANIZACIONAL DE LA DNPT

Dirección Nacional de promoción Turística

4.2. MARKETING TURISTICO

Dirección Nacional de promoción Turística

4.3. PORTAL DE LA SECTUR

Coordinación General de Promoción

4.4. SISTEMA DE INFORMACION TURISTICA

S.I.N.D.I.T

4.5. CENTROS DE INFORMACION AL TURISTA

Centros de Información

4.6. INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

Subsecretaría de Turismo

4.1. PROGRAMA ORGANIZACIONAL DE LA DNPT

ESTRATEGIAS

- **ASEGURAR LA CONTINUIDAD DE POLITICAS Y LA SEGURIDAD Y LA HOMOGENEIZACION JURIDICA Y LEGAL**
- **INNOVACION TECNOLOGICA CIMENTADA EN LA COHERENCIA Y LA CORRESPONDENCIA ORGANIZATIVA**

FIN: Implementar un Modelo Operativo de Gestión destinado al cumplimiento de los Fines y Propósitos asignados a cada uno de los Programas de la Dirección

PROPOSITO: Articular la interrelación de los procesos de las diferentes áreas para la obtención de los Resultados propuestos en cada uno de los Programas de esta Dirección

PATRONES:

- Propender a la mejora continua de la calidad de la gestión.
- Desarrollar una visión sistémica y horizontal

RESULTADOS:

- Ejecución presupuestaria de la Dirección cumplida en tiempo y forma
- Ejecución operativa del Plan Operativo Anual de la Dirección gestionada en tiempo y forma
- Proyectos anuales de la DNPT monitoreados

HORIZONTE TEMPORAL: 2006 - 2016

BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA:

- El Organismo en su conjunto al homogeneizar una línea comunicacional de las distintas áreas en cuanto a la difusión de los logros de las metas y objetivos fijados
- Referentes técnicos de los programas, subprogramas, líneas de proyectos y proyectos operativos anuales de la DNPT.

PRODUCTOS:

Campañas promocionales mediante la comunicación en medios y acciones directas

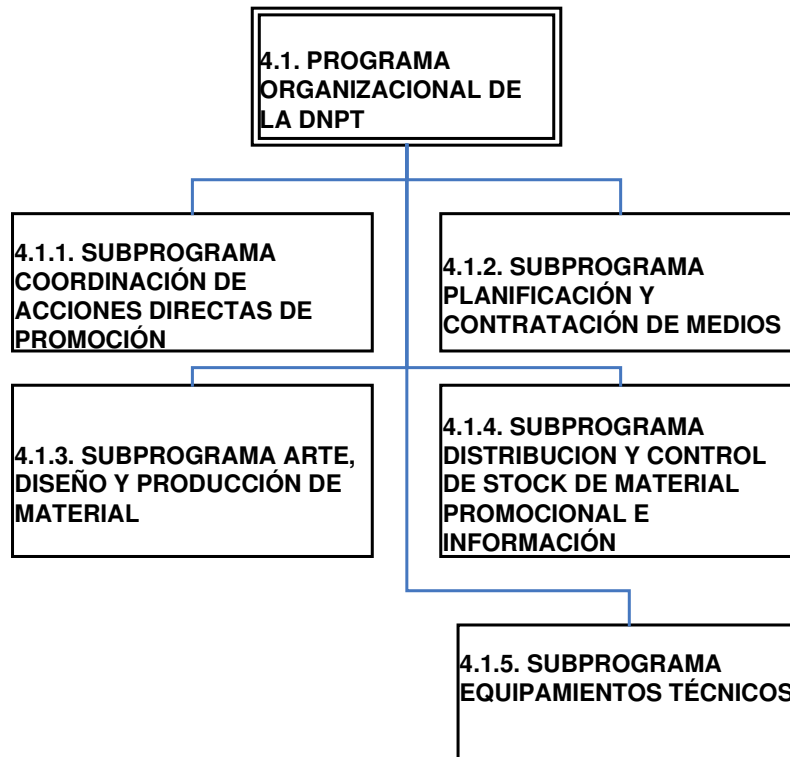
RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Dirección Nacional de Promoción Turística

PROGRAMAS VINCULADOS. Todos los programas del Plan Operativo de la DNPT y de la Unidad de Coordinación del PFETS están estrechamente vinculados con este programa

4.1. PROGRAMA ORGANIZACIONAL DE LA DNPT

ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL PROGRAMA



4.2. PROGRAMA MARKETING TURISTICO

ESTRATEGIAS

- **MARKETING INTEGRADO Y COORDINADO EN BASE A LA DIVERSIFICACION DE PRODUCTOS – MERCADOS**
- **TURISMO, MARCA PAIS**

FIN: Fortalecer, posicionar y sostener la imagen de Argentina como marca y como destino para el turismo nacional y receptivo.

PROPOSITO: Formular la planificación del marketing y fijar las estrategias y políticas de los destinos y productos turísticos competitivos en los mercados meta.

PATRONES:

- Planificar el marketing en función de las políticas y estrategias fijadas.
- Reposicionar y segmentar la oferta en los mercados.
- Aumentar la percepción de valores deseables para públicos específicos.
- Concebir nuevos nichos de mercados/clientes alternativos agrupados en organizaciones por afinidades temáticas
- Inducir a una demanda más calificada y segmentada, apetecible para mercados y públicos estratégicamente seleccionados por su capacidad de gasto.
- Sostener presencia permanente en los mercados con objetivos precisos y continuidad en la acción

RESULTADOS:

- Una demanda sostenible en el tiempo
- Una demanda con crecimiento ordenado y previsible

HORIZONTE TEMPORAL: 2006 - 2016

BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA:

- Organismos de Turismo provinciales y municipales.
- Empresas y emprendedores turísticos
- Comunidades

PRODUCTOS

- Campañas de Promoción en Medios Gráficos, Radiales, Televisivos y Vía Pública.
- Acciones Directas de Promoción: Ferias, Work shops, Eventos especiales.
- Diseño y Producción de Piezas promocionales gráficas y multimedia.
- Merchandising

4.2. PROGRAMA MARKETING TURISTICO

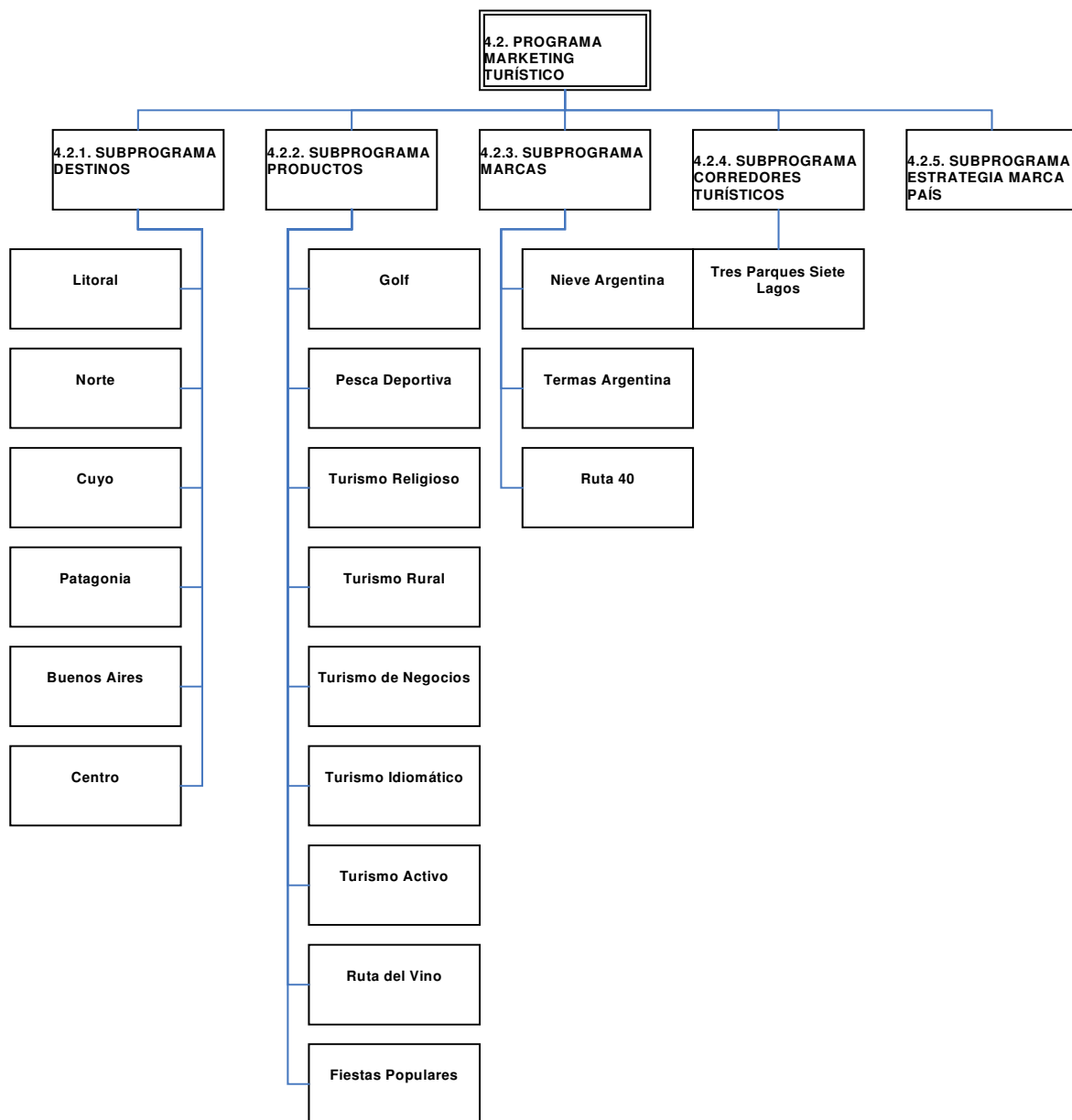
RESPONSABLE DE LA EJECUCION: Dirección Nacional de promoción Turística

PROGRAMAS VINCULADOS:

- **Articulación Interjurisdiccional Para El Desarrollo Turístico**
- **Reorganización Y Fortalecimiento Interno Para La Gestión**
- **Monitoreo Y Evaluación Del PFETS**
- **Comunicación Y Divulgación Del PFETS**
- **Desarrollo De Espacios Turísticos**
- **Agencias De Desarrollo Turístico E Incubadoras de Empresas**
- **Demanda Turística**
- **Sistema De Información Turístico Argentina**
- **Sistema Argentino de Calidad Turística**
- **Portal De La SECTUR**
- **Organizacional de la DNPT**
- **Sistema de Información Turística**
- **Centros de Información al Turista**
- **Instituto Nacional de Promoción Turística**

4.2. PROGRAMA MARKETING TURISTICO

ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL PROGRAMA



4.3. PROGRAMA PORTAL DE LA SECTUR

ESTRATEGIAS

- **INNOVACION TECNOLOGICA CIMENTADA EN LA COHERENCIA Y LA CORRESPONDENCIA ORGANIZATIVA**
- **MARKETING INTEGRADO Y COORDINADO EN BASE A LA DIVERSIFICACION DE PRODUCTOS - MERCADOS**

FIN: Materializar las estrategias de comunicación promocional e institucional de la organización

PROPOSITO: Promocionar destinos y productos, difundir la oferta turística nacional. Brindar información institucional de carácter publico dirigida al ciudadano

PATRONES:

- Dinamizar y transparentar la comunicación a los mercados turísticos internos y a la comunidad.
- Asumir un sistema de gestión basado en la mejora continua como herramienta de modernización

RESULTADOS: Portal de excelencia para la difusión y promoción en el marco de las estrategias de comunicación

HORIZONTE TEMPORAL: 2007 -2016

BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA:

- Organismo de turismo provincial y municipal.
- Empresarios y emprendedores del sector
- Comunidad

PRODUCTOS: Portal

RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Coordinación General de Promoción

PROGRAMAS VINCULADOS: Todos los programas del Plan Operativo del PFETS están estrechamente vinculados con este programa

4.4. PROGRAMA SISTEMA DE INFORMACION TURISTICA

ESTRATEGIAS

- **INNOVACION TECNOLOGICA CIMENTADA EN LA COHERENCIA Y LA CORRESPONDENCIA ORGANIZATIVA**
- **MARKETING INTEGRADO Y COORDINADO EN BASE A LA DIVERSIFICACION DE PRODUCTOS - MERCADOS**

FIN: Brindar un servicio integral de orientación y asesoramiento a los turistas y otros usuarios nacionales y extranjeros, mediante el desarrollo de la base de información turística.

PROPOSITO: Mantener actualizada la base de información turística conteniendo datos sobre toda la oferta turística nacional, referida al patrimonio natural y cultural, y a las actividades y servicios turísticos disponibles

PATRONES: Integrar toda la información turística de Argentina en una red de distribución que facilite la orientación al usuario.

RESULTADOS:

- Base de información turística de excelencia completa
- Base de información turística de excelencia veraz
- Base de información turística de excelencia actualizada

HORIZONTE TEMPORAL: 2007 -2016

BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA:

- Turistas
- Embajadas
- Provincias
- Municipios

PRODUCTOS: Banco de datos sobre información al turista

RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

S.I.N.D.I.T

PROGRAMAS VINCULADOS:

- **Reorganización Y Fortalecimiento Interno Para La Gestión**
- **Monitoreo Y Evaluación Continua Del PFETS**
- **Comunicación Y Divulgación Del PFETS**
- **Desarrollo de Espacios Turísticos**
- **Sistema De Información Turística Argentina**
- **Sistema Argentino de Calidad Turística**
- **Portal de la SECTUR**
- **Centros de Información al Turista**

4.5. PROGRAMA CENTROS DE INFORMACION AL TURISTA

ESTRATEGIAS

- **INNOVACION TECNOLOGICA CIMENTADA EN LA COHERENCIA Y LA CORRESPONDENCIA ORGANIZATIVA**
- **MARKETING INTEGRADO Y COORDINADO EN BASE A LA DIVERSIFICACION DE PRODUCTOS – MERCADOS**
- **ASEGURAR Y MEJORAR LA CALIDAD EN TODOS LOS DESTINOS**

FIN: Asesorar en forma directa e indirecta, en diferentes idiomas, a toda persona y/o entidad que requiera información turística en los centros de información habilitados al efecto, y en los stands que se instalen en ferias y exposiciones en el país y en el exterior, en las que el organismo participe

PROPOSITO: Programar y ejecutar actividades que contribuyan a mantener una eficiente prestación de los servicios de información turística conforme a las políticas del organismo y dentro de las estrategias de imagen y comunicación establecidas

PATRONES:

- Otorgar incentivos para la mejora continua
- Rediseñar centros de información
- Desarrollar manual de identidad

RESULTADOS: La SECTUR brinda un servicio de excelencia en la atención y asesoramiento a turistas

HORIZONTE TEMPORAL: 2006 - 2016

BENEFICIARIOS

- Turistas
- Entidades

PRODUCTOS: Servicio de información y asesoramiento

RESPONSABLE DE EJECUCION:

Centros de Información Turística

PROGRAMAS VINCULADOS:

- **Reorganización Y Fortalecimiento Interno Para La Gestión**
- **Monitoreo Y Evaluación Continua Del PFETS**
- **Desarrollo de Espacios Turísticos**
- **Sistema De Información Turístico Argentina**
- **Sistema Argentino de Calidad Turística**
- **Portal de la SECTUR**
- **Sistema de Información Turística**

4.6. PROGRAMA INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

ESTRATEGIAS

- CREACION DEL INPT
- TURISMO, MARCA PAIS
- ASEGURAR LA CONTINUIDAD DE POLITICAS Y LA SEGURIDAD Y HOMOGENEIZACION JURIDICA T LEGAL
- CREACION Y FORTALECIMIENTO DE ARTICULACIONES REGIONALES

FIN: Afianzar la alianza estratégica entre los actores públicos y privados generando la gestión conjunta de la promoción turística del país

PROPOSITO: Crear un organismo multiactoral con capacidad para llevar adelante los planes de marketing turístico y captar corrientes de turismo provenientes del exterior

PATRONES: Encarar la política promocional en forma conjunta entre los actores públicos y privados que componen el sistema turístico Argentina

RESULTADOS:

- Instituto Nacional de promoción Turística conformado
- Instituto Nacional de promoción Turística en funcionamiento pleno

HORIZONTE TEMPORAL: 2006 - 2007

BENEFICIARIOS

- Actores públicos del sistema turístico argentino: provincias y municipios
- Actores privados y empresas
- Comunidad

RESPONSABLE DE EJECUCION:

Subsecretaría de Turismo

PROGRAMAS VINCULADOS:

- **Monitor Estratégico Argentino**
- **Demanda Turística**
- **Desarrollo de Espacios Turísticos**
- **Sistema Argentino de Calidad Turística**
- **Marketing Turístico**