

—

MINISTERIO DE TURISMO

LIC. GUSTAVO SANTOS

FUNDACIÓN MEDITERRÁNEA
Córdoba 27 de junio de 2016



AGENDA

01 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

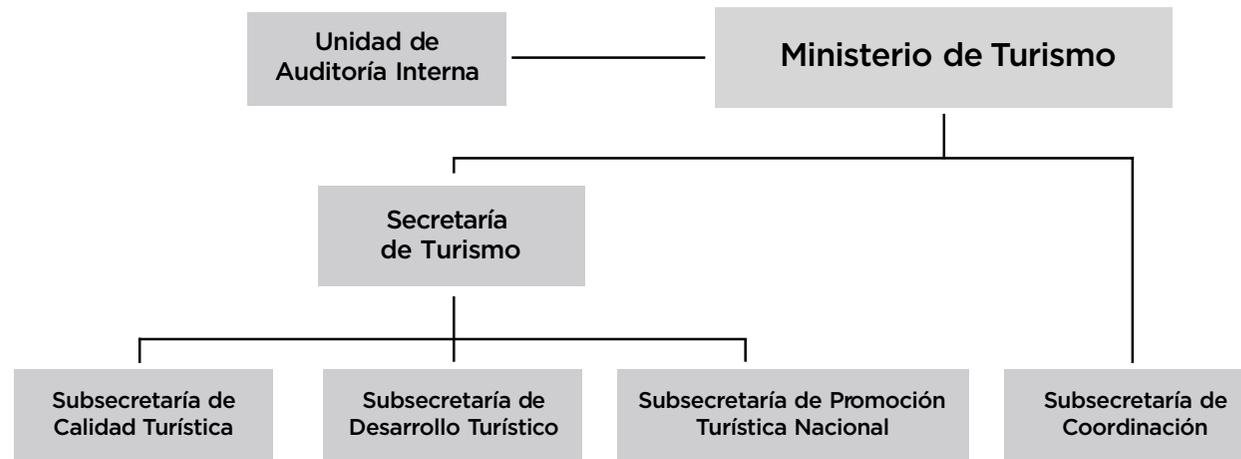
**02 DIAGNÓSTICO DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA**

03 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

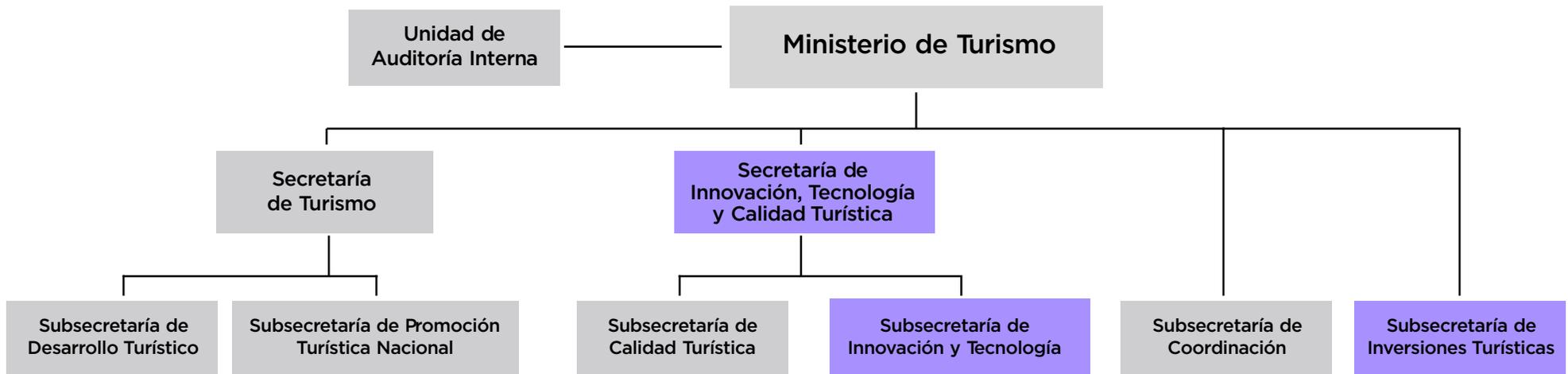
04 OBJETIVOS



ESTRUCTURA BASE PRESUPUESTO 2016



ESTRUCTURA ACTUAL DECRETO 218/2015



UBICACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO (AÑO 2014)

EN EL MUNDO

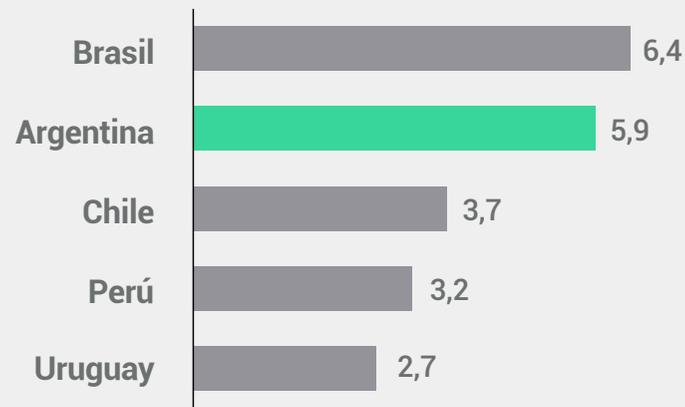
Puesto

46

En el *ranking*
de llegadas
internacionales.

Segundo destino de Sudamérica

Arribos internacionales. En millones.



EN ARGENTINA

Importancia en el **comercio internacional argentino**

6% de las exportaciones totales (bs y ss) y primera exportación de servicios

Importancia para las **economías regionales**

Redistribuye recursos desde las grandes ciudades a las economías regionales

Importancia para lograr el **objetivo de pobreza cero**

5,4% del empleo
1,09 mill. de puestos de trabajo

DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UBICACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO (AÑO 2014)

Turismo comparado con otros sectores de la economía argentina

Año 2014. En pesos corrientes.

Consumo turístico*:

\$139.100 millones

TURISMO

Ventas de informática:
AR\$24.000 millones

5,8 veces

Ventas por e-commerce:
AR\$40.100 millones

3,5 veces

Ventas en supermercados:
AR\$180.837 millones

0,8 veces

Ventas en shoppings (GBA):
AR\$32.504 millones

4,3 veces

* Comprende al gasto del turismo interno más receptivo 2014. El gasto del turismo interno se estimó a partir de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH), extrapolando el resultado al total de la población argentina.

Comparando el turismo interno con el receptivo

El turismo interno explica:

60%

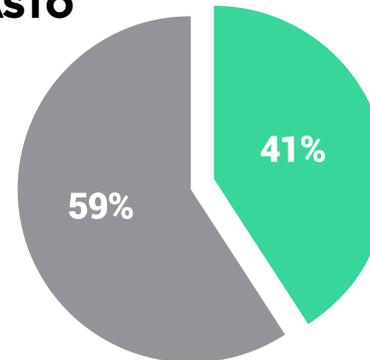
Del gasto.

90%

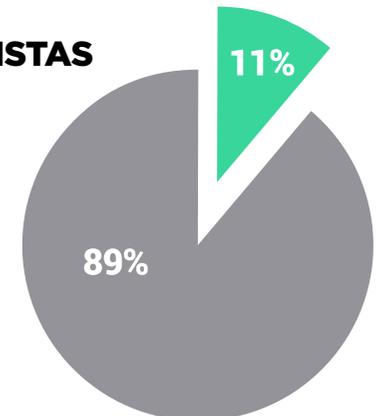
De los viajes turísticos del país.

Participación del turismo interno en el consumo turístico nacional
Año 2014. En porcentaje.

GASTO



TURISTAS



■ Interno
■ Receptivo

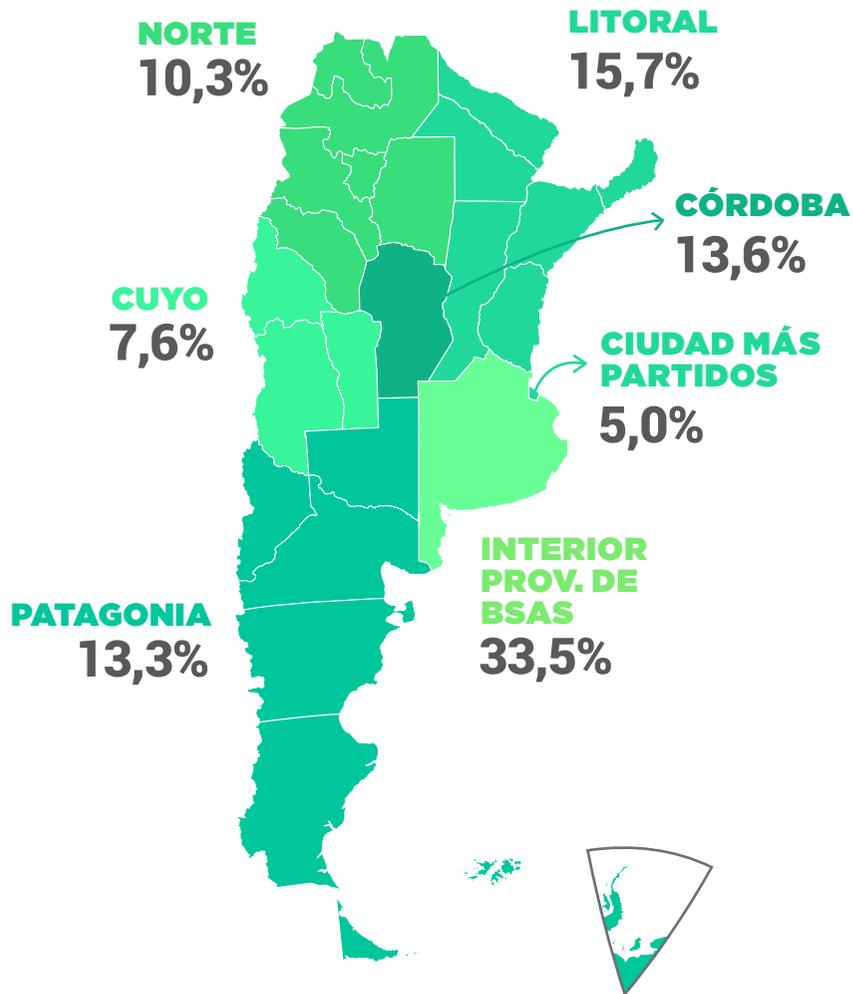


DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UBICACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO (AÑO 2014)

Importancia para las economías regionales

Distribución regional del gasto turístico interno



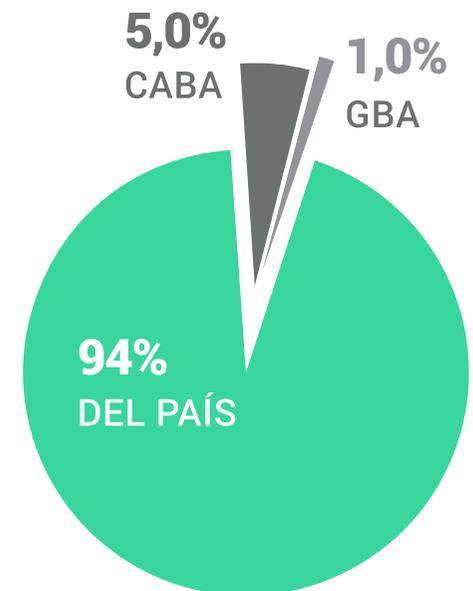
EL TURISMO ES UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA CLAVE PARA LAS ECONOMÍAS DEL INTERIOR DEL PAÍS, POR SU ROL REDISTRIBUIDOR DE RECURSOS.

Del gasto turístico interno el

94%

se realiza fuera de la Ciudad y los Partidos de Gran Buenos Aires.

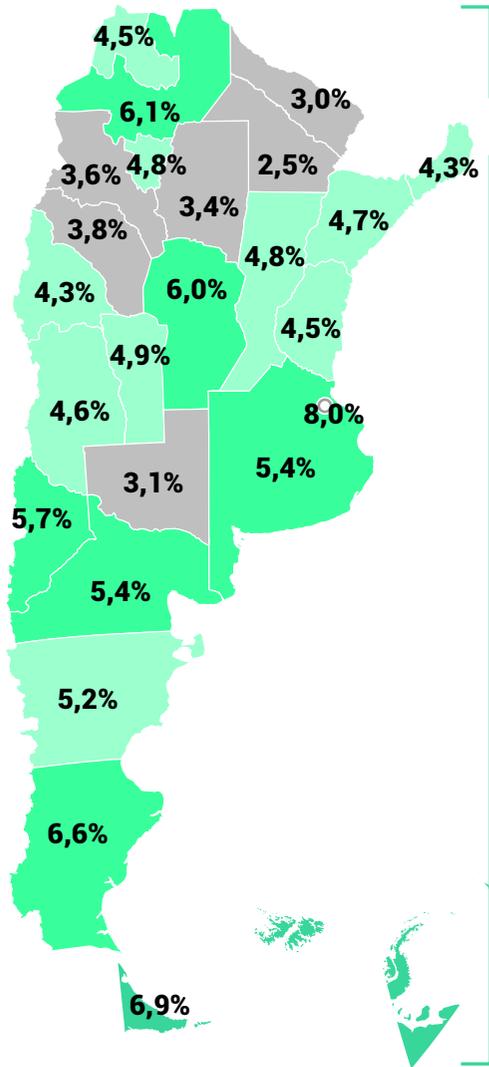
Turismo interno



DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

IMPORTANCIA DEL TURISMO (AÑO 2014)

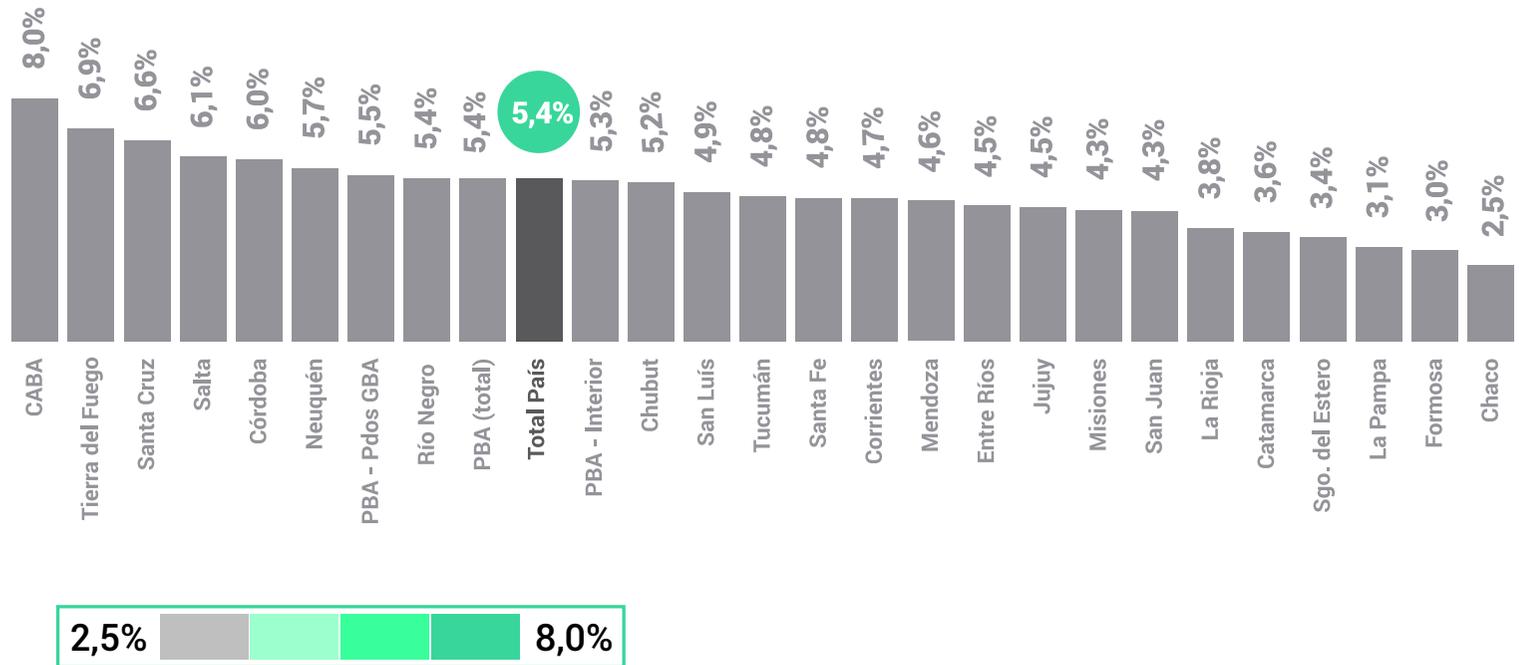
Importancia para lograr el objetivo de pobreza cero



1,09 Millones de puestos de trabajo.

5,4% Del total del empleo nacional.

Participación del empleo turístico en el empleo provincial



DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

ANÁLISIS

DIAGNÓSTICO DEL TURISMO A DICIEMBRE DE 2015

LA DEMANDA TURÍSTICA SE ENCUENTRA ESTANCADA

Turismo Interno: en términos de viajes, a niveles menores al año 2012.

Turismo Receptivo: en términos de viajes, a niveles del año 2011.

ESCASA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO CON CONCENTRACIÓN EN LOS MERCADOS DE PAÍSES LIMÍTROFES.

Alta dependencia a las fluctuaciones de tipo de cambio.

Fuertemente sesgado a mercados de turistas de bajos gastos por estada

La Argentina ha perdido participación de mercado en el turismo internacional como destino con fines recreacionales o de vacaciones

FUERTE CAÍDA DEL GASTO POR ESTADA DE LOS TURISTAS NO RESIDENTES.

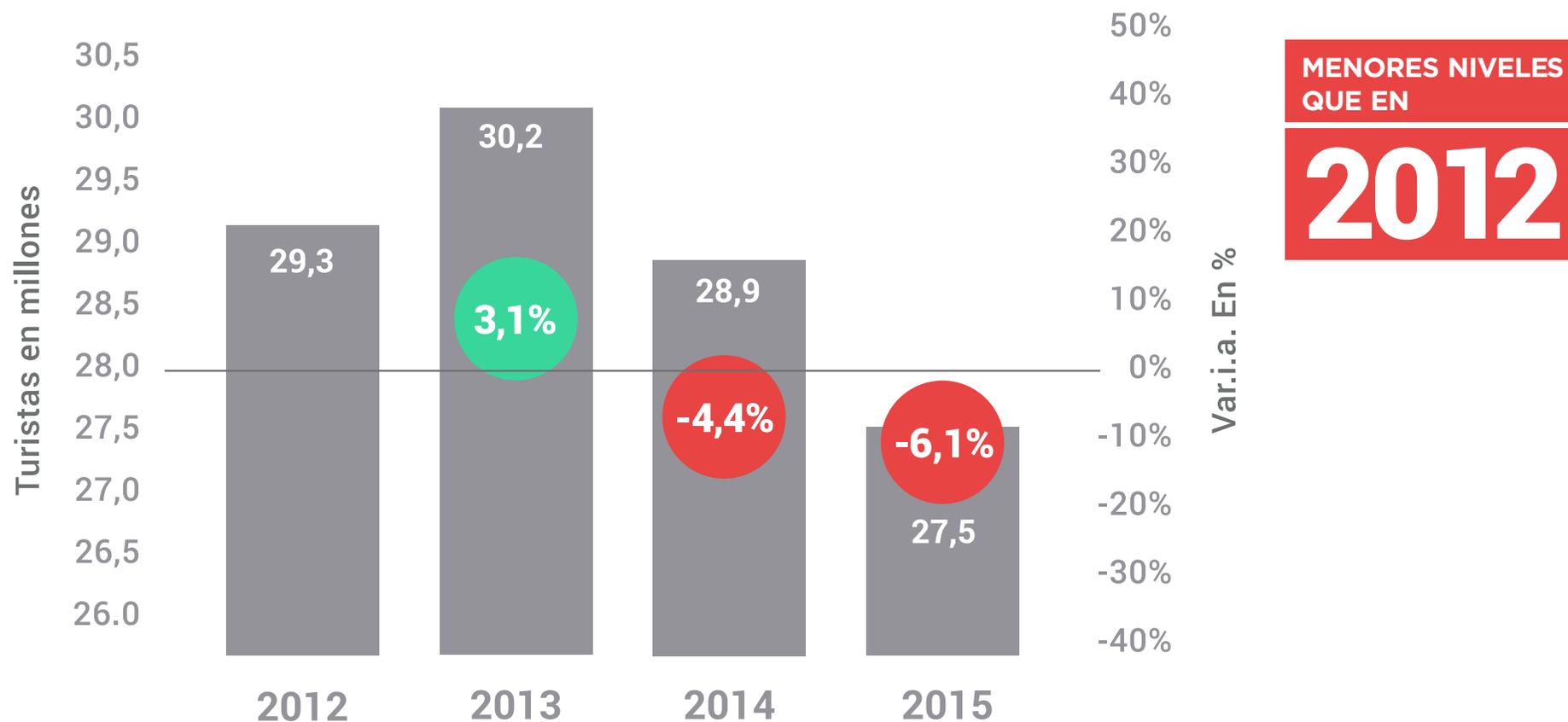


TURISMO INTERNO CON NIVELES DE CONSUMO AMESETADOS

Turismo interno

Turistas argentinos que viajan por Argentina.

Var.i.a. en %.



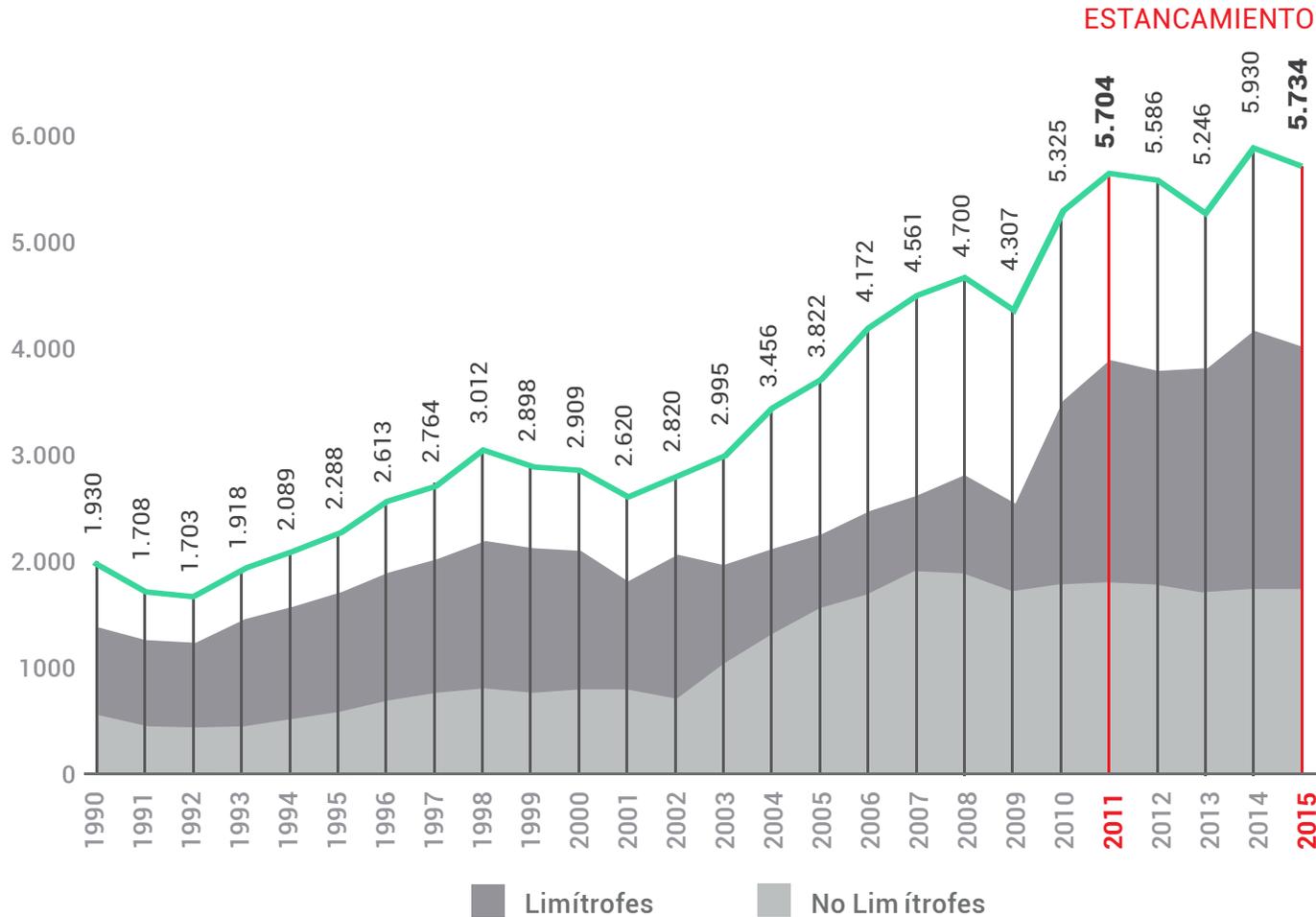
FUENTE: EVYTH - MINTUR

DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

TURISMO RECEPTIVO: ESTANCAMIENTO DESDE 2011

Arribos internacionales.

Turistas en miles de arribos.



FUENTE: Cuenta viajes - INDEC

2008 → 2015

NO LÍMITROFES

1,9 mill. → 1,7 mill.

-8,5%

LÍMITROFES

2,8 mill. → 4,0 mill.

+42,7%

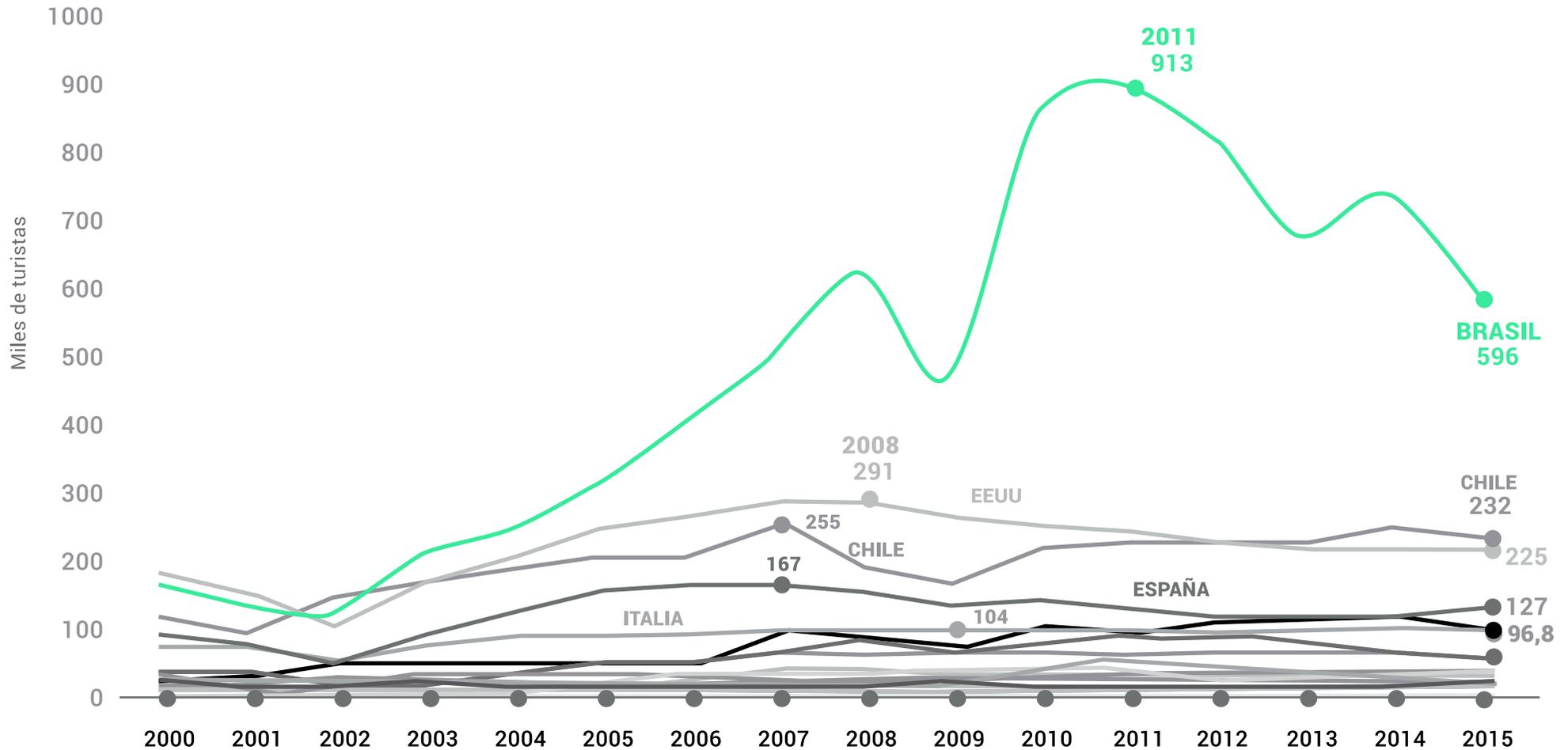


DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

VÍA AÉREA: DEPENDENCIA DE BRASIL Y MERCADO EN BAJA.

Llegadas de turistas por Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery

En miles de turistas.

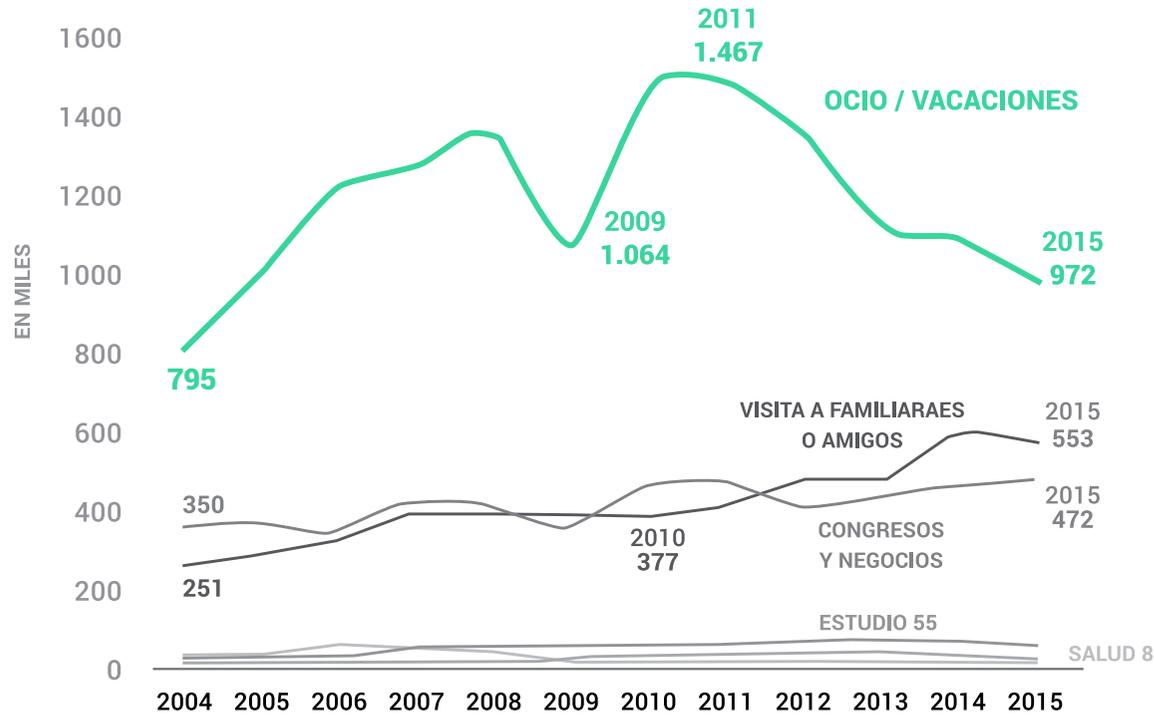


FUENTE: Migraciones

DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

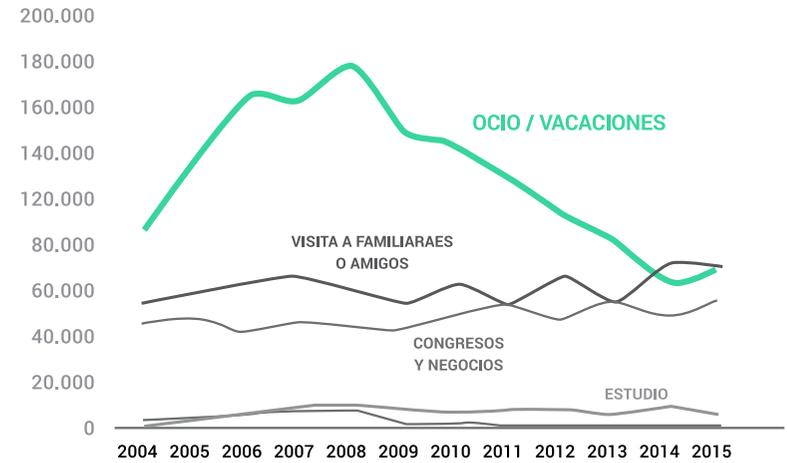
CAE EL MOTIVO OCIO/VACACIONES

Llegadas por Ezeiza y aeroparque según motivo de viajes
En miles de turistas.

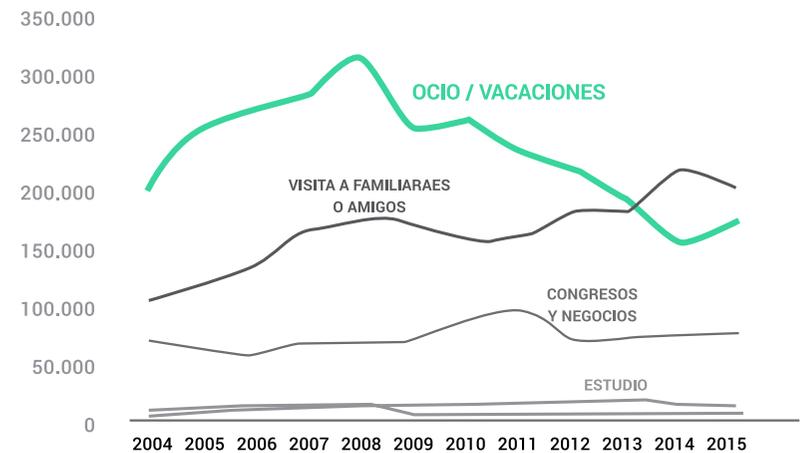


FUENTE: ETI - INDEC

EEUU y Canada



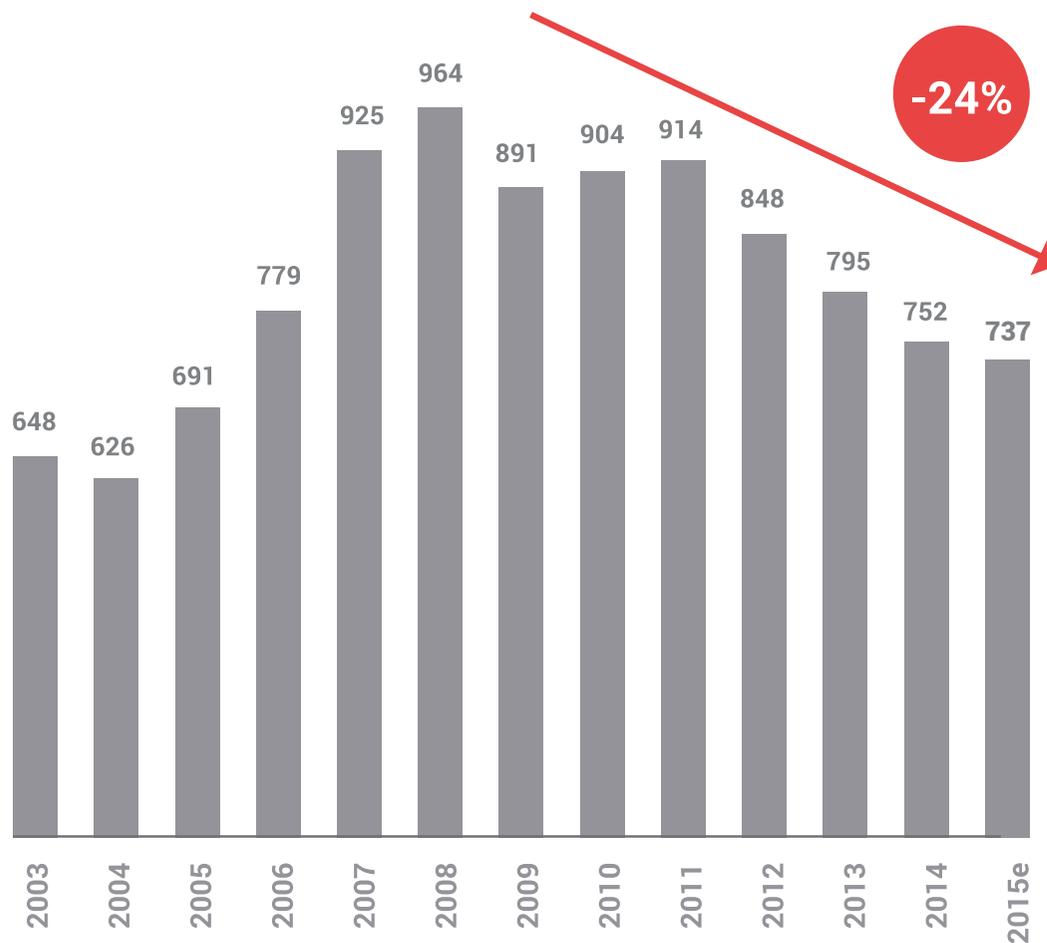
Europa



CAE EL GASTO PROMEDIO

Gasto por estada promedio (todas las vías)

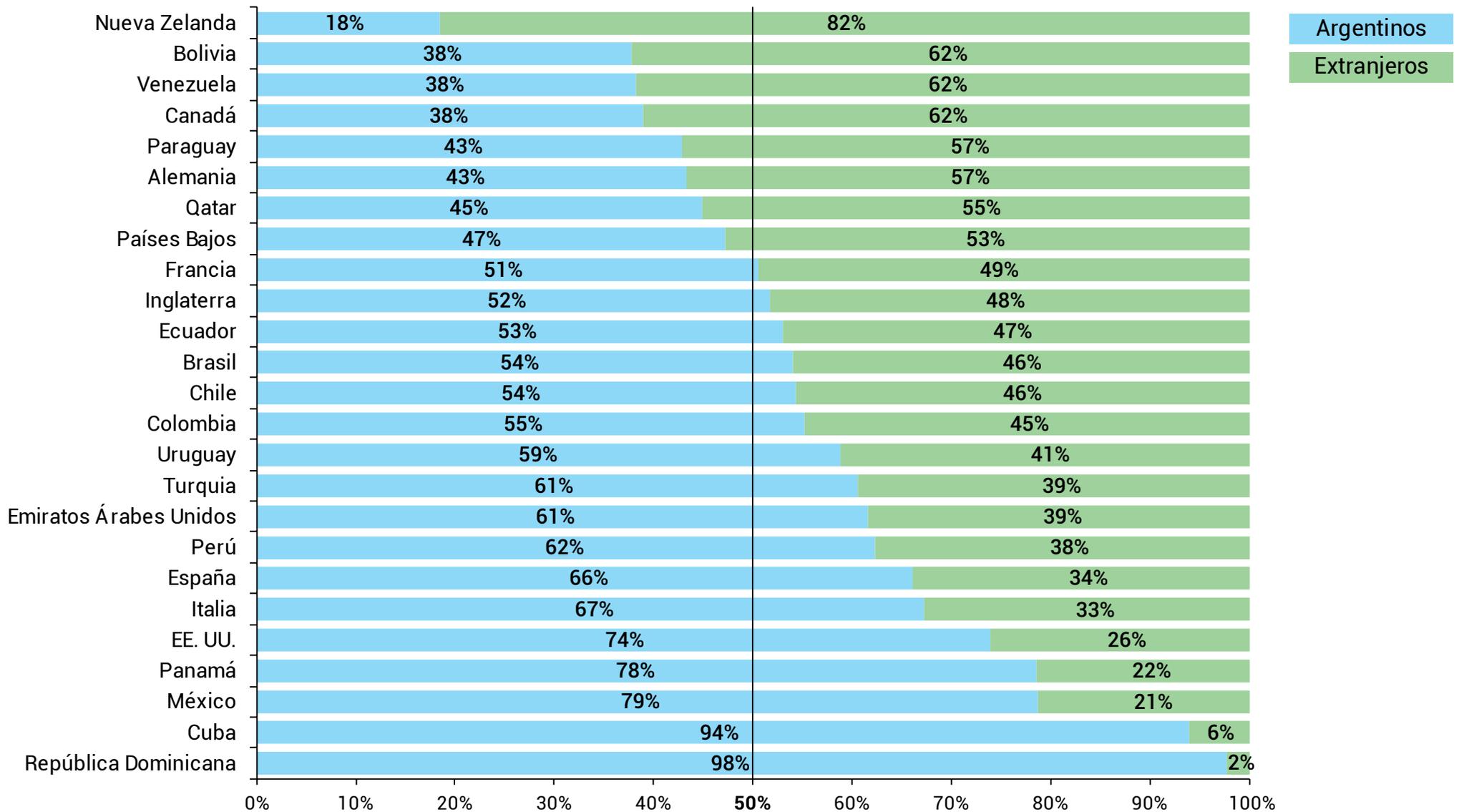
En u\$s.



FUENTE: Cuenta viajes



VUELOS INTERNACIONALES: PORCENTAJE DE ARGENTINOS Y EXTRANJEROS SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA. AÑO 2015



LINEAMIENTOS EXTRATÉGICOS



1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

2.

PROMOVER EL CRECIMIENTO DEL TURISMO INTERNO ARGENTINO

3.

MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD DEL SECTOR

4.

AUMENTAR LA INVERSIÓN

5.

PROMOVER LA CREACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO

ORGANISMOS DE APOYO

1- CFT: CONSEJO FEDERAL DE TURISMO, asamblea de los 24 líderes del Turismo de las provincias articulando la gestión federal, desde el territorio, provincias y Nación.

2- COMITÉ INTERMINISTERIAL de FACILITACIÓN TURÍSTICA, coordinado junto a Secretaría General de Presidencia.





1.1.

POSICIONAR LA MARCA ARGENTINA COMO LÍDER REGIONAL

META 2019

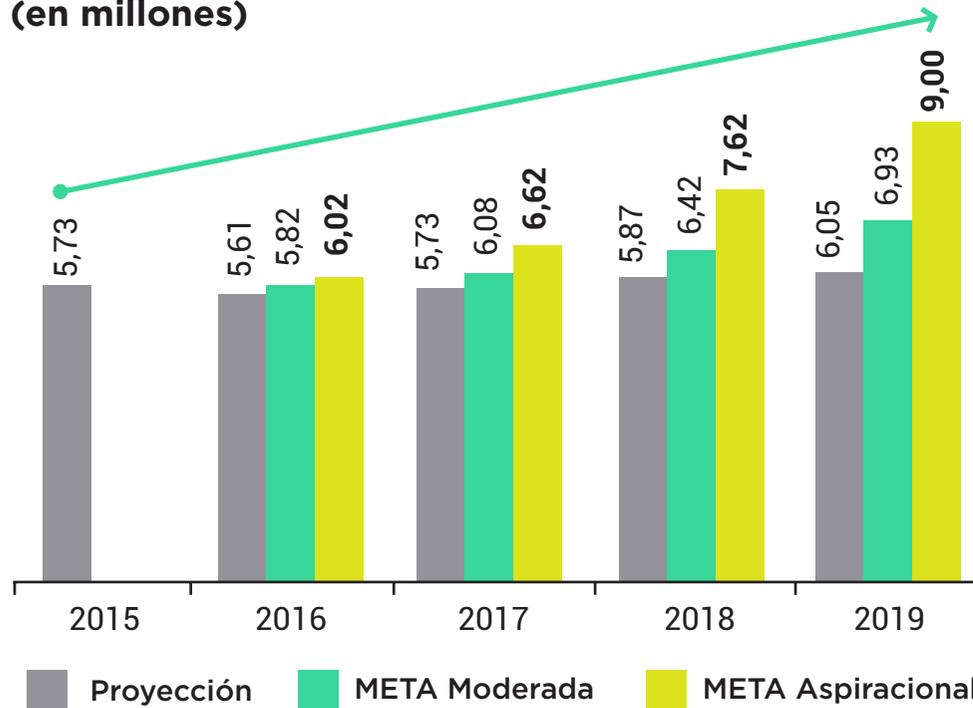
1° PUESTO

EN EL RANKING REGIONAL

1.2.

AUMENTAR LA CANTIDAD DE ARRIBOS INTERNACIONALES

LLEGADAS DE TURISTAS NO RESIDENTES (en millones)



+3

millones de nuevos de turistas extranjeros

+50%

crecimiento

1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

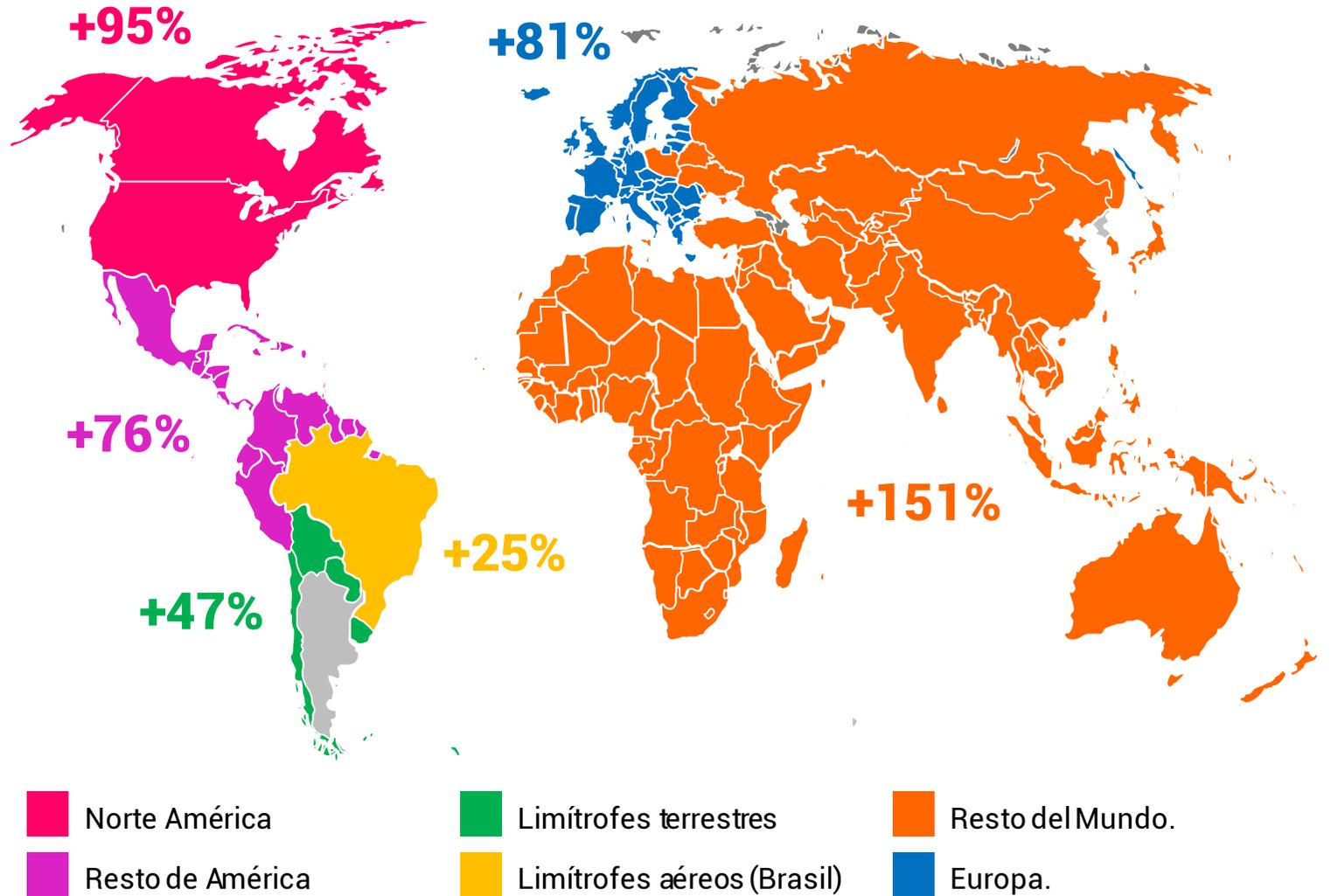


1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

1.2.

META ASPIRACIONAL: CRECIMIENTO 2015-2019 POR MERCADO EN PORCENTAJE.





CAMBIO DE COMPOSICIÓN EN EL SENTIDO DESEADO LLEGADA POR TODAS LAS VÍAS PRIMEROS 3 MESES DEL AÑO.

Var i.a. de llegadas de turistas extranjeros. En %

AMÉRICA DEL NORTE

+24,7%

3m-2016: 149.836
3m-2015: 120.173
2015: 334.332

EUROPA

+8,0%

3m-2016: 280.880
3m-2015: 260.044
2015: 699.419

TOTAL

-3,5%

3m-2016: 1.788.269
3m-2015: 1.852.679
2015: 5.734.283

RESTO DE AMÉRICA

-1,6%

3m-2016: 126.167
3m-2015: 128.207
2015: 496.134

LIMÍTROFES SIN BRASIL

-4,7%

3m-2016: 930.226
3m-2015: 975.796
2015: 3.033.302

BRASIL

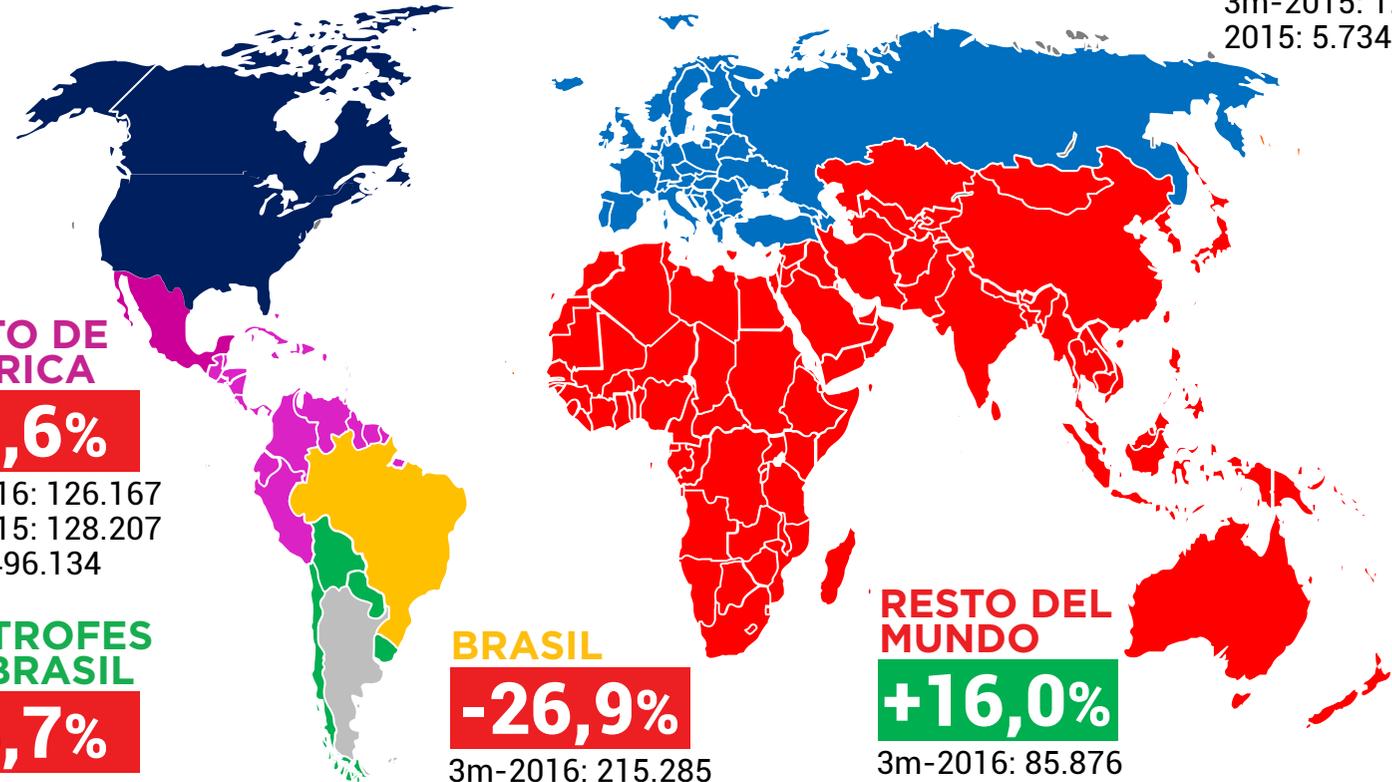
-26,9%

3m-2016: 215.285
3m-2015: 294.407
2015: 962.529

RESTO DEL MUNDO

+16,0%

3m-2016: 85.876
3m-2015: 74.053
2015: 215.285



1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN





MERCADO ESTADOUNIDENSE PRESENTA UNA ROBUSTA RECUPERACIÓN. LLEGADAS DE TURISTAS ESTADOUNIDENSES

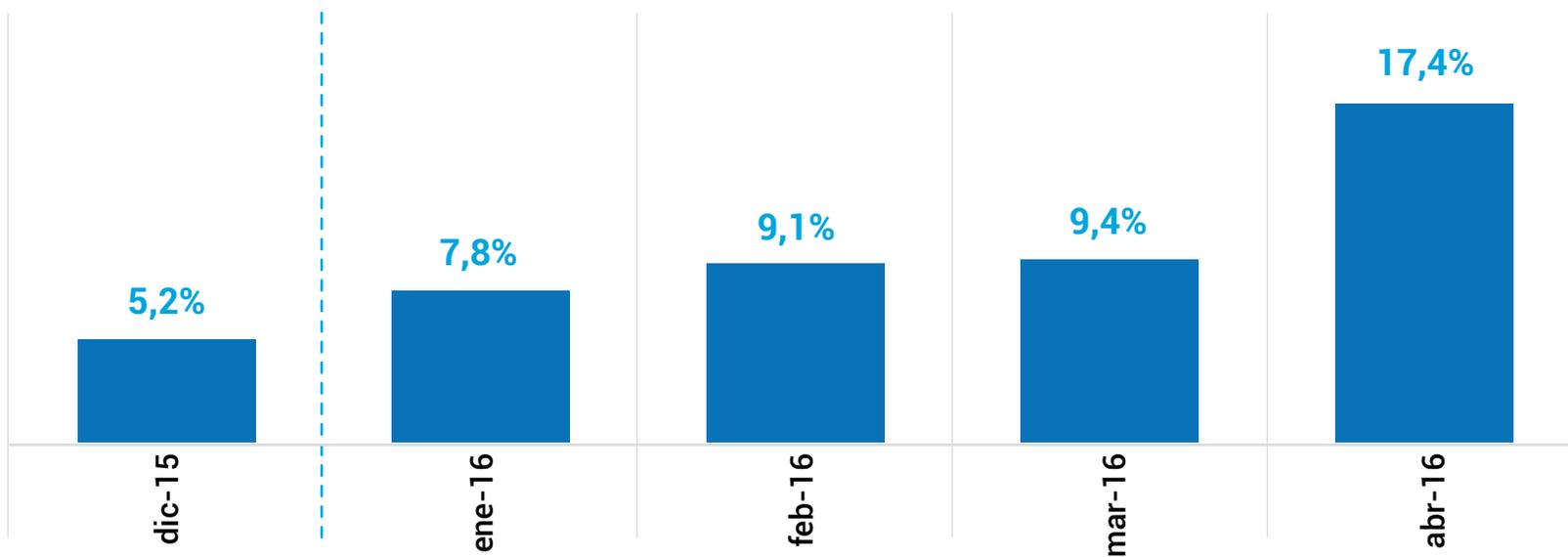
Var. interanual.



ESTADOS UNIDOS

Ene-Abr '16

+10,3% i.a.



1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

- ✔ El fortalecimiento del dólar desató un fuerte crecimiento del turismo emisor estadounidense.
- ✔ Acciones del INPROTUR para aprovechar el efecto de la visita de Obama.
- ✔ Suspensión de tasa de reciprocidad.





REPERCUSIONES DE LA PROMOCIÓN EN EEUU Y LA VISITA DE OBAMA.

VISITAS A LA PAGINA WEB DEL INPROTUR PERIODO ENERO-MAYO 2016



1.
POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

2.343.147
sesiones en la web

75,5% de las visitas correspondieron a nuevos usuarios

85% de las visitas en el periodo fueron realizadas por estadounidenses

	País	Sesiones	% Sesiones
1.	United States	2.001.890	85,44 %
2.	Argentina	107.553	4,59 %
3.	Brazil	34.525	1,47 %
4.	France	21.073	0,90 %
5.	Italy	16.909	0,72 %



DESTACADO CRECIMIENTO DE LAS LLEGADAS DESDE CHINA LLEGADAS DE TURISTAS CHINOS

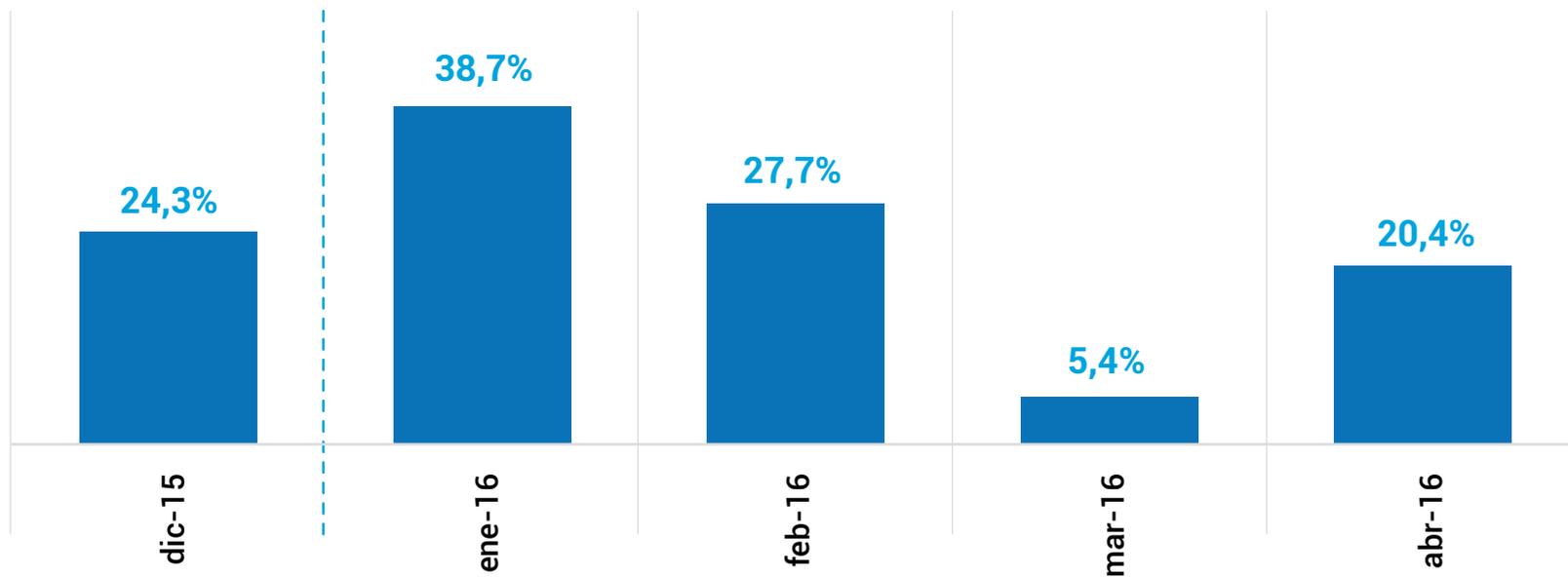
Var. interanual.



CHINA

Ene-Abr '16

+23,6% i.a.



1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

- China lidera turismo emisor global con 127,5 millones de turistas, tras dos décadas de crecimiento a tasas de dos dígitos.
- Se espera que para 2020 la cantidad de viajes al exterior alcance los 162 millones.





DESTACADO CRECIMIENTO DE LAS LLEGADAS DESDE OCEANÍA

LLEGADAS DE TURISTAS DE OCEANÍA

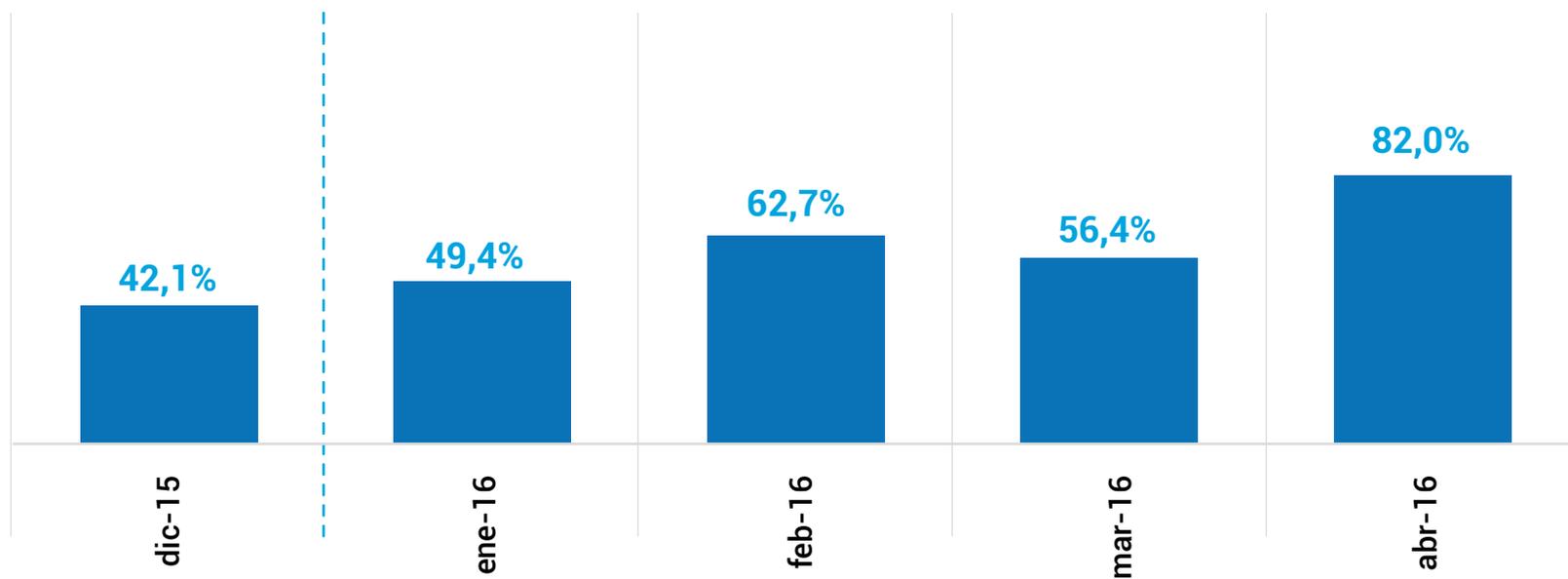
Var. interanual.



OCEANÍA

Ene-Abr '16

+60,9% i.a.



1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN

- Nuevo vuelo Auckland-Buenos Aires desde 4 de diciembre 2015.
- Marca el potencial impacto de un incremento de la conectividad en el desempeño de un mercado.



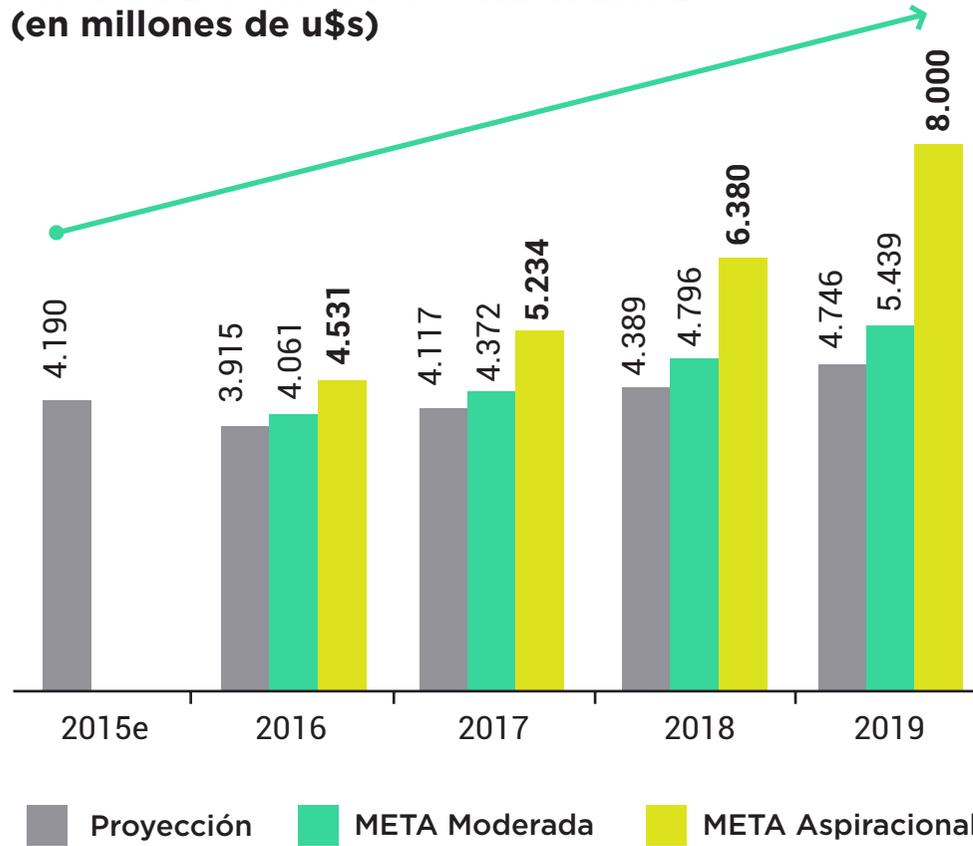
Ministerio de Turismo
Presidencia de la Nación



1.3.

AUMENTAR EL GASTO PROMEDIO Y GASTO TURÍSTICO DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

GASTO DE TURISTAS NO RESIDENTES (en millones de u\$s)



META 2019

+3.800

millones de dólares adicionales gastados por turistas extranjeros

+90%

crecimiento

u\$s 900

gasto aproximado por estada promedio por turista extranjero

1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN





¿CÓMO LO HAREMOS?

POLÍTICAS ORIENTADAS AL TURISMO INTERNACIONAL

Haciendo Inteligencia de Mercado.

Gestionando más CONECTIVIDAD con mercados emisivos estratégicos.

Llegando a NUEVOS MERCADOS.

Innovando en las ACCIONES DE PROMOCIÓN y COMUNICACIÓN

Con NUEVOS PRODUCTOS y DESTINOS.

Captando MÁS EVENTOS.

1.

**POSICIONAR A
ARGENTINA
COMO PRINCIPAL
DESTINO
TURÍSTICO DE LA
REGIÓN**



¿CÓMO LO HAREMOS?

GESTIONAR LA ELIMINACIÓN DE CUELLOS DE BOTELLA PARA POTENCIAR EL TURISMO INTERNACIONAL

ELIMINACION DE LA TASA DE RECIPROCIDAD PARA AUSTRALIA, CANADA Y EE.UU.

PARA LOS TURISTAS DE "MERCADOS LEJANOS", ELIMINACIÓN DE VISADO CUANDO YA CUENTEN CON VISA PARA ENTRAR A EE.UU., CANADA, UNIÓN EUROPEA, BRASIL O CHILE.

FACILITACIÓN DE ENTRADA EN LOS PASOS FRONTERIZOS (UNIFICACIÓN DE TRÁMITES, INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS ESPECÍFICAS, ETC.).

MEJORA DE CONECTIVIDAD AÉREA INTERNACIONAL.

IMPLEMENTACIÓN DEL "VISIT ARGENTINA".

ELIMINACIÓN DE TARIFAS AÉREAS DIFERENCIALES PARA TURISTAS EXTRANJEROS.

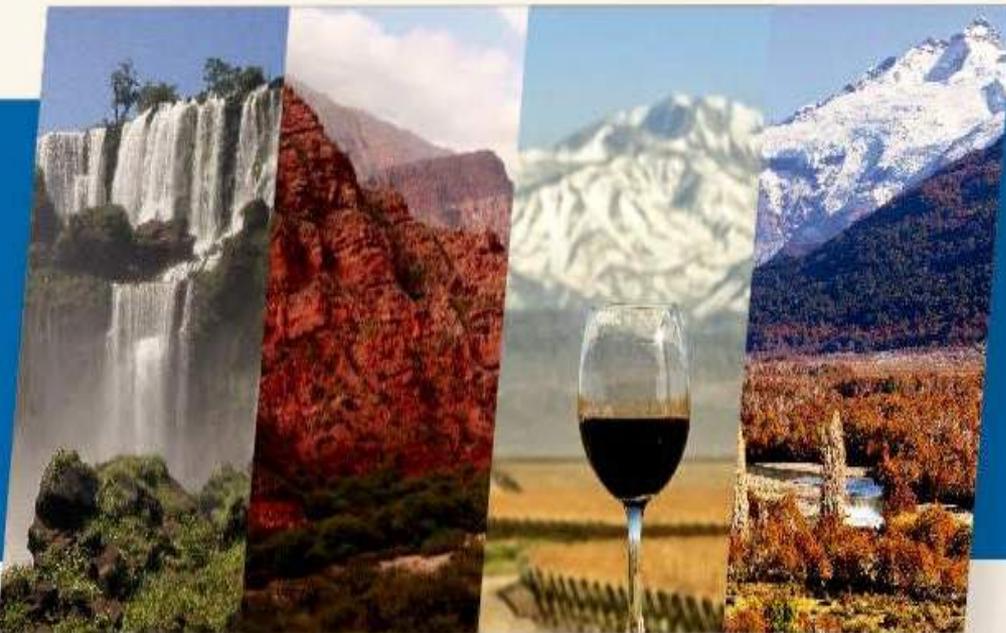
COORDINACIÓN DE POLÍTICAS CON BRASIL, URUGUAY Y CHILE PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO REGIONAL DE CRUCEROS.

DEVOLUCIÓN DEL IVA COBRADO A TURISTAS NO RESIDENTES SOBRE LOS GASTOS EFECTUADOS CON TARJETA DE CRÉDITO/DÉBITO EN SERVICIOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO

PROMOVER LA INVERSIÓN ESTRATÉGICA EN INFRAESTRUCTURA (puertos, aeropuertos, cadenas hoteleras, conectividad vial, etc.)

1.

POSICIONAR A ARGENTINA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN



VisiteArgentina 

De las cataratas a los glaciares
y de la montaña a la playa.

Recorra toda Argentina con Aerolíneas.

Presente su billete internacional con cualquier compañía aérea y acceda a importantes descuentos para visitar Argentina, comprando con anticipación sus pasajes podrá acceder a las mejores tarifas para recorrer todo el país.

- + 36 destinos en Argentina para visitar*
- + compra anticipada de 3 a 12 vuelos*
- + hasta 3 meses para completar su viaje*
- + ahorre tiempo y dinero*



VisiteArgentina 

De las cataratas a los glaciares
y de la montaña a la playa.

DESDE / HACIA BUENOS AIRES

Bahía Blanca	usd 80	Mar del Plata	usd 59	San Juan	usd 119
Bariloche	usd 135	Mendoza	usd 119	San Luis	usd 114
Catamarca	usd 101	Neuquén	usd 110	San Rafael	usd 112
Comodoro Rivadavia	usd 136	Paraná	usd 53	Santa Fe	usd 50
Córdoba	usd 88	Posadas	usd 98	Santa Rosa	usd 74
Corrientes	usd 85	Resistencia	usd 85	Santiago del Estero	usd 105
El Calafate	usd 139	Río Gallegos	usd 138	Trelew	usd 128
Esquel	usd 179	Río Grande	usd 166	Tucumán	usd 121
Formosa	usd 97	Río Hondo	usd 120	Ushuaia	usd 162
Iguazú	usd 111	Rosario	usd 50	Viedma	usd 89
Jujuy	usd 143	S.M. de los Andes	usd 149		
La Rioja	usd 101	Salta	usd 124		

INTERTRAMOS

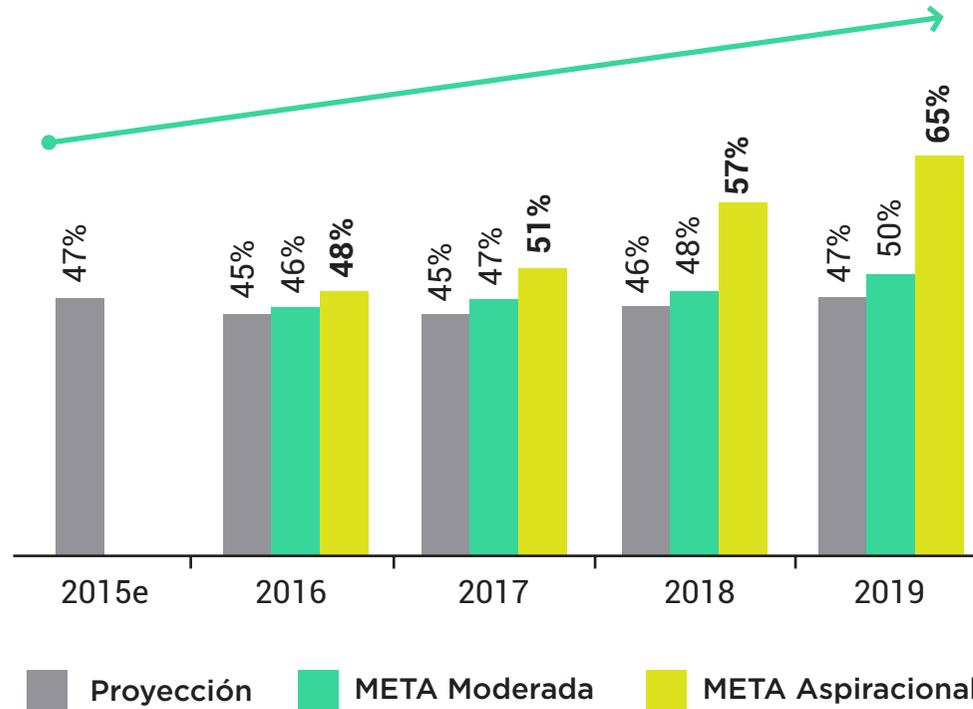
Bariloche - Rosario y v.v. (**)	usd 132	El Calafate - Ushuaia y v.v.	usd 92
Bariloche - Viedma y v.v.	usd 75	Iguazú - Salta y v.v.	usd 142
Córdoba - Neuquén y v.v. (**)	usd 95	Mendoza - Neuquén y v.v.	usd 77
Córdoba - Tucumán y v.v.	usd 47	Mendoza - Rosario y v.v.	usd 76
Córdoba - Bariloche y v.v. (**)	usd 122	Mendoza - Salta y v.v.	usd 132
Córdoba - Jujuy y v.v.	usd 66	Neuquén - Comodoro Rivadavia y v.v.	usd 74
Córdoba - Mendoza y v.v.	usd 57	Rosario - Iguazú y v.v.	usd 112
Córdoba - Rosario y v.v.	usd 47	Rosario - El Calafate y v.v. (**)	usd 133
Córdoba - Salta y v.v.	usd 77	Rosario - Salta y v.v.	usd 109
Córdoba - Ushuaia y v.v.	usd 158	Ushuaia - Río Gallegos y v.v.	usd 47
El Calafate - Córdoba y v.v. (**)	usd 133	Ushuaia - Salta y v.v. (**)	usd 195
Córdoba - Resistencia y v.v. (*)	usd 66		



2.1.

AUMENTAR EL ACCESO DE LA POBLACIÓN AL TURISMO

ACCESO AL TURISMO DE LA POBLACIÓN RESIDENTE



META 2019

65%
de la población con al menos un viaje turístico al año

+18p.p.
crecimiento

68% de la población C.A.B.A. con al menos un viaje turístico al año

75% PROMEDIO EN EUROPA

2.

PROMOVER EL CRECIMIENTO DEL TURISMO INTERNO ARGENTINO





2.

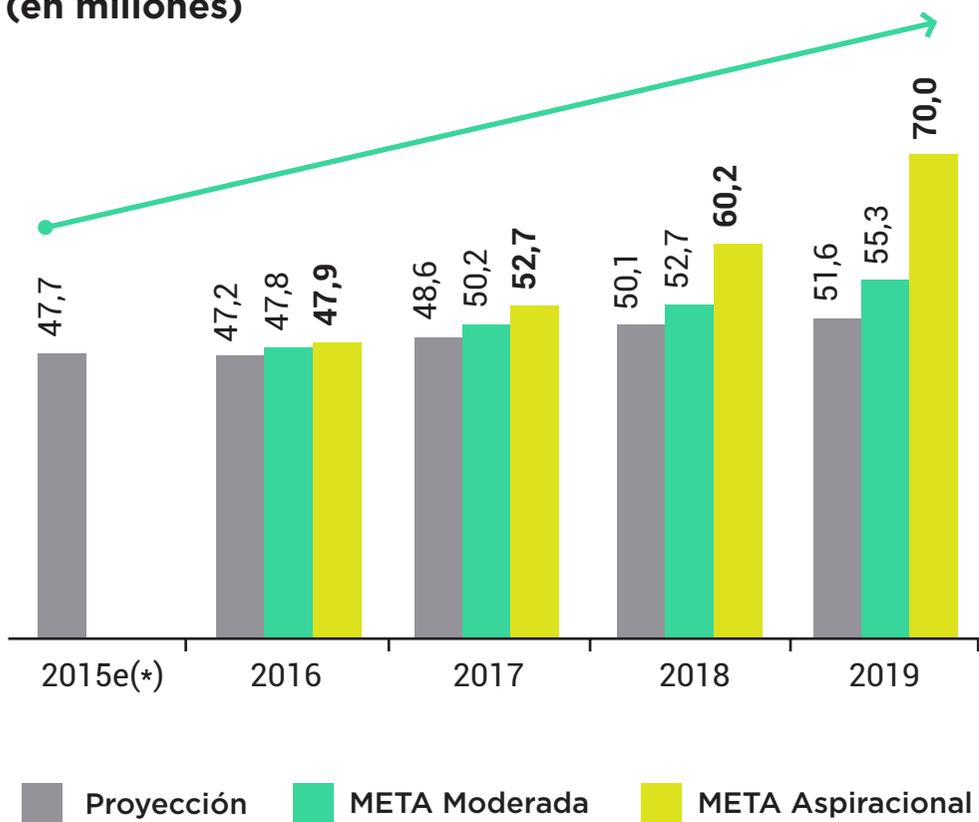
PROMOVER EL
CRECIMIENTO
DEL TURISMO
INTERNO
ARGENTINO

2.2.

AUMENTAR LA CANTIDAD DE TURISTAS
INTERNOS Y SU GASTO ASOCIADO

META 2019

TURISTAS INTERNOS
(en millones)



+22
millones de nuevos
turistas internos

+47%
crecimiento

(*) Estimación en base a EVyTH elevado al total de la población.

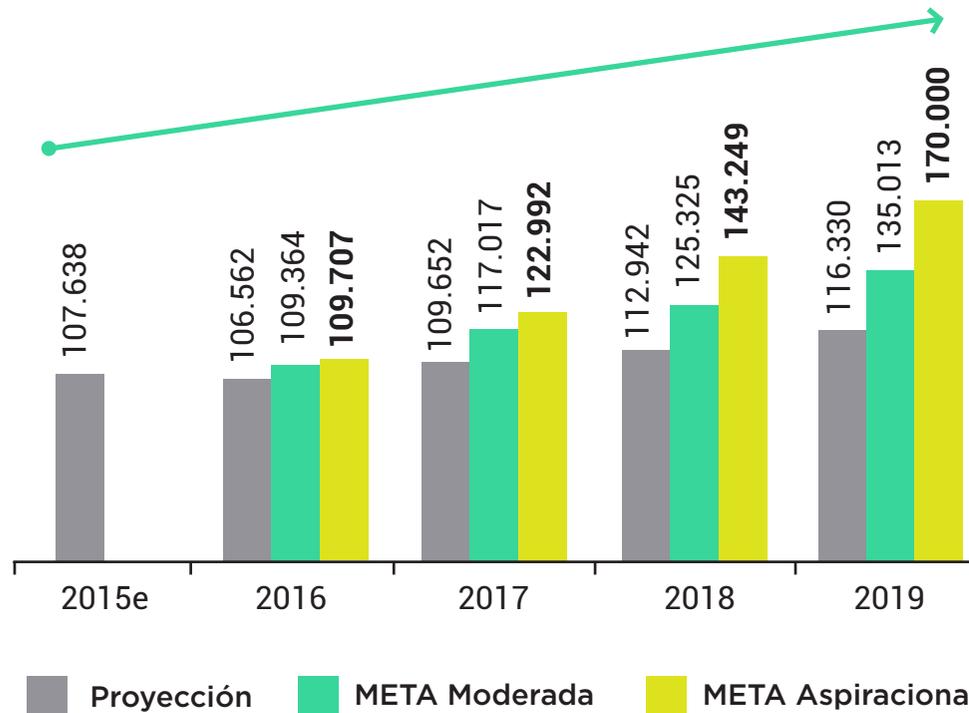


2.2.

META 2019

AUMENTAR LA CANTIDAD DE TURISTAS INTERNOS Y SU GASTO ASOCIADO

GASTO DE TURISTAS INTERNOS
(en miles de millones de AR\$ de 2015)



+ 62.400

millones de pesos
de gasto real adicional
por turismo interno

+58%

crecimiento

2.

**PROMOVER EL
CRECIMIENTO
DEL TURISMO
INTERNO
ARGENTINO**





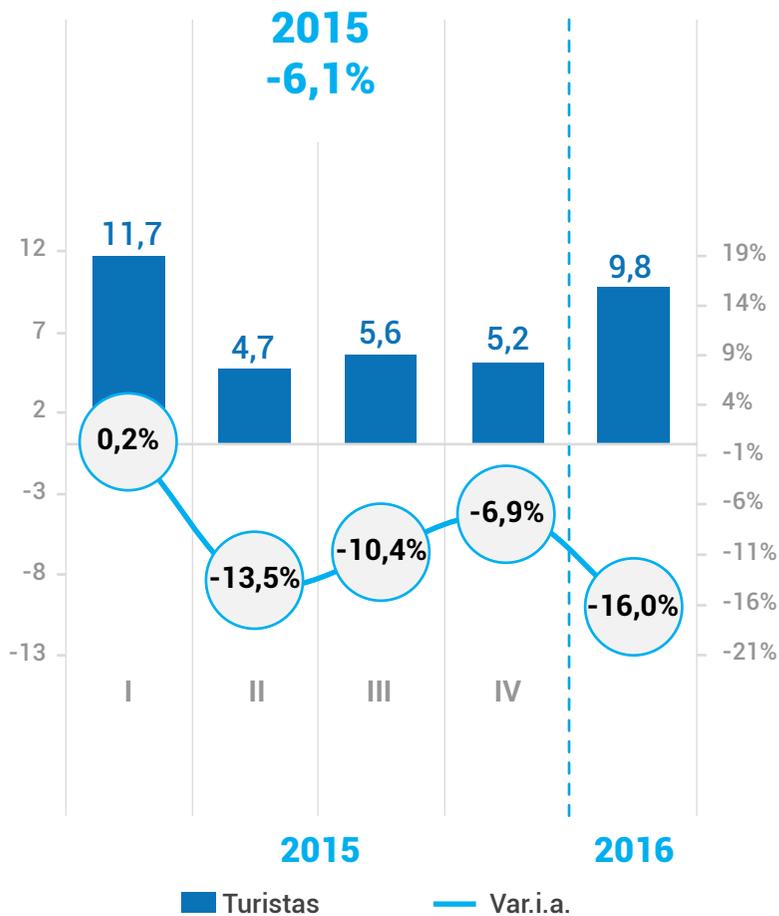
2.

PROMOVER EL
CRECIMIENTO
DEL TURISMO
INTERNO
ARGENTINO

SUSTITUCIÓN DE DESTINOS INTERNOS POR VIAJES AL EXTERIOR

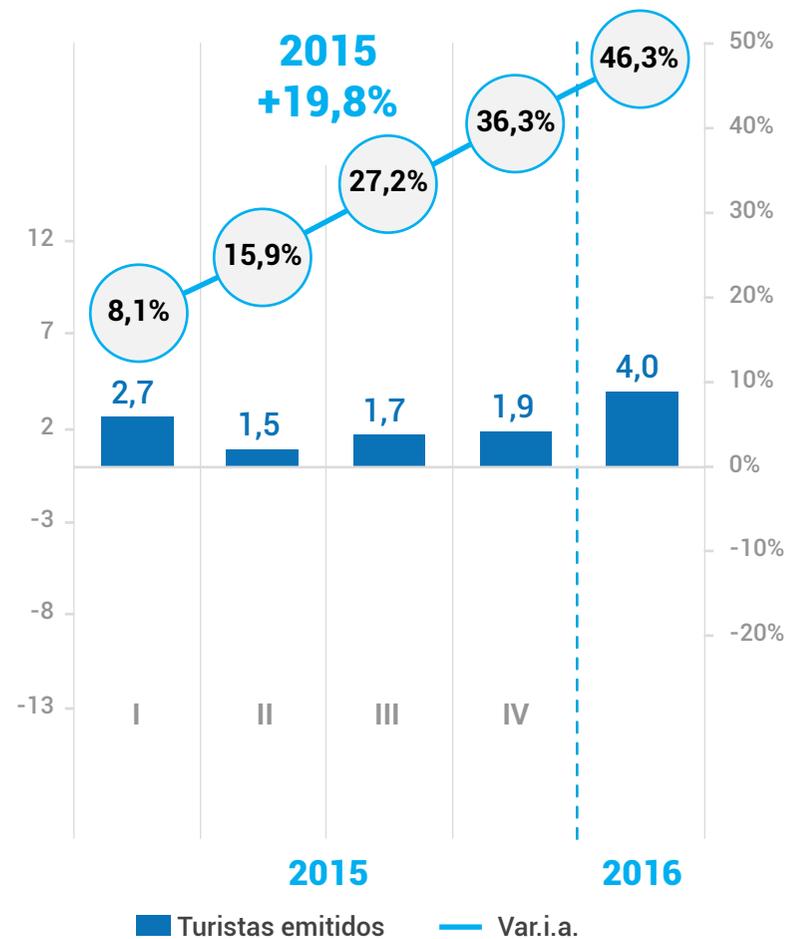
Turistas internos

En millones de turistas y var. interanual.



Turismo emisoro

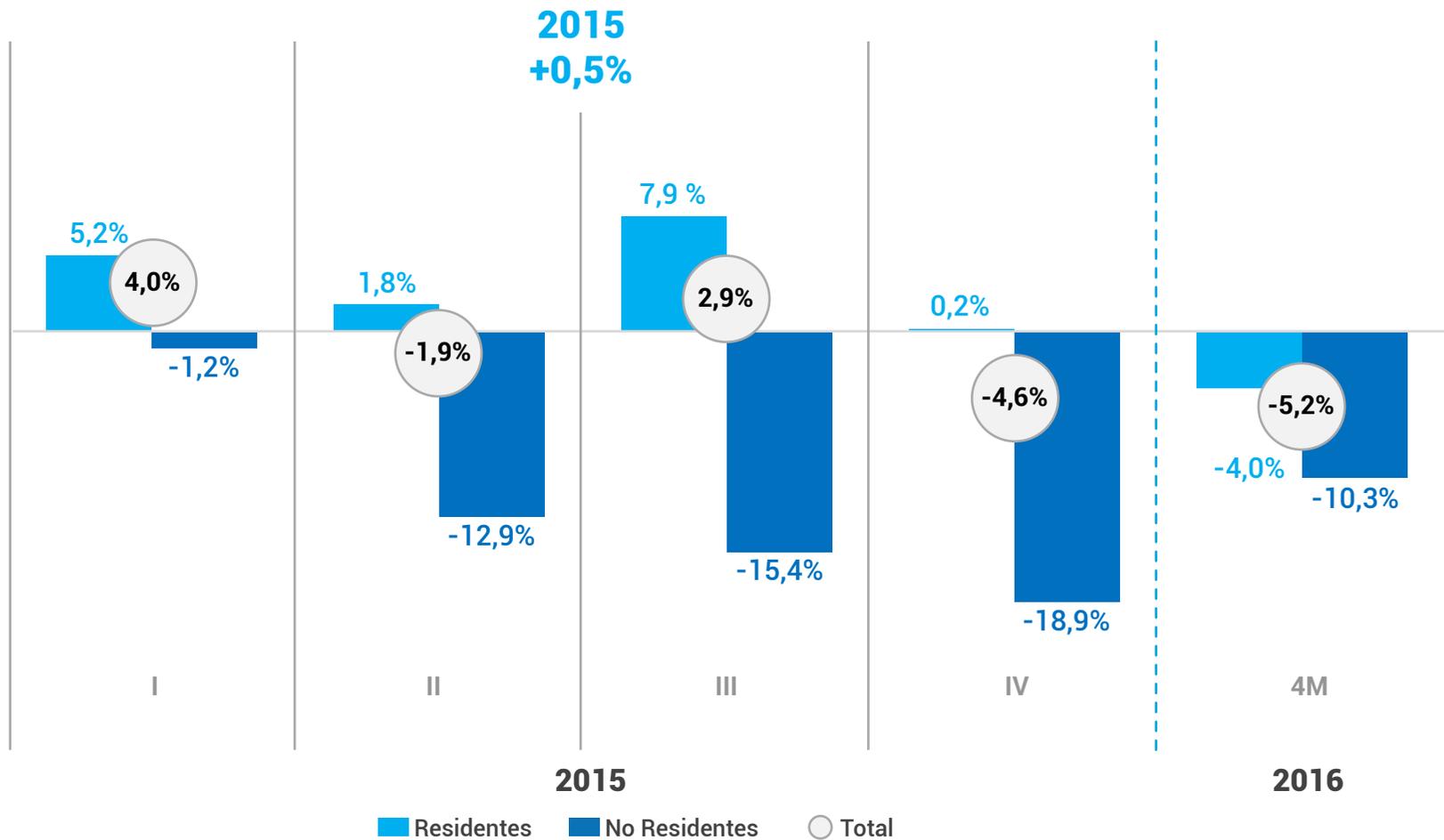
En millones de turistas y var. interanual.





EL SECTOR HOTELERO TAMBIEN REFLEJA LA BAJA. PERNOCTES DE TURISTAS RESIDENTES, NO RESIDENTES Y TOTAL.

Var. i.a. en %.



2.

**PROMOVER EL
CRECIMIENTO
DEL TURISMO
INTERNO
ARGENTINO**





2.

**PROMOVER EL
CRECIMIENTO
DEL TURISMO
INTERNO
ARGENTINO**

¿CÓMO LO HAREMOS?

POLÍTICAS ORIENTADAS AL TURISMO NACIONAL

DESARROLLANDO EFICIENTEMENTE EL TURISMO SOCIAL

HACIENDO INTELIGENCIA DE MERCADO.

**GESTIONANDO MAYOR CONECTIVIDAD VIAL, FLUVIAL Y AEROCOMERCIAL,
DUPLICANDO LOS VUELOS DE CABOTAJE EN 4 AÑOS**

DESARROLLANDO Y PROMOCIONANDO NUEVOS PRODUCTOS Y DESTINOS.

**OPTIMIZANDO LA COMUNICACIÓN CON NUEVOS CONTENIDOS,
INNOVACIÓN DIGITAL**

POTENCIANDO LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DESTINOS (acuerdos con Bancos con sus tarjetas de crédito, Aerolíneas, Centros comerciales, YPF Serviclub, Ahora 12 turístico, Acuerdos con PAMI, con Cajas de jubilación provinciales, etc)



¿CÓMO LO HAREMOS?

POLÍTICAS ORIENTADAS AL TURISMO NACIONAL

ELIMINANDO EL PISO DE LA BANDA TARIFARIA DE LOS VUELOS INTERNOS

CAPTANDO MÁS EVENTOS

ESTABLECIENDO UN MARCO NORMATIVO LEGAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS FLUVIALES.

2.

**PROMOVER EL
CRECIMIENTO
DEL TURISMO
INTERNO
ARGENTINO**



3.

**MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD Y
SUSTENTABILIDAD
DEL SECTOR**

- ✓ **DESARROLLAR LA OFERTA DE DESTINOS Y PRODUCTOS**
- ✓ **PROMOVER LA CALIDAD Y FORMACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.**
- ✓ **PROMOVER LA INNOVACIÓN Y APLICACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS.**
- ✓ **PROMOVER EL TURISMO SUSTENTABLE, RESPONSABLE Y ACCESIBLE.**
- ✓ **PROMOVER LA INTERACCIÓN TURÍSTICA DE LOS PAISES DE LA REGIÓN.**



4.

AUMENTAR LA INVERSIÓN

- ✓ **PROMOVER LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA, ARTICULADAS DESDE EL TERRITORIO.**
- ✓ **DOTAR DE FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR.**



4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**

**DESDE EL MINISTERIO DE TURISMO DESARROLLAMOS
POLÍTICAS DE INVERSIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE
DISTINTOS FINANCIAMIENTOS, APUNTADA A PROMOVER
LA RADICACIÓN DE CAPITALS PRIVADOS, CREACIÓN DE
NUEVAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN, EL
DESARROLLO DE PROYECTOS Y EMPRENDIMIENTOS
TURÍSTICOS, Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO GENUINO DE
MANERA FEDERAL.**





¿CÓMO LO HAREMOS?

- ✓ A través de la inversión coordinada del Gobierno Nacional.
- ✓ Mediante la inversión de Fondos Propios del Ministerio de Turismo.
- ✓ A través de la inversión con Fondo Internacional específico para turismo.
- ✓ Con la inversión de todas las provincias.
- ✓ Con la inversión del Sector Privado.

4.

AUMENTAR LA
INVERSIÓN



LAS PRINCIPALES ÁREAS DEL GOBIERNO NACIONAL QUE INTERVIENEN EN PROYECTOS DE INVERSIÓN DEFINIDOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SON:

- VIALIDAD NACIONAL
- PLAN AEROLÍNEAS ARGENTINAS
- ORSNA
- PUERTOS
- TRANSPORTE
- ENERGÍA
- AMBIENTE - PARQUES NACIONALES
- SANEAMIENTO Y AGUA POTABLE
- DESARROLLO CULTURAL

Coordinación en la Mesa Interministerial donde participan otras áreas del gobierno nacional que intervienen en proyectos con impacto en el sector turístico.

4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**



INVERSIÓN DIRECTA CON FONDOS ESPECÍFICOS DEL MINISTERIO DE TURISMO

	2016-2017	2018-2019
PNIT (Plan Nacional de Infraestructura Turística)	\$84 mill	\$120 mill
EMPRENDER / Asistencia Financiera (bonificación de tasas)	\$30,5 mill	\$44 mill
DESARROLLO TURÍSTICO	\$110 mill	\$143 mill
PROMOCIÓN	\$347 mill	\$537 mill
INPROTUR	\$1.023 mill	\$1.472 mill
CALIDAD	\$24 mill	\$42 mill
INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA	\$180 mill	\$156 mill

TOTAL

\$1.798,5 millones

\$2.514 millones

4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**





INVERSIÓN DIRECTA ESPECÍFICA CON FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL PARA EL SECTOR TURISMO

2016-2017

2018-2019

PROGRAMAS EN EJECUCIÓN

		\$150.000.000
		+ \$600.000.000
Crédito BID 2606	\$ 600.000.000	(ampliación)
Gestión Integral Residuos Sólidos Urbanos	\$ 300.000.000	\$ 20.000.000
Municipios Ecosustentables	\$ 375.000.000	\$ 750.000.000

PROGRAMAS EN GESTIÓN

BID: Préstamos regionales:

Misiones Jesuíticas	\$ 80.000.000	\$ 120.000.000
Puna	\$ 80.000.000	\$ 120.000.000
Parques Binacionales (con Chile)	\$ 8.000.000	\$ 14.500.000
FONPLATA	\$ 150.000.000	\$ 375.000.000
CAF	\$ 150.000.000	\$ 375.000.000

TOTAL

\$1.735 millones

\$2.510 millones

4.

AUMENTAR LA INVERSIÓN





INVERSIÓN COMPROMETIDA POR LAS PROVINCIAS

Con el objetivo de fortalecer la actividad turística, las provincias manifiestan su compromiso con el desarrollo del sector a través de la ejecución directa de la inversión pública.

4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**

**Inversión pública provincial
vinculada al sector turismo
2016-2019**

\$3.500 millones



INVERSIÓN PÚBLICA DIRECTA ESPECÍFICA PARA EL SECTOR TURÍSTICO PERÍODO 2016 - 2019

4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**

Financiamiento Internacional + Mintur + Provincias

**ESTIMATIVO
\$12.057 millones**





EJEMPLOS DE INVERSIONES PRIVADAS EN EJECUCIÓN Y COMPROMETIDAS EN ALGUNOS RUBROS SELECCIONADOS EN DESTINOS CONSOLIDADOS

(No incluye inversiones a generarse en destinos emergentes)

ALOJAMIENTO TURÍSTICO 16 provincias y CABA / 100 hoteles	\$7.480 millones
TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA	\$2.000 millones
TERMAS*	\$1.509 millones
CENTROS DE ESQUÍ*	\$1.200 millones
CENTROS DE CONVENCIONES*	\$1.116 millones
OTRAS TIPOLOGÍAS	\$226 millones
BODEGAS	\$114 millones
TOTAL	\$13.645 millones

* Se incrementan las inversiones en estas tipologías con aporte económico estatal.

4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**



PLAN DE FOMENTO A LAS PYMES DE AMPLIA COBERTURA Y TERRITORIALIDAD - HERRAMIENTAS DE ASISTENCIA FINANCIERA.

Coordinación con distintas entidades financieras aportantes de capital.

✓ BNA

✓ CFI

✓ BICE

✓ SEPYME

✓ GARANTIZAR

✓ LINEAS DE CRÉDITO PROVINCIALES

✓ MINCYT

✓ OTROS BANCOS COMERCIALES

4.

AUMENTAR LA INVERSIÓN

MINTUR

Promotor y difusor de herramientas de asistencia financiera con bonificación de tasas.

Apoyo técnico y efecto multiplicador por 25.



4.

**AUMENTAR LA
INVERSIÓN**

—
**PLAN
BELGRANO**

**INVERSIONES PARA EL
DESARROLLO DE PROYECTOS
INTEGRALES**





4. AUMENTAR LA INVERSIÓN



CORRIENTES

- PARQUE ECOTURÍSTICO IBERÁ

20 Municipios
Superficie: 1.300.000 hectáreas
Habitantes: 200.000
Implementación: 2016-2019



CHACO

- PARQUE ECOTURÍSTICO EL IMPENETRABLE
- CAMPO DEL CIELO

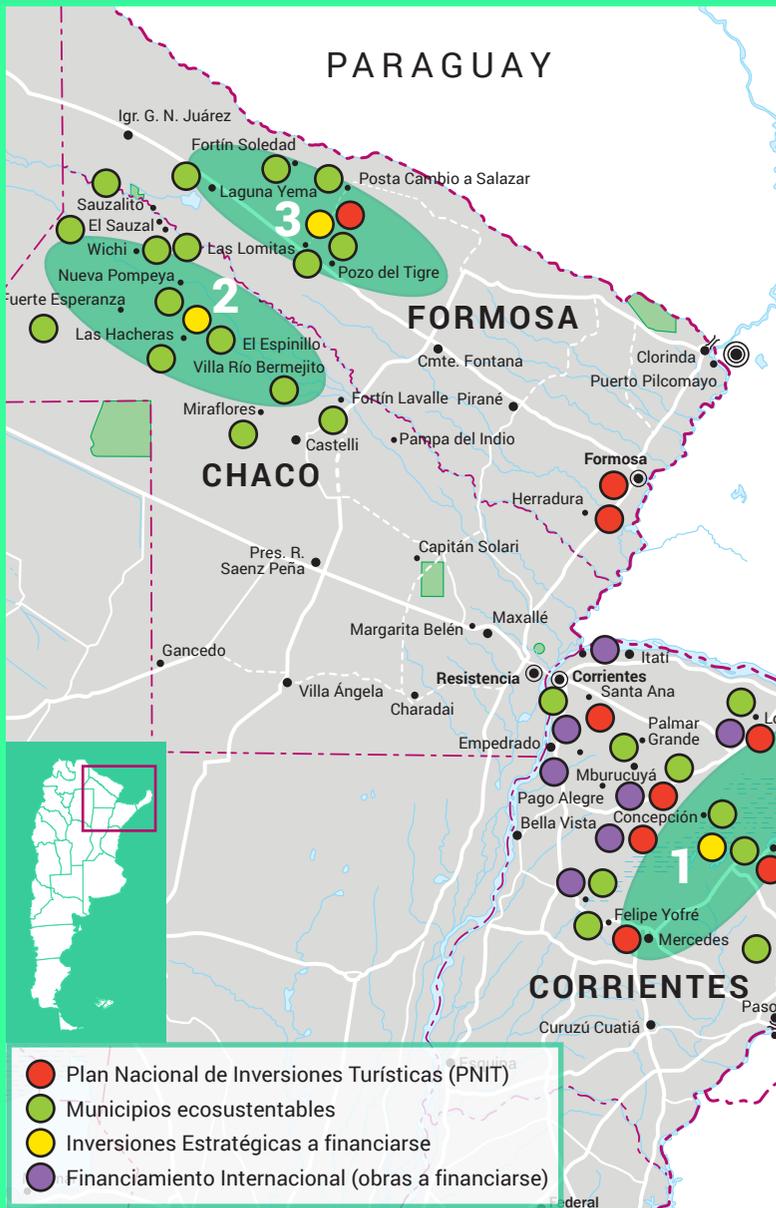
Microrregión Impenetrable (9 Municipios)
Superficie: 400.000 hectáreas
Habitantes: 60.000
Implementación: 2016-2019



FORMOSA

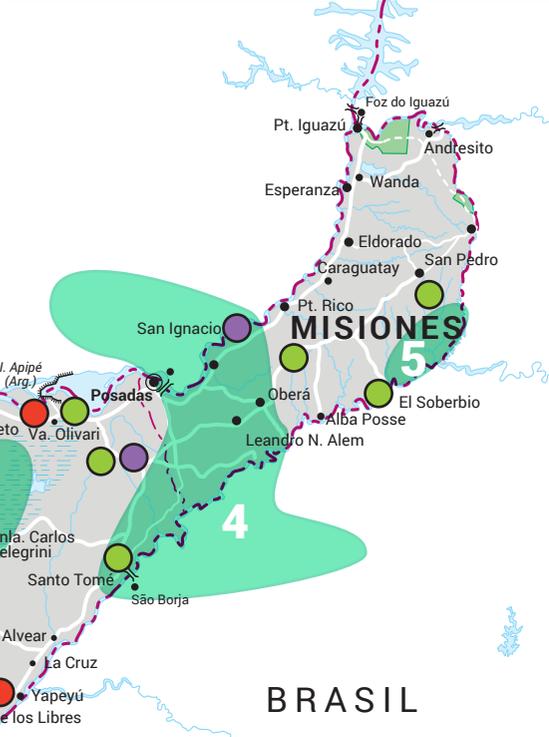
- PARQUE ECOTURÍSTICO BAÑADO LA ESTRELLA
- LA FIDELIDAD

Microrregión Bañado La Estrella (5 Municipios)
Superficie: 400.000 hectáreas
Habitantes: 20.000
Implementación: 2016-2019



4 ARGENTINA BRASIL PARAGUAY

- PROYECTO TRINACIONAL MISIONES JESUÍTICAS



5 MISIONES

- PARQUE PROVINCIAL MOCONÁ



4. AUMENTAR LA INVERSIÓN

6



CIRCUITO DE CRUCEROS FLUVIALES

Buenos Aires
Rosario
Corrientes
Posadas
Puerto Iguazú

Posadas
Iberá
Río Bermejo

Plurinacional hasta el Pantanal





4. AUMENTAR LA INVERSIÓN



TUCUMÁN SALTA JUJUY

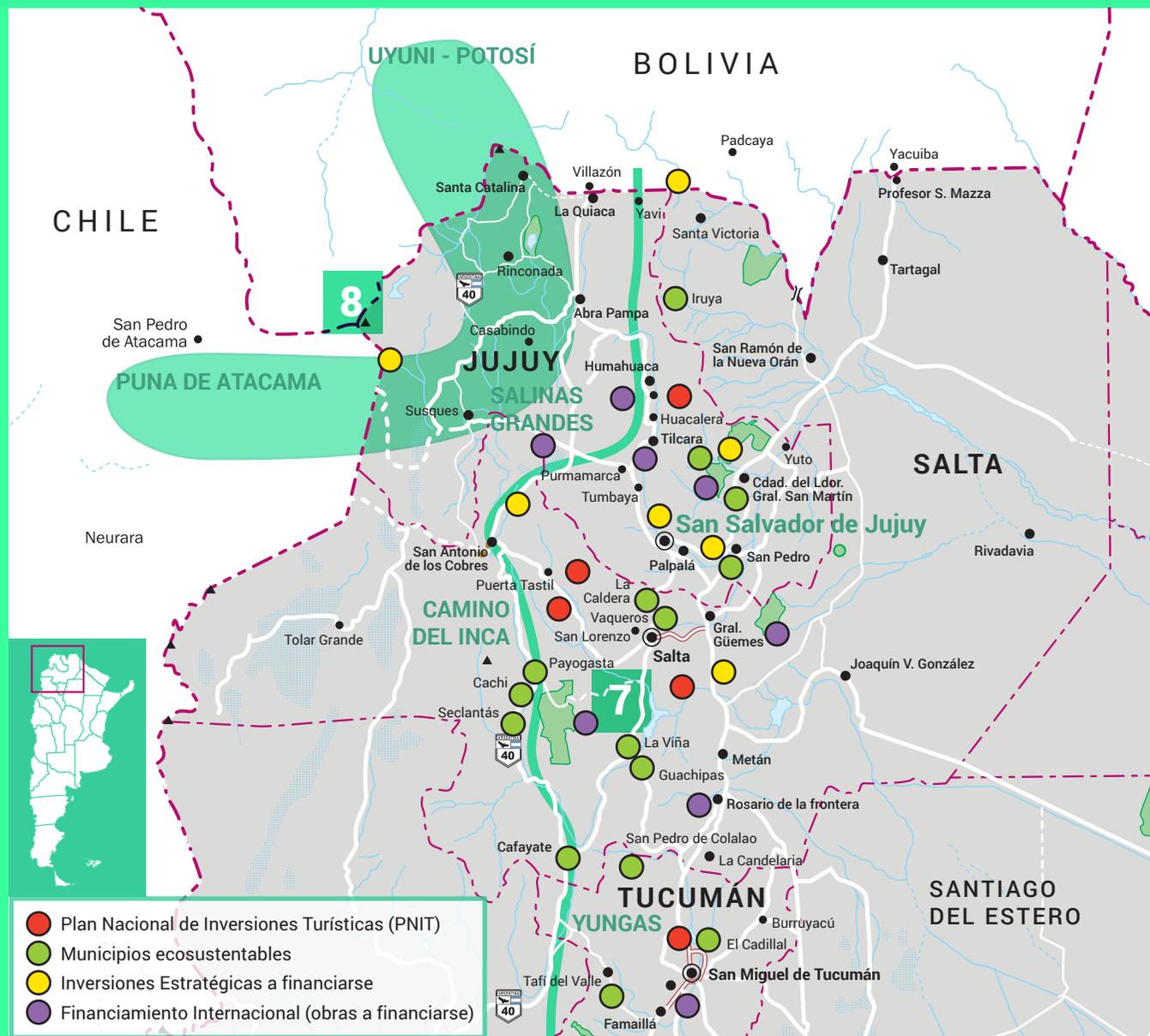
- CAMINO DEL INCA
- SAN SALVADOR DE JUJUY
- SALINAS GRANDES
- YUNGAS
- PUERTA DE SALTA

Implementación: 2016-2019



JUJUY CHILE BOLIVIA

- INTEGRACIÓN
- Jujuy
- Puna de Atacama (Chile)
- Uyuni-Potosí (Bolivia)





4. AUMENTAR LA INVERSIÓN



9. LA RIOJA - SAN JUAN

- PARQUE TALAMPAYA / ISCHIGUALASTO

Implementación: 2016-2019



10. LA RIOJA - CATAMARCA

- PARQUE TALAMPAYA
- CUESTA DE MIRANDA
- SEISMILES

Implementación: 2016-2019



11. CATAMARCA

- PARQUE SHINKAL
- PUNA CATAMARQUEÑA
- LOS SEISMILES / QUILMES
- RUTA 40

Implementación: 2016-2019





4. AUMENTAR LA INVERSIÓN

12



SANTIAGO DEL ESTERO

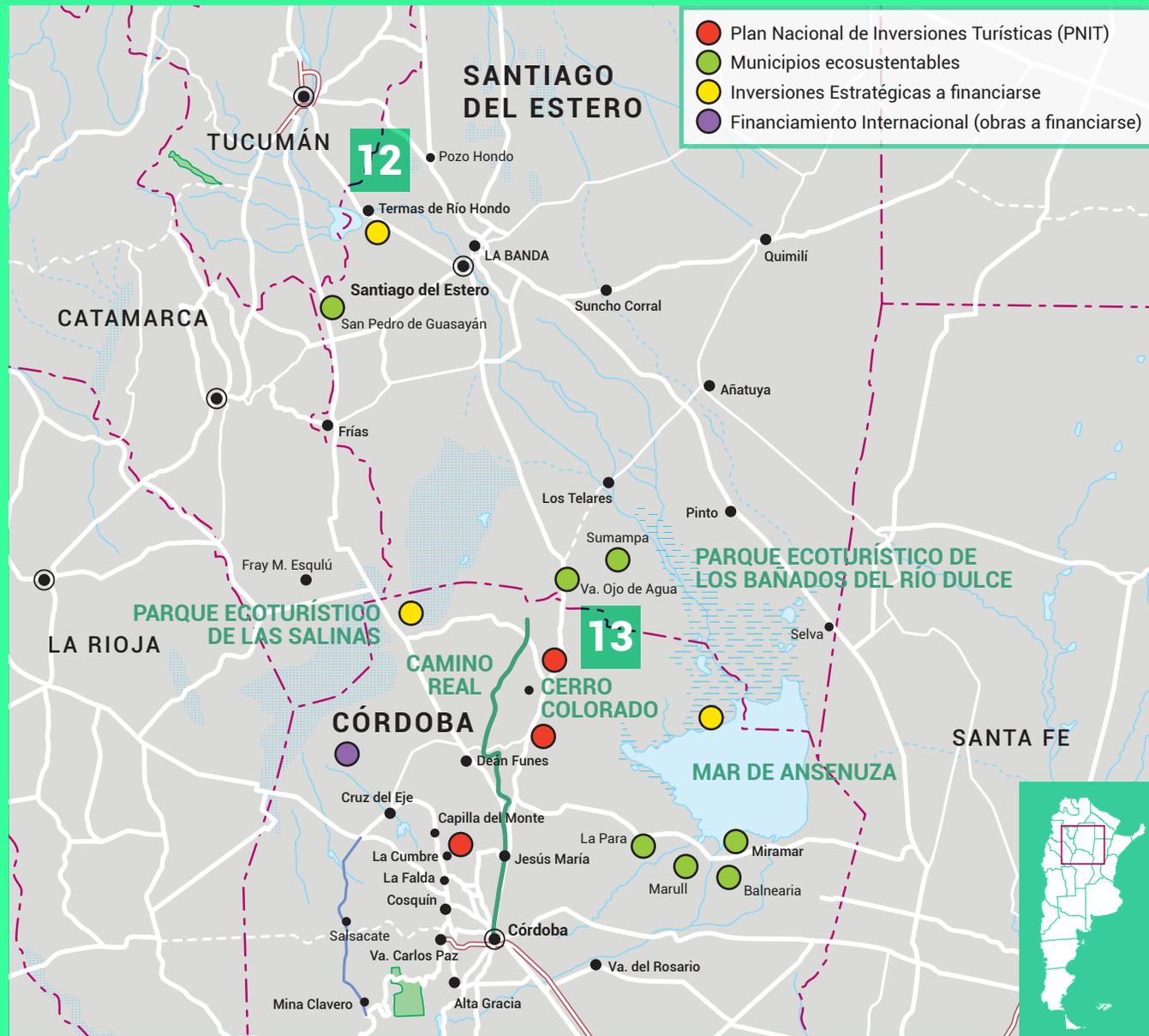
- TERMAS / TURISMO DEPORTIVO

13



NORTE DE CÓRDOBA

- PARQUE ECOTURÍSTICO DE LOS BAÑADOS DEL RÍO DULCE
- MAR DE ANSENZUA
- CERRO COLORADO
- PARQUE ECOTURÍSTICO DE LAS SALINAS
- CAMINO REAL





4. AUMENTAR LA INVERSIÓN

14 OTROS PROYECTOS

PRODUCTOS		Aventura	Montañismo	Pesca Deportiva	Observación de Fauna	Senderismo	Reservas naturales y Parques Nacionales Sol y Playa	Nieve y Ski	Religioso	Idiomático y educativo	Gastronomía y vinos	Patrimonio Mundial	Rural comunitario	Estancias Rurales	Ruta 40	Termalismo y bienestar	Médico	Reuniones	Crucero y náutico	Polo e hípico	Golf	Científico	Alta Gama	LGBT		
NORTE	Jujuy																									
	Salta																									
	La Rioja																									
	Tucumán																									
	Sgo. del Estero																									
	Catamarca																									
LITORAL	Chaco																									
	Formosa																									
	Misiones																									
	Corrientes																									
CUYO	San Juan																									
CÓRDOBA	Córdoba																									



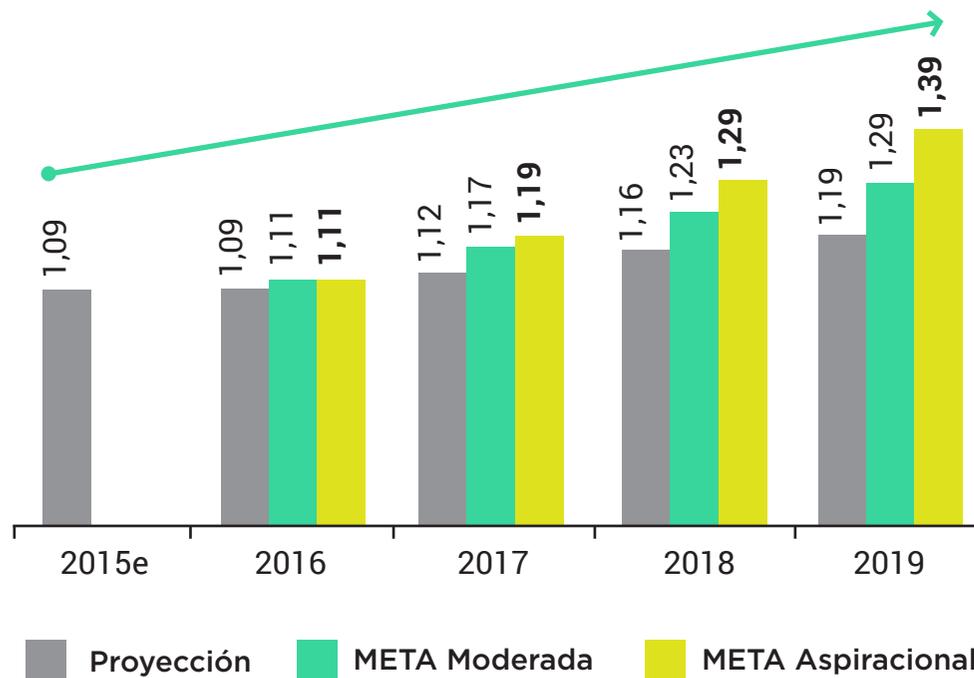


5.1.

META 2019

AUMENTAR EL NIVEL DE EMPLEO DIRECTO EN EL TURISMO

EMPLEO DIRECTO (12 ramas de actividad característica del turismo; en millones)



+300 mil

nuevos empleos directos

+28%

crecimiento

5.

PROMOVER LA CREACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO





Para alcanzar los objetivos de
Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo se apunta a un
COMPROMISO FEDERAL

FIRMA DE ACUERDO

**ESTADO
NACIONAL**

+

**PROVINCIAS
ARGENTINAS**

+

**SECTOR PRIVADO
TURÍSTICO**

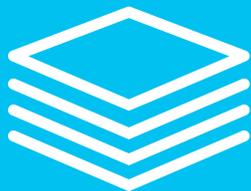


—
POBREZA CERO

—
**UNIÓN DE LOS
ARGENTINOS**



—
MUCHAS GRACIAS



MINISTERIO DE TURISMO



Ministerio de Turismo
Presidencia de la Nación