



Instituto  
**Guatemalteco  
de Turismo**



# **Plan Operativo Multianual 2024-2028**

## **Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-**

Marzo 2024



## **PRESENTACIÓN**

El Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- en cumplimiento a lo regulado en los Artículos 4 y 5 del Decreto 1701 “Ley Orgánica del INGUAT”, le corresponde la rectoría del turismo en Guatemala y tiene la finalidad de desarrollar acciones encaminadas al fomento del turismo interno y receptor y la promoción del turismo receptivo. El Reglamento Orgánico Interno, aprobado por Acuerdo Gubernativo No. 25-2016 de fecha 12 de enero de 2016, regula la estructura general interna, organización y funciones administrativas de esta institución.

El Plan Operativo Multianual (POM) 2024-2028 del Instituto Guatemalteco de Turismo, se elaboró con la finalidad de establecer las acciones que permitan atender los compromisos adquiridos de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo K’atun nuestra Guatemala 2032, Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), Metas Estratégicas de Desarrollo (MED), Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028, Plan Maestro de Turismo Sostenible (PMTS) 2015-2025, aprobado mediante Acuerdo Gubernativo No. 149-2016 de fecha uno de noviembre de 2016, bajo un enfoque de Gestión por Resultados (GpR). Se identificaron las políticas públicas vinculadas con el rol del INGUAT, principalmente en temas de coordinación, diseño e implementación de la planificación sectorial y cualquier otro compromiso adquirido en el marco de las competencias de esta institución.

El Plan Operativo Multianual 2024-2028 ha sido estructurado de acuerdo a las técnicas del presupuesto por programas y de GpR, tomando como base el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2020-2030, aprobado por Acuerdo de Dirección General No. 118-2023-DG de fecha 14 de abril de 2023 que establece tres estrategias:

1. Estrategia de Diferenciación
2. Estrategia de Promoción y Comercialización
3. Estrategia de Fortalecimiento Institucional

El Plan Operativo Multianual, constituye la coordinación y esfuerzos para propiciar el logro de resultados para el turismo en el país, identificando los productos y subproductos multianuales que contribuirán en el mediano plazo de cinco años, para alcanzar la articulación de resultados y agregue valor público.

La administración del Instituto Guatemalteco de Turismo, enfoca los esfuerzos en fortalecer los equipos de trabajo a cargo de las Direcciones Administrativa Financiera, Mercadeo y Desarrollo del Producto Turístico y unidades de apoyo, que tendrán a su cargo desarrollar diferentes líneas estratégicas, que permita desarrollar el turismo local, rural y comunitario y, asimismo, la promoción para los mercados claves, estratégicos y de oportunidad para captar más visitantes internacionales.



Se continuará desarrollando acciones de comercialización con el propósito de promover el turismo interno y lograr el desplazamiento de guatemaltecos en los destinos y atractivos turísticos del país con lo cual se esperan resultados positivos a corto y mediano plazo para el sector turístico. Se contribuirá a la competitividad e innovación de los destinos turísticos mediante el fortalecimiento de la capacidad empresarial para la prestación de servicios turísticos de calidad con capital humano capacitado y el respaldo de un marco normativo eficaz, que agregue valor a los servicios turísticos y que lleve bienestar a la población que de forma directa e indirecta se beneficia del turismo, así como los diferentes actores que forman parte de la cadena de valor del turismo.

**Harris Whitbeck**  
**Director General**





## ÍNDICE

<b>PLAN MULTIANUAL -POM-</b> .....	5
<b>I. METAS DE PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS</b> .....	6
<b>II. Seguimiento a nivel multianual</b> .....	9
<b>III. Presupuesto multianual</b> .....	9



## **PLAN MULTIANUAL -POM-**

El Plan Operativo Multianual (POM) para el período 2024-2028, se reprogramó conforme las estrategias y acciones contenidas en el Plan Estratégico Institucional del Instituto Guatemalteco de Turismo. El POM sirve como un instrumento orientador que permite identificar el destino que tendrá el presupuesto a nivel multianual y las metas e información que se presenta dentro del POM, se encuentran vinculada al presupuesto, a través de la Estructura y Red de Categorías Programáticas, autorizada por Dirección Técnica del Presupuesto del Ministerio de Finanzas Públicas.

Este plan es un documento modificable ya que debe ser ejecutado en función de las prioridades, y conforme las necesidades se podrán realizar los cambios, en caso exista una reducción de presupuesto, priorización de proyectos, comportamiento de la oferta turística y otros efectos como los naturales y climáticos.

Esta entidad evaluará los alcances y resultados del PMTS e implementar las acciones necesarias para proponer un ajuste en cuanto al contenido para innovar y fortalecer este documento que constituye el instrumento de planificación territorial, donde involucra al sector público y privado turístico, entre otros. También será importante tomar en consideración, las tendencias del turismo de acuerdo a la información que se obtenga de fuentes primarias y secundarias. El INGUAT estará a la vanguardia de los escenarios para la reactivación del turismo nacional e internacional, para desarrollar la actividad turística en Guatemala de forma sostenible, al promover el ordenamiento del territorio nacional en función de su potencial, la diversificación y puesta en valor de la oferta turística.

El PMTS se vincula con el Plan Nacional de Desarrollo K'atun Nuestra Guatemala 2032, en los ejes 1 Guatemala Urbana y Rural y 3 Riqueza para Todos y Todas, lo cual constituye un logro importante, principalmente porque a través de las actividades turísticas que se desarrollan en los diferentes destinos y atractivos del país, se contribuye a la reducción de la pobreza en las comunidades con potencial natural y cultural. Otra acción importante es la meta estratégica de desarrollo: "Para el 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales", que el Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural -CONADUR- emite en los Puntos Resolutivos números 08-2017 y 03-2018 de fechas 5 de diciembre de 2017 y 11 de mayo de 2018, respectivamente, entre las Prioridades Nacionales de Desarrollo de Empleo e Inversión.

El Presupuesto General de Ingresos y Egresos para el ejercicio fiscal 2024 por la cantidad de Q 387,316,172.00, a través de este documento realiza la primera reprogramación al Plan Operativo Anual y Multianual 2024-2028 que contiene los ajuste financieros autorizados.

## I. METAS DE PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

PRODUCTOS						
Descripción	Unidad de Medida	Meta				
		2024	2025	2026	2027	2028
Personas jurídicas e individuales con información estadística y promocional turística	Documento (boletines estadísticos y material promocional)	176	204	214	224	225
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales	Eventos	1279	1821	2003	2203	2423
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	9600	9600	9700	9800	10 000
Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos	Personas	6628	6138	6644	7151	7655
Personas jurídicas con distintivo de calidad turística	Empresas	42	72	82	92	102
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito	590	610	625	635	650
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Evento	66	58	66	73	77
Promoción de destinos turísticos de Guatemala	Evento (campañas nacionales e internacionales y viajes de fam&press)	111	130	134	138	142
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (ferias, ruedas de negocios y activaciones promocionales BTL)	70	72	78	83	89

**Nota: el dónde de los productos, van dirigidos a nivel de país, enfocados especialmente a la población en los destinos priorizados en el PMTS, otros se ofrecen a nivel internacional derivado de la función del INGUAT.**

SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta				
		2024	2025	2026	2027	2028
Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (boletines estadísticos)	156	179	184	189	194
Información promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (material promocional)	20	25	30	35	31
Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística	Personas	84 616	40 248	42 260	44 373	46 592
Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Evento	909	990	1089	1198	1318
Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales	Evento	370	831	914	1005	1105
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	9600	9600	9700	9800	10 000
Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	Personas	6500	6000	6500	7000	7500
Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística	Personas	128	138	144	151	155
Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística	Empresas	30	47	52	57	62
Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Documento	47	72	82	92	102



SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta				
		2024	2025	2026	2027	2028
Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales.	Señal de tránsito (señales viales)	240	255	265	270	280
Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito (interpretativas)	350	355	360	365	370
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Evento	66	58	66	73	77
Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas nacionales)	6	6	6	6	6
Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (campañas internacionales)	5	5	5	5	5
Visitantes nacionales e internacionales beneficiados con viajes de familiarización y prensa	Evento (Viajes de Fam & Press)	100	119	123	127	131
Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias turísticas	Evento (ferias presenciales y virtuales)	22	25	28	31	34
Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en caravanas y misiones comerciales	Evento (caravanas/ruedas de negocio y activaciones BTL)	48	47	50	52	55

Nota: el dónde de los subproductos, van dirigidos a nivel de país, enfocados especialmente a la población en los destinos priorizados en el PMTS, otros se ofrecen a nivel internacional derivado de la función del INGUAT.



En el **Anexo 1**, se observa la matriz del Plan Operativo Multianual con su vinculación a la PND, MED y PGG 2024-2028, asimismo, los productos y subproductos se vinculan a los resultados estratégicos institucionales.

## II. Seguimiento a nivel multianual

Para medir la cantidad de eventos, clientes y documentos atendidos e informes realizados según los productos definidos, se realizará un seguimiento con los indicadores necesarios y la ejecución se reflejará a nivel multianual. En detalle esta información se construyó de acuerdo a la metodología y se puede consultar en el **Anexo 2**.

## III. Presupuesto multianual

PROGRAMA	PRESUPUESTO				
	2024	2025	2026	2027	2028
<b>01</b> "Actividades Centrales"	Q136,439,812.00	Q173,229,590.00	Q174,961,886.00	Q176,711,504.00	Q 178,478,619.00
<b>011</b> "Servicios de Turismo"	Q27,055,840.00	Q19,100,268.00	Q19,291,271.00	Q21,992,049.00	Q 26,315,458.00
<b>012</b> "Incremento de la Competitividad Turística"	Q57,893,595.00	Q52,678,212.00	Q63,075,279.00	Q71,353,539.00	Q 72,409,765.00
<b>013</b> "Promoción del Potencial Turístico de Guatemala"	Q163,949,925.00	Q152,584,808.00	Q155,475,477.00	Q160,166,146.00	Q 169,825,996.00
<b>099</b> "Partidas no Asignables a Programas"	Q1,977,000.00	Q1,110,346.00	Q1,113,133.00	Q1,124,419.00	Q 1,154,138.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q387,316,172.00</b>	<b>Q398,703,224.00</b>	<b>Q413,917,046.00</b>	<b>Q431,347,657.00</b>	<b>Q 448,183,976.00</b>

Fuente: Departamento Financiero del INGUAT



Instituto  
**Guatemalteco  
de Turismo**



## Anexo 1

### Matriz de Plan Operativo Multianual 2024-2028

---

Anexo #1: PLAN OPERATIVO MULTIANUAL

SPPD-17

PND	MED	Metas PGG 2024-2028			RESULTADO			PRODUCTO	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META POR AÑO														
		Pilar	Acción	RED	Descripción de Resultado	Nivel					2024		2025		2026		2027		2028						
						Final	Intermedio				Inmediato	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera				
Producto 1:											176	Q	9,127,700.00	204	Q	9,574,500.0	214	Q	10,054,225.0	224	Q	10,505,286.3	225	Q	11,038,860.6
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	5. La infraestructura económica para el buen vivir	Promoción del turismo como una de las actividades relevantes y condicionantes para dinamizar las economías locales	N/A	Para el 2027, se han diseñado indicadores de medición al integrar 6 de las 10 tablas de la Cuenta Satélite de Turismo	X		Información estadística y promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (Boletines Estadísticos)	156	Q	6,120,000.00	179	Q	7,654,500.0	184	Q	8,037,225.0	189	Q	8,439,086.3	194	Q	8,861,040.6
									Información promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (Material Promocional)	20	Q	2,807,700.00	25	Q	1,700,000.0	30	Q	1,775,000.0	35	Q	1,800,000.0	31	Q	1,885,000.0
									Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística	Personas	84,616	Q	200,000.00	40,248	Q	220,000.00	42,260	Q	242,000.00	44,373	Q	266,200.00	46,592	Q	292,820.00
Producto 2:											1,279	Q	4,400,000.00	1,821	Q	4,840,000.00	2,003	Q	5,324,000.00	2,203	Q	5,856,400.00	2,423	Q	6,442,040.00
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	5. La infraestructura económica para el buen vivir	Promoción del turismo como una de las actividades relevantes y condicionantes para dinamizar las economías locales	N/A	Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21% respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campañas nacionales, campañas internacionales, viajes de fam&press, ferias, caravanas/ ruedas de negocios /caravanas, folletería y delegaciones)	X		Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales	Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Evento	909	Q	4,048,000.00	990	Q	3,872,000.00	1,089	Q	4,259,200.00	1,198	Q	4,685,120.00	1,318	Q	5,153,632.00
								Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales	Evento	370	Q	352,000.00	831	Q	968,000.00	914	Q	1,064,800.00	1,005	Q	1,171,280.00	1,105	Q	1,288,408.00	
Producto 3:											9,600	Q	310,000.00	9,600	Q	310,000.00	9,700	Q	315,000.00	9,800	Q	320,000.00	10,000	Q	325,000.00

PND	MED	Metas PGG 2024-2028			RESULTADO			PRODUCTO	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META POR AÑO										
		Pilar	Acción	RED	Descripción de Resultado	Nivel					2024		2025		2026		2027		2028		
						Final	Intermedio				Inmediato	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	6. Tecnología e innovación	Fortalecimiento de las capacidades de la actividad turística, minimizando los efectos negativos como consecuencia de esta actividad.	N/A	Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos		X		Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	9,600	310,000	9,600	Q 310,000.00	9,700	Q 315,000.00	9,800	Q 320,000.00	10,000	Q 325,000.00
Producto 4:												6,628	Q 2,000,000.00	6,138	Q 2,099,922.00	6,644	Q 2,204,801.10	7,151	Q 2,315,015.15	7,655	Q 2,430,304.41
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	6. Tecnología e innovación	Fortalecimiento de las capacidades de la actividad turística, minimizando los efectos negativos como consecuencia de esta actividad.	N/A	Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos		X		Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos	Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	Personas	6,500	Q 1,983,360.00	6,000	Q 2,081,982.00	6,500	Q 2,186,081.10	7,000	Q 2,295,385.15	7,500	Q 2,410,154.41
									Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística.	Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística.	Personas	128	Q 16,640.00	138	Q 17,940.00	144	Q 18,720.00	151	Q 19,630.00	155	Q 20,150.00
Producto 5:												42	Q 1,999,085.00	72	Q 2,295,389.25	82	Q 2,410,158.71	92	Q 2,530,666.66	102	Q 2,657,199.99
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	6. Tecnología e innovación	Fortalecimiento de las capacidades de la actividad turística, minimizando los efectos negativos como consecuencia de esta actividad.	N/A	Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos		X		Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística.	Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística.	Empresas	30	Q 484,640.00	47	Q 508,872.00	52	Q 534,315.60	57	Q 561,031.38	62	Q 589,082.94
									Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Documento	47	Q 1,403,000.00	72	Q 1,669,500.00	82	Q 1,752,975.00	92	Q 1,840,623.76	102	Q 1,932,654.95
Producto 6:												590	Q 1,229,586.00	610	Q 1,239,585.50	625	Q 1,239,585.50	635	Q 1,239,585.50	650	Q 1,239,585.50
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	5. La infraestructura económica para el buen vivir	Promoción del turismo como una de las actividades relevantes y condicionantes para dinamizar las economías locales	N/A	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística		X		Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal emergente y de mantenimiento	240	Q 567,586.00	255	Q 620,000.00	265	Q 620,000.00	270	Q 620,000.00	280	Q 620,000.00
									Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito (interpretativas)	350	Q 662,000.00	355	Q 619,585.50	360	Q 619,585.50	365	Q 619,585.50	370	Q 619,585.50

PND	MED	Metas PGG 2024-2028			RESULTADO			PRODUCTO	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META POR AÑO										
		Pilar	Acción	RED	Descripción de Resultado	Nivel					2024		2025		2026		2027		2028		
						Final	Intermedio				Inmediato	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera
Producto 7:											66	Q 1,886,895.00	58	Q 1,515,000.00	66	Q 1,575,000.00	73	Q 1,695,000.00	77	Q 1,875,000.00	
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	2. Desarrollo social	Promoción y fortalecimiento de las diferentes manifestaciones artísticas.	N/A	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística		X	Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Evento	66	Q 1,886,895.00	58	Q 1,515,000.00	66	Q 1,575,000.00	73	Q 1,695,000.00	77	Q 1,875,000.00	
Producto 8:											111	Q 109,791,400.0	130	Q 117,505,400.00	134	Q 120,315,400.00	138	Q 123,125,400.00	142	Q 125,935,400.00	
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	5. La infraestructura económica para el buen vivir	Promoción del turismo como una de las actividades relevantes y condicionantes para dinamizar las economías locales	N/A	Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21% respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campañas nacionales, campañas internacionales, viajes de fam&press, ferias, caravanas/ruedas de negocios, folletería y delegaciones)		X	Promoción del destino turístico	Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas nacionales)	6	Q 20,000,000.0	6	Q 20,500,000.0	6	Q 21,000,000.0	6	Q 21,500,000.0	6	Q 22,000,000.0	
								Promoción del destino turístico	Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas internacionales)	5	Q 84,191,400.0	5	Q 86,960,400.0	5	Q 88,960,400.0	5	Q 90,960,400.0	5	Q 92,960,400.0	
								Promoción del destino turístico	Visitantes internacionales e internacionales beneficiados con viajes de familiarización y prensa	Evento (Viajes de Fam & Press)	100	Q 5,600,000.0	119	Q 10,045,000.0	123	Q 10,355,000.0	127	Q 10,665,000.0	131	Q 10,975,000.0	

PND	MED	Metas PGG 2024-2028			RESULTADO			PRODUCTO	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META POR AÑO									
		Pilar	Acción	RED	Descripción de Resultado	Nivel					2024		2025		2026		2027		2028	
						Final	Inmediato				Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera
								Producto g:			70	Q 26,150,000.00	72	Q 29,300,000.00	78	Q 32,030,000.00	83	Q 34,963,000.00	89	Q 38,174,300.00
Empleo e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	5. La infraestructura económica para el buen vivir	Promoción del turismo como una de las actividades relevantes y condicionantes para dinamizar las economías locales	N/A	Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21% respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campanas nacionales, campañas internacionales, viajes de fam&press, ferias, caravanas/ruedas de negocios, folletería y delegaciones)	X	Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias turísticas	Evento (ferias)	22	Q 23,000,000.00	25	Q 25,300,000.00	28	Q 27,830,000.00	31	Q 30,613,000.00	34	Q 33,674,300.00	
								Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en caravanas y misiones comerciales	Evento (ruedas de negocios)	38	Q 2,700,000.00	37	Q 3,000,000.00	39	Q 3,100,000.00	40	Q 3,150,000.00	42	Q 3,200,000.00	
									Evento (activaciones promocionales BTL)	10	Q 450,000.00	10	Q 1,000,000.00	11	Q 1,100,000.00	12	Q 1,200,000.00	13	Q 1,300,000.00	
<b>TOTAL</b>											<b>Q 156,894,666.00</b>	<b>Q 168,679,796.75</b>	<b>Q 175,468,170.31</b>	<b>Q 182,550,353.56</b>	<b>Q 190,117,690.46</b>					

NOTA: el dónde de los productos y subproductos, van dirigidos a nivel de país, enfocados especialmente a la población de los destinos priorizados en el PMTS, otros se ofrecen a nivel internacional derivado de la función del INGUAT



Instituto  
**Guatemalteco  
de Turismo**



## Anexo 2

### Ficha de seguimiento multianual

---



Anexo 2: Ficha de seguimiento multianual

SPPD-18

<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:</b>	Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-
<b>SEGUIMIENTO A NIVEL MULTIANUAL DEL RESULTADO</b>	

RESULTADO (INSTITUCIONAL FINAL E INTERMEDIOS)	INDICADOR DE RESULTADO (descripción)	FÓRMULA DEL INDICADOR (descripción)	INDICADORES DE RESULTADO																	
			AÑO	LINEA DE BASE		2024			2025			2026			2027			2028		
				META		META			META			META			META			META		
				Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada
Para el 2030, algunos atractivos de los 7 principales destinos turísticos se han fomentado, desarrollado y promovido de manera integral	Impacto de la inversión en los 7 principales destinos turísticos	Total de la inversión en algunos atractivos turísticos de los 7 principales destinos turísticos según PMTS / No. de visitantes en los departamentos de los 7 principales destinos turísticos según PMTS	2018	Q 38.99	100.00%	Q 13.68	64.91%		Q 11.81	69.71%		Q 11.93	69.41%		Q 12.11	68.94%		Q 12.21	68.68%	
Para el 2027, se han diseñado indicadores de medición de turismo al integrar 6 de las 10 tablas preliminares de la Cuenta Satélite de Turismo	Porcentaje de avance en la implementación de la CST	(Información validada para la CST / información existente para la CST) * 100	2018	0	0.00%	0.4	40.0%		0.4	40.0%		0.5	50.0%		0.6	60.0%				
Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21%* respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campañas nacionales, campañas internacionales, viajes de fam&press, ferias, caravanas, material promocional y información turística)	Eficiencia de las acciones de mercadeo	(Ingreso de divisas año n - Inversión en acciones de mercadeo año n) / Ingresos de divisas año n	2017	Q 0.99	98.9%	0.987	98.7%		0.988	98.8%		0.989	98.9%		0.989	98.9%				
Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos.	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	2017	0.0205	2.1%	0.0112	1.12%		0.0128	1.28%		0.0144	1.44%		0.0167	1.67%				
Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	Impacto de la inversión en los departamentos de 4 principales destinos turísticos	Total de la inversión en algunos atractivos de los 4 principales destinos turísticos según PMTS / No. de visitantes en los departamentos de los 4 principales destinos turísticos según PMT	2020	Q 37.35	100.00%	Q 3.37	100.00%		Q 3.21			Q 3.67			Q 3.95					

SEGUIMIENTO A NIVEL MULTIANUAL DE LOS PRODUCTOS

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADOR DE PRODUCTO Y FORMULA	INDICADORES DE PRODUCTO																	
			AÑO	LINEA DE BASE		2024			2025			2026			2027			2028		
				META		META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada
				Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos
Personas jurídicas e individuales con información estadística y promocional turística	Documento / Persona	Cobertura de la información turística*: (Visitantes internacionales atendidos en las Oficinas de Información Turística / Total de visitantes atendidos en las Oficinas de Información Turística) * 100	2021	0.41	41.03%	0.70	70.19%		0.19	19.00%		0.19	19.00%		0.19	19.00%		0.19	19.00%	
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales	Evento	Cobertura de asistencias en seguridad: (Número de visitantes atendidos / Número de eventos)	2021	8	100.00%	54	675.0%		28	350.0%		28	350.0%		27	337.5%		27	337.5%	
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	Verificación de empresas turísticas: (Total de verificaciones de empresas turísticas realizadas en el año / Total empresas registradas) * 100	2017	1.36	135.69%	0.94	94.04%		0.91	90.58%		0.88	88.16%		0.86	85.79%		0.84	84.33%	
Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos	Persona	Capacitación y sensibilización turística: No. de personas capacitadas / No. de cursos realizados	2016	27	100%	32	119%		40	148%		39	144%		39	144%		38	141%	
Personas jurídicas con distintivo de calidad turística	Entidad / Documento	Porcentaje de eficacia en la implementación del distintivo de calidad turística: (Total de personas jurídicas con distintivo de calidad turística año n/ Número de personas jurídicas con primer informe de verificación en calidad turística año n) * 100	2016	1.00	100.00%	0.89	89.4%		1.00	100.0%		1.00	100.0%		1.00	100.0%		1.00	100.0%	
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito	Cobertura de señalización turística: No. de señales / Departamentos señalizados	2016	13		39	200%		41	215%		42	223%		42	223%		43	231%	
Promoción de destinos turísticos de Guatemala	Evento	Índice comparativo de ingreso de visitantes año n y año n-1 por campañas de promoción a nivel internacional en mercados prioritarios*: (Número de visitantes año n en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional- Número de visitantes año n-1 en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional)/ número de visitantes año n-1 en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional] * 100	2016	0.03	2.52%	0.03	2.50%		0.16	15.79%		0.05	5.00%		0.05	5.00%		0.05	5.00%	

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADOR DE PRODUCTO Y FORMULA	INDICADORES DE PRODUCTO																	
			AÑO	LINEA DE BASE		2024			2025			2026			2027			2028		
				META		META			META			META			META			META		
				Datos Absolutos	Datos Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada
Promoción de destinos turísticos de Guatemala	Evento	Retorno de la inversión en giras de prensa, televisión y filmación: (Valor total de mercado de las publicaciones de las giras - Gasto anual por giras de prensa, televisión y filmación / Gasto anual por giras de prensa, televisión y filmación) * 100	2023	0.28	28.29%	1.20	119.50%		2.00	200.00%		2.00	200.00%		2.00	200.00%		2.00	200.00%	
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento	Inversión por negocio potencial y/o concretado: Gasto en ferias y caravanas / Total de negocios potenciales y/o concretados por el sector privado guatemalteco	2017	Q 3,806.7	100.00%	Q 7,366.9	193.53%		Q 4,704.9	123.60%		Q 4,995.6	131.23%		Q 4,997.7	131.29%		Q 5,043.5	132.49%	

\* La proyección de datos de ingreso de visitantes internacionales para estos indicadores aún está en proceso de evaluación y consulta de metodologías de organismos internacionales y expertos en estimaciones, por lo que se actualizará el indicador al momento de contar con la información elaborada, revisada y validada.