



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**



Plan Operativo Multianual 2025-2029

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

Abril 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.

En cumplimiento a la Ley Orgánica del Presupuesto, Decreto Número 101-97 y el Reglamento de la Ley Orgánica del Presupuesto, Acuerdo Gubernativo No. 540-2013, el INGUAT realizó la formulación del Plan Operativo Multianual -POM- 2025-2029, observando los Lineamientos Generales de Planificación y las orientaciones técnicas de la Dirección Técnica del Presupuesto -DTP- del Ministerio de Finanzas Públicas -Minfin- y de esa manera garantizar lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo K’atun, nuestra Guatemala 2032; la Política General de Gobierno 2024-2028; los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-; las Metas estratégicas de Desarrollo -MED- y las políticas públicas vigentes, que incluyen acciones a favor del turismo.

En el proceso de formulación del POM se aplicó la metodología Gestión por Resultados -GpR- y Presupuesto por Resultados -PpR-, que contiene las metas propuestas para el período 2025-2029, a nivel de producto y subproducto, así como el presupuesto proyectado en el referido período para los programas presupuestarios 11 “Servicios de Turismo”, 12 “Incremento de la Competitividad Turística”, 13 “Promoción del Potencial Turístico de Guatemala”, 99 “Partidas no Asignables a Programas” y 01 “Actividades Centrales”; a cargo de las Direcciones de Mercadeo, Desarrollo del Producto Turístico y Administrativa Financiera.

El POM es el producto final de un proceso coordinado y participativo, realizado a lo interno del INGUAT, para propiciar el logro de resultados establecidos para el turismo en el país, identificando los productos y subproductos multianuales que contribuirán en un plazo de cinco años a resolver en buena medida la problemática del sector turístico y promover cambios positivos en los esfuerzos para alcanzar un desarrollo turístico sostenible.



Para definir el presupuesto multianual referido en el POM 2025-2029 se tomó como referencia el presupuesto que se tiene proyectado recibir en concepto del Impuesto del 10 % Sobre Hospedaje y el Impuesto de Salida del país vía Aérea y Marítima, el cual fue distribuido en los programas presupuestarios que ejecutará el INGUAT para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Harris Whitbeck
Director General



ÍNDICE

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

PLAN OPERATIVO MULTIANUAL -POM-

El Plan Operativo Multianual –POM- para el período 2025-2029, se elaboró observando los Lineamientos Generales de Planificación y las orientaciones técnicas de la Dirección Técnica del Presupuesto -DTP- del Ministerio de Finanzas Públicas -Minfin- y para atender los compromisos institucionales que el INGUAT vincula con el Plan Nacional de Desarrollo K’atun, nuestra Guatemala 2032; la Política General de Gobierno 2024-2028; los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-; las Metas estratégicas de Desarrollo -MED- las políticas públicas vigentes, el Plan Estratégico Institucional -PEI- y el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, e incluye la programación de metas multianuales y el presupuesto proyectado a utilizar por los programas presupuestarios 11 “Servicios de Turismo”, 12 “Incremento de la Competitividad Turística”, 13 “Promoción del Potencial Turístico de Guatemala”, 99 “Partidas no Asignables a Programas” y 01 “Actividades Centrales”, en los ejercicios fiscales 2025 al 2029.

Constituye un instrumento orientador que permite identificar el destino que tendrá el presupuesto a nivel multianual. 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 para el INGUAT, autorizada por Dirección Técnica del Presupuesto -DTP- del Ministerio de Finanzas Públicas -Minfin-.

El plan es un documento modificable ya que debe ser ejecutado en función de las prioridades, incorporando cambios de ser necesarios a medida que las circunstancias así lo requieran, tales como: reducción de presupuesto, priorización de proyectos, comportamiento de la oferta turística, y otros efectos como los naturales y climáticos.

I. METAS DE PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

PRODUCTOS						
Descripción	Unidad de Medida	Meta				
		2025	2026	2027	2028	2029
Información estadística y promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Documento (boletines estadísticos y material promocional)	196	220	225	221	210
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	1.279	1.330	1.405	1.411	1.411
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala.	Documento	10.000	10.300	10.600	10.900	11.200
Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos en Guatemala.	Persona	7.128	7.628	8.138	8.644	9.151
Personas jurídicas e individuales con el distintivo de calidad turística en Guatemala.	Entidad	46	50	54	58	62
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito	600	950	950	950	950
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio en Guatemala.	Evento	57	63	69	77	83
Promoción de destinos turísticos de Guatemala.	Evento (campañas nacionales e internacionales y viajes de fam&press)	112	93	89	104	111
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (ferias, ruedas de negocios y activaciones promocionales BTL)	77	76	76	88	95

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				
		2025	2026	2027	2028	2029
Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Documento (boletines estadísticos)	176	190	190	190	190
Información promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (material promocional)	20	30	35	31	20
Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística	Personas	84.616	87.934	90.245	93.563	97.083
Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Evento	909	950	1.020	1.021	1.021
Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales	Evento	370	380	385	390	390
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	10.000	10.300	10.600	10.900	11.200
Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	Personas	7.000	7.500	8.000	8.500	9.000
Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística	Personas	128	128	138	144	151
Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística	Empresas	32	34	36	38	40
Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Documento	51	55	59	63	67
Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales.	Señal de tránsito (señales viales)	400	550	550	550	550
Señalización interpretativa turística en beneficio de	Señal de tránsito (interpretativas)	200	400	400	400	400

SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta				
		2025	2026	2027	2028	2029
visitantes nacionales e internacionales						
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Evento	57	63	69	77	83
Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas nacionales)	5	5	5	5	5
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)	102	83	79	94	101
Gestión y representación en ferias turísticas internacionales para promover la comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (ferias presenciales y virtuales)	30	25	22	30	35
Gestión de ruedas de negocios turísticas en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (caravanas/ruedas de negocio y activaciones BTL)	47	51	54	58	60

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				
	2025	2026	2027	2028	2029
01 "Actividades Centrales"	Q147,307,910.00	Q147,312,882.00	Q147,323,750.00	Q147,369,042.00	Q147,439,856.00
011 "Servicios de Turismo"	Q17,630,000.00	Q17,630,000.00	Q17,630,000.00	Q17,630,000.00	Q17,630,000.00
012 "Incremento de la Competitividad Turística"	Q41,852,810.00	Q41,852,810.00	Q41,852,810.00	Q41,852,810.00	Q41,852,810.00
013 "Promoción del Potencial Turístico de Guatemala"	Q171,232,280.00	Q173,216,101.00	Q177,552,238.00	Q195,623,909.00	Q223,878,720.00
099 "Partidas no Asignables a Programas"	Q1,974,975.00	Q1,974,975.00	Q1,974,975.00	Q1,974,975.00	Q1,974,975.00
TOTAL	Q380,000,000.00	Q381,988,794.00	Q386,335,800.00	Q404,452,764.00	Q432,778,390.00

Fuente: Departamento Financiero del INGUAT

I. Objetivos operativos

Programa 01 Actividades Centrales

- Aplicar las normas, políticas y procedimientos de control interno para la correcta ejecución del gasto público y transparencia dentro de la Institución, a través de los sistemas contables.
- Aplicar las normativas en materia de administración del recurso humano, a través de las diferentes acciones que conlleven al reclutamiento y selección, fortalecimiento de las competencias, cultura de servicio y bienestar laboral.
- Innovar y desarrollar herramientas tecnológicas, que faciliten los procesos administrativos, financieros y turísticos; y brindar soporte a la infraestructura tecnológica institucional.
- Administrar los recursos financieros para garantizar la provisión de servicios básicos, mantenimiento, materiales y suministros, mobiliario y equipo, apoyo logístico y gestión de riesgos a todas las unidades administrativas del INGUAT.
- Supervisar, inspeccionar, verificar y determinar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas y servicios turísticos.
- Administrar el portal de transparencia institucional, publicar la información pública de oficio y atender las solicitudes de información requerida por los ciudadanos.
- Orientar los procesos de planificación estratégica y operativa de la entidad y las acciones de fortalecimiento institucional, promovidas por la Dirección General.
- Verificar por el cumplimiento de normas, lineamientos, aplicación de los controles operativos, administrativos, financieros y evaluar la veracidad y razonabilidad de la información generada en la Institución; y emitir las recomendaciones de conformidad con los mecanismos regulatorios vigentes.
- Asesorar en materia legal a la Dirección General, Subdirección General, direcciones, departamentos, secciones y unidades administrativas y llevar la procuración en todos los asuntos de competencia legal.

Programa 11 Servicios de Turismo

- Contar con información oportuna bibliográfica, promocional y sobre oferta y demanda turística, para su distribución y toma de decisiones.
- Gestionar asistencia al visitante nacional e internacional en la planificación y realización de su visita al país.

Programa 12 Incremento de la Competitividad Turística

- Registrar, verificar y brindar asistencia técnica a empresas y actividades turísticas.
- Desarrollar e implementar el Plan de Capacitación Turística Nacional.
- Contribuir a elevar los estándares de calidad en los servicios turísticos del país.

- Facilitar el desplazamiento de los visitantes hacia y en los diversos lugares de interés turístico del país.
- Contribuir con la conservación, protección y puesta en valor del patrimonio cultural y natural del país.
- Coordinar, planificar, gestionar y apoyar la actividad turística en las diferentes regiones del país.

Programa 13 Promoción del Potencial Turístico de Guatemala

- Realizar campañas de promoción y publicidad y viajes de familiarización y prensa a nivel nacional e internacional para posicionar a Guatemala como destino turístico.
- Dinamizar la promoción y comercialización de Guatemala como destino turístico, mediante la participación en eventos especializados de turismo a nivel internacional.

II. Metas de productos y subproductos, ejercicio fiscal 2025

PRODUCTO	Unidad de medida	Meta	Programa
Información estadística y promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Documento (boletines estadísticos y material promocional)	196	11
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	1,279	11
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala.	Documento	10,000	12
Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos en Guatemala.	Entidad	7,128	12
Personas jurídicas e individuales con el distintivo de calidad turística en Guatemala.	Entidad	46	12
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito	600	12
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio en Guatemala.	Evento	57	12
Promoción de destinos turísticos de Guatemala.	Evento (campañas nacionales e internacionales y viajes de <i>Fam & Press</i>)	112	13

PRODUCTO	Unidad de medida	Meta	Programa
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (ferias, ruedas de negocio y activaciones promocionales BTL)	77	13

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

SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta	Programa
Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (boletines estadísticos)	176	11
Información promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (material promocional)	20	11
Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística	Persona	84,616	11
Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Evento	909	11
Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales	Evento	370	11
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	10,000	12
Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	Persona	7,000	12
Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística	Persona	128	12
Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística	Entidad	32	12
Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Documento	51	12
Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales.	Señal de tránsito (señales viales)	400	12
Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito (interpretativas)	200	12
Actividades para la conservación del patrimonio en beneficio de personas individuales y jurídicas	Evento	57	12

SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta	Programa
Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas nacionales)	5	13
Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (campañas internacionales)	5	13
Visitantes nacionales e internacionales beneficiados con viajes de familiarización y prensa	Evento (Viajes de Fam & Press)	102	13
Gestión y representación en ferias turísticas internacionales para promover la comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (ferias presenciales y virtuales)	30	13
Gestión de ruedas de negocios turísticas en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (caravanas/ruedas de negocio y activaciones BTL)	47	13

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

Las metas físicas y financieras cuatrimestrales de los productos y subproductos proyectados para el 2025 y su vinculación a la Prioridad Nacional de Desarrollo, a la MED, a la Política General de Gobierno -PGG- 2024-2028 y a los resultados institucionales, pueden observarse en el **Anexo 1**, y la ficha de seguimiento anual en el **Anexo 2**.

III. Actividades por unidad administrativa

DIRECCIÓN GENERAL Y SUBDIRECCIÓN GENERAL

OBJETIVO: dirigir el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- de acuerdo al Decreto 1711 Ley Orgánica del INGUAT y su reglamento y velar por el cumplimiento de los planes de trabajo en los programas y proyectos que se establezcan como líneas de trabajo.

ACTIVIDADES:

1. Implementar las acciones pertinentes de acuerdo a los compromisos que involucran al turismo, en la PGG 2024-2028.
2. Coordinar las acciones a corto, mediano y largo plazo para la ejecución de los programas y subprogramas contenidos en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala -PMTS- 2015-2025.



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**



Anexo 1

Matriz de Plan Operativo Multianual 2025-2029

PND	MED	RED	PGG 2025-2029	RESULTADO			PRODUCTO	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META POR AÑO										
				Meta	Descripción de Resultado	Nivel				2025		2026		2027		2028		2029		
						Final				Intermedio	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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	Para el 2027, 1.67% de las empresas hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos			Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	10,000 Q	350,000.00	10,300 Q	370,000.00	10,600 Q	390,000.00	10,900 Q	410,000.00	11,200 Q	430,000.00		
				X																
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	Para el 2027, 1.67% de las empresas hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos			Producto 4: (Mayor contribución a la PGG)	Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	Personas	7,000 Q	1,983,360.00	7,500 Q	2,083,360.00	8,000 Q	2,187,060.00	8,500 Q	2,296,530.00	9,000 Q	2,411,382.50	
				X																
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	Para el 2027, 1.67% de las empresas hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos			Producto 5:	Personas jurídicas e individuales con capacidad turística.	Personas	128 Q	16,640.00	128 Q	16,640.00	138 Q	17,940.00	144 Q	18,720.00	151 Q	19,630.00	
				X																
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	Para el 2027, 1.67% de las empresas hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos			Producto 5:	Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística.	Empresas	32 Q	508,872.00	34 Q	534,315.60	36 Q	561,031.38	38 Q	589,082.95	40 Q	618,537.09	
				X																
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	Para el 2027, 1.67% de las empresas hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos			Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Documento	51 Q	1,371,835.74	55 Q	1,473,150.00	59 Q	1,546,807.50	63 Q	1,624,147.88	67 Q	1,705,355.27		
				X																
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	Para el 2027, 1.67% de las empresas hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos			Producto 6: (Mayor contribución a la PGG)	Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal vial emergente y de mantenimiento	400 Q	600,000.00	550 Q	775,000.00	550 Q	775,000.00	550 Q	775,000.00	550 Q	775,000.00	
				X																
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.	N/A	7.5 La Infraestructura Económica para el buen vivir	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística			Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito (interpretativas)	200 Q	500,000.00	400 Q	550,000.00	400 Q	550,000.00	400 Q	550,000.00	400 Q	550,000.00	
				X																

PND	MED	RED	PGG 2035-2039	RESULTADO			UNIDAD DE MEDIDA	PRODUCTO	SUBPRODUCTO	META POR AÑO	META POR AÑO																	
				Estrategias	Meta	Descripción de Resultado					2025		2026		2027		2028		2029									
											Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera								
Producto 7: (Mayor contribución a la PGG)														57	Q	1,447,000.00	63	Q	1,530,000.00	69	Q	1,620,000.00	77	Q	1,700,000.00	83	Q	1,785,000.00
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.	N/A	7.2 Desarrollo Social	N/A	N/A	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos prioritizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	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	57	Q	1,447,000.00	63	Q	1,530,000.00	69	Q	1,620,000.00	77	Q	1,700,000.00	83	Q	1,785,000.00				
										Producto 8: (Mayor contribución a la PGG)												112	Q	115,074,280.0	93	Q	111,433,167.25	89
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	N/A	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 mercadotecnia (campañas nacionales, campañas internacionales, viajes fam&press, ferias, caravanas/ruedas de negocios, folclor y delegaciones)	Promoción del destino turístico de Guatemala	Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas nacionales)	5	Q	20,074,280.0	5	Q	19,456,713.8	5	Q	19,083,616.2	5	Q	20,279,335.8	5	Q	22,148,827.1				
										Producto 9: (Mayor contribución a la PGG)												5	Q	90,000,000.0	5	Q	87,201,453.5	5
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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	N/A	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 mercadotecnia (campañas nacionales, campañas internacionales, viajes fam&press, ferias, caravanas/ruedas de negocios, folclor y delegaciones)	Promoción del destino turístico de Guatemala	Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas internacionales)	5	Q	90,000,000.0	5	Q	87,201,453.5	5	Q	85,529,298.1	5	Q	90,888,295.8	5	Q	99,267,016.2				
										Producto 10: (Mayor contribución a la PGG)												102	Q	5,000,000.0	83	Q	4,775,000.0	79

PND	MED	RED	PGG 2025-2029		RESULTADO			PRODUCTO	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META POR AÑO																	
			Estrategias	Meta	Descripción de Resultado	Nivel					2025		2026		2027		2028		2029									
						Final	Intermedio				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.	N/A	7.6 Avance para Disminuir la Brecha Digital con Tecnología e Innovación	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 mercadotecnia (campañas nacionales, campañas internacionales, viajes fam&press, ferias, caravanas/ruedas de negocios, folletería y delegaciones)	X	Producto 9:	Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Gestión y representación en ferias turísticas internacionales para promover la comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (ferias)	77	Q 38,788,234.88	76	Q 29,198,274.03	76	Q 39,283,630.16	88	Q 29,377,629.75	95	Q 39,477,692.23								
TOTAL											Q 173,496,372.62		Q 159,182,864.38		Q 167,456,538.68		Q 164,834,505.31		Q 186,558,341.72									

NOTA: el dónde de los productos y subproductos es a nivel de país, éstos van dirigidos a nivel de país, éstos 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

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADOR DE PRODUCTO Y FORMULA	INDICADORES DE PRODUCTO																	Total meta multiannual 2025-2029		
			LINEA DE BASE			2025			2026			2027			2028			2029				
			AÑO	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META		Ejecución Estimada	META			
				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
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%	3.30	329.55%		3.35	335.08%		3.42	341.88%		4.02	401.61%		4.44	444.44%		18.53	100%
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	Q3,806.7	100.00%	Q 6,684.4	175.60%		Q4,575.1	120.18%		Q5,775.1	151.71%		Q3,237.3	85.04%		Q3,815.8	100.24%		Q24,087.60	633%

* 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.