



Instituto  
**Guatemalteco  
de Turismo**



# **Plan Operativo Multianual 2026-2030**

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

Abril de 2025

## PRESENTACIÓN

El Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, es el ente rector del turismo en Guatemala, según lo establece el Decreto Número 1701 del Congreso de la República “Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo”, de fecha 8 de septiembre de 1967 y su Reglamento a la Ley Orgánica, aprobado por Acuerdo Gubernativo de E. No. 33-69. 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 turismo como actividad económica, ha cobrado mucha importancia a nivel mundial, por la integración de factores sociales, culturales, ambientales y económicos; en el caso de Guatemala, es un destino megadiverso por su naturaleza; además posee riqueza cultural heredada desde la época prehispánica y fortalecida en la época colonial, republicana y contemporánea. A través de la cadena de valor del sector turístico se contribuye con la generación de empleo y derrama económica en las comunidades con potencial turístico.

En el proceso de formulación del Plan Operativo Multianual -POM- se aplicó la metodología Gestión por Resultados -GpR- y Presupuesto por Resultados -PpR-, que contiene las metas propuestas para el período 2026-2030, 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.

El presupuesto multianual referido en el POM 2026-2030 se proyecta con base al Impuesto del 10% Sobre Hospedaje y el Impuesto de Salida del país vía Aérea y Marítima, que el INGUAT percibe para el cumplimiento de los objetivos institucionales.



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



## ÍNDICE

<b>PLAN MULTIANUAL -POM-</b> .....	4
<b>I. Objetivos Operativos</b> .....	4
<b>II. Objetivos de Información</b> .....	5
<b>III. Objetivos de Cumplimiento Normativo</b> .....	6
<b>IV. Metas de Productos y Subproductos</b> .....	6
<b>V. Seguimiento a nivel multianual</b> .....	10
<b>VI. Presupuesto multianual</b> .....	10
<b>VII. Siglas y acrónimos</b> .....	10

## **PLAN OPERATIVO MULTIANUAL -POM-**

El Plan Operativo Multianual -POM- es instrumento orientador que permite identificar el destino que tendrá el presupuesto a nivel multianual. Las metas e información que se han vinculado 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-.

En este documento se han identificado la producción a mediano plazo y se ha tomado como base el Plan Operativo Anual y la descripción de los productos y subproductos para el cumplimiento de los resultados estratégicos institucionales. Asimismo, de acuerdo a la metodología se incluye las fichas del POM e indicadores.

### **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. Objetivos de Información**

### **De información financiera**

- Generar informes financieros que cumplan con los requisitos y criterios técnicos solicitados, para fines de toma de decisiones, fiscalización, transparencia, rendición de cuentas, control interno e información.
- Promover que la información financiera y no financiera generada por la institución, oriente el cumplimiento de las responsabilidades que demanda la Ley Orgánica del INGUAT y su reglamento y demás normativas aplicables.

### De información operativa

- Generar información institucional de cumplimiento de objetivos, resultados, ejecución de metas físicas y financiera, para fines de toma de decisiones, rendición de cuentas, transparencia, seguimiento operativo y evaluación.
- Generar informes administrativos y técnicos, requeridos por las autoridades de la institución o por entidades externas, para fines de rendición de cuentas y seguimiento operativo, que apoyen la toma de decisiones y la transparencia en la gestión pública.

### III. Objetivos de Cumplimiento Normativo

- Promover el cumplimiento de leyes, normas y regulaciones aplicables a los diferentes procesos administrativos, financieros y técnicos que realiza la entidad.
- Promover una gestión administrativa moderna, eficiente y transparente en la entidad, fortalecida por la aplicación de mecanismos de control interno funcionales e innovación de nuevos controles administrativos, financieros y técnicos.
- Promover el cumplimiento de normas, lineamientos, la correcta 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.
- Promover la transparencia institucional y cumplir con la publicación de información pública de oficio y atender las solicitudes de información requerida por los ciudadanos.
- Salvaguardar los recursos y bienes para evitar pérdidas, mal uso y daño.

### IV. Metas de Productos y Subproductos

PRODUCTOS						
Descripción	Unidad de Medida	Meta				
		2026	2027	2028	2029	2030
Información estadística y promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel nacional e internacional.	Documento (boletines estadísticos)	112	114	120	124	128
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	2,205	2,313	2,430	2,551	2,679

PRODUCTOS						
Descripción	Unidad de Medida	Meta				
		2026	2027	2028	2029	2030
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	56	60	64	68	72
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito	600	600	600	600	600
Actividades para la conservación del patrimonio y atractivos turísticos en beneficio de personas individuales y jurídicas en Guatemala	Evento	108	126	134	140	148
Promoción de destinos turísticos de Guatemala a nivel nacional e internacional	Evento (campañas nacionales e internacionales y ferias internacionales)	33	32	32	32	32
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales de Guatemala en el extranjero.	Evento (ruedas de negocios, presentaciones de destino y viajes de fam&press)	143	142	144	146	148

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				
		2026	2027	2028	2029	2030
Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel nacional e internacional.	Documento (boletines estadísticos)	112	114	120	124	128
Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística en Guatemala.	Personas	88,000	92,400	97,000	101,000	106,000
Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	945	990	1,041	1,093	1,148
Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	1,260	1,323	1,389	1,458	1,531
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 y sensibilizadas en temas turísticos en Guatemala.	Personas	7,000	7,500	8,000	8,500	9,000
Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística en Guatemala.	Personas	128	128	138	144	151
Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística en Guatemala.	Empresas	38	40	42	44	46
Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala.	Documento	56	60	64	68	72
Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito (señales viales)	400	400	400	400	400
Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito (interpretativas)	200	200	200	200	200

SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta				
		2026	2027	2028	2029	2030
Actividades para la conservación del patrimonio en beneficio de personas individuales y jurídicas en Guatemala.	Evento	74	87	95	103	111
Actividades para el mantenimiento de atractivos turísticos en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	34	39	39	37	37
Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (Campañas nacionales)	8	7	7	7	7
Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (campañas internacionales)	2	2	2	2	2
Gestión y representación en ferias turísticas internacionales para la promoción turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (ferias presenciales y virtuales)	23	23	23	23	23
Actividades de comercialización del producto turístico en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel internacional.	Evento (ruedas de negocio, presentaciones de destino)	42	42	44	46	48
Visitantes nacionales e internacionales beneficiados con viajes de familiarización y prensa en Guatemala.	Evento (Viajes de Fam & Press)	101	100	100	100	100

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 del PEI.

## V. Seguimiento a nivel multianual

Para medir la cantidad de eventos, personas 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**.

## VI. Presupuesto multianual

PROGRAMA	PRESUPUESTO POR PROGRAMA				
	2026	2027	2028	2029	2030
01 “Actividades Centrales”	Q137.400.000,00	Q144.270.000,00	Q151.483.500,00	Q159.057.675,00	Q167.010.559,00
11 “Servicios de Turismo”	Q26.000.000,00	Q27.300.000,00	Q28.665.000,00	Q30.098.250,00	Q31.603.163,00
12 “Incremento de la Competitividad Turística”	62.100.000,00	Q65.205.000,00	Q68.465.250,00	Q71.888.512,00	Q75.482.938,00
13 “Promoción del Potencial Turístico de Guatemala”	182.500.000,00	Q191.625.000,00	Q201.206.250,00	Q211.266.563,00	Q221.829.891,15
99 “Partidas no Asignables a Programas”	Q2.000.000,00	Q2.100.000,00	Q2.205.000,00	Q2.315.250,00	Q2.431.012,00
<b>TOTAL</b>	<b>Q410.000.000,00</b>	<b>Q430.500.000,00</b>	<b>Q452.025.000,00</b>	<b>Q474.626.250,00</b>	<b>Q498.357.563,15</b>

Fuente: Departamento Financiero del INGUAT

## VII. Siglas y acrónimos

DTP	Dirección Técnica del Presupuesto
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo
GpR	Gestión por Resultados
MED	Metas Estratégicas de Desarrollo
Minfin	
PGG	Política General de Gobierno 2024-2028
PMTS	Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025
PND	Prioridades Nacionales de Desarrollo
POA	Plan Operativo Anual
POM	Plan Operativo Multianual
PpR	Presupuesto por Resultados



Instituto  
**Guatemalteco  
de Turismo**



## Anexo 1

### Matriz de PEI y Plan Operativo Multianual 2026-2030

---

## MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto		Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (si aplica)	
								Descripción de Resultado	Nivel			Nombre	Línea base *													Fórmula de cálculo
Prioridad Nacional de Desarrollo	Meta Estratégica de Desarrollo	99 metas (16+83)	Descripción	Coordinador o rector	Corresponsable	Ejes Estratégicos	Línea Estratégica		Final	Intermedio	Inmediato		Año	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje									
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_prácti ca_p olíticas_encaminadas_a_promover_un turismo_sostenible_que_cree_puestos_de_trabajo_y_promueva_la cultura_y_los productos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.		x		Porcentaje de avance en la implementación de la CST	2018	0	0%	(Información validada para la CST / información existente para la CST) * 100	0.60	60.00%	Producto 1: Información estadística y promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel nacional e internacional	Documento	N/A	1	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_prácti ca_p olíticas_encaminadas_a_promover_un turismo_sostenible_que_cree_puestos_de_trabajo_y_promueva_la cultura_y_los productos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.		x		Porcentaje de avance en la implementación de la CST	2018	0	0%	(Información validada para la CST / información existente para la CST) * 100	0.6	60.00%	Subproducto 1: Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel nacional e internacional	Documento	N/A	1	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_prácti ca_p olíticas_encaminadas_a_promover_un turismo_sostenible_que_cree_puestos_de_trabajo_y_promueva_la cultura_y_los productos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.		x		Porcentaje de avance en la implementación de la CST	2018	0	0%	(Información validada para la CST / información existente para la CST) * 100	0.6	60.00%	Subproducto 2: Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística en Guatemala	Persona	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamental	9	0

# MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (SI aplica)	
Prioridad Nacional de Desarrollo	Meta Estratégica de Desarrollo	99 metas (16+83)	Descripción	Coordinador o rector	Corresponsable	Ejes Estratégicos	Línea Estratégica	Descripción de Resultado	Nivel			Línea base *			Magnitud (meta a alcanzar)										
									Final	Intermedio	Inmediato	Año	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje	Fórmula de cálculo										Dato absoluto
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_prácti ca_p olíticas_enc a minadas_a_ pr omover_un_tu rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cultu ra_y_los_pro ductos_loca les	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digit al_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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			2017	0.989	98.90%	(Ingreso de divisas año n - Inversión en acciones de mercadeo año n) / Ingresos de divisas año n	0.988	98.80%	Producto 2: Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	N/A	1	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_prácti ca_p olíticas_enc a minadas_a_ pr omover_un_tu rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cultu ra_y_los_pro ductos_loca les	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digit al_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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			2017	0.989	98.90%	(Ingreso de divisas año n - Inversión en acciones de mercadeo año n) / Ingresos de divisas año n	0.988	98.80%	Subproducto 1: Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	N/A	1	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_prácti ca_p olíticas_enc a minadas_a_ pr omover_un_tu rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cultu ra_y_los_pro ductos_loca les	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digit al_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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			2017	0.989	98.90%	(Ingreso de divisas año n - Inversión en acciones de mercadeo año n) / Ingresos de divisas año n	0.988	98.80%	Subproducto 2: Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	N/A	1	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0

# MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto		Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (Si aplica)			
								Descripción de Resultado	Nivel			Nombre	Línea base *													Fórmula de cálculo	Magnitud (meta a alcanzar)	
									Final	Intermedio	Inmediato		Año	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje												Dato absoluto	Dato relativo porcentaje
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_enc a_minadas_a_ pr_omover_un_ tu_rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locale s	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.050%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167 empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Producto 3: Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala	Documento	N/A	0	No_aplica	No_aplica	Departamenta l	N/A	0			
	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_enc a_minadas_a_ pr_omover_un_ tu_rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locale s	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.05%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167 empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Subproducto 1: Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala	Documento	N/A	0	No_aplica	No_aplica	Departamenta l	N/A	0			
	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_enc a_minadas_a_ pr_omover_un_ tu_rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locale s	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.050%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167 empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Producto 4: Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos en Guatemala	Persona	N/A	1	No_aplica	No_aplica	Nacional	N/A	0			
	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_enc a_minadas_a_ pr_omover_un_ tu_rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locale s	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.05%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167 empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Subproducto 1: Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos en Guatemala	Persona	N/A	1	No_aplica	No_aplica	Nacional	N/A	0			
	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_enc a_minadas_a_ pr_omover_un_ tu_rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locale s	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.05%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167 empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Subproducto 2: Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística en Guatemala.	Persona	N/A	1	No_aplica	No_aplica	Nacional	N/A	0			

# MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto		Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (si aplica)		
Prioridad Nacional de Desarrollo	Meta Estratégica de Desarrollo	99 metas (16+83)	Descripción	Coordinador o rector	Corresponsable	Ejes Estratégicos	Línea Estratégica	Descripción de Resultado	Nivel			Nombre	Línea base *			Fórmula de cálculo	Magnitud (meta a alcanzar)		Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (si aplica)
									Final	Intermedio	Inmediato		Año	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje		Dato absoluto	Dato relativo porcentaje									
Empleo e inversión	MED_08_Par a_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	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Incentivar las actividades de protección, conservación, exploración, utilización de los recursos de manera sostenible para los destinos turísticos, minimizando los efectos negativos que se generen a consecuencia de esta actividad, principalmente en las áreas protegidas.  Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos	x			Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.050%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167	empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Producto 5: Personas jurídicas e individuales con el distintivo de calidad turística en Guatemala	Entidad	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamental	27	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_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	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Incentivar las actividades de protección, conservación, exploración, utilización de los recursos de manera sostenible para los destinos turísticos, minimizando los efectos negativos que se generen a consecuencia de esta actividad, principalmente en las áreas protegidas.  Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos	x			Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.05%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167	empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Subproducto 1: Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística en Guatemala	Entidad	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamental	15	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_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	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Incentivar las actividades de protección, conservación, exploración, utilización de los recursos de manera sostenible para los destinos turísticos, minimizando los efectos negativos que se generen a consecuencia de esta actividad, principalmente en las áreas protegidas.  Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos	x			Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	2017	0.0205	2.05%	(Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n / Total de empresas de hospedaje recomendables registradas) * 100	0.0167	empresas recomendable con distintivo de calidad turística	1.67%	Subproducto 2: Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala	Documento	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamental	27	0

# MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto		Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (Si aplica)			
								Descripción de Resultado	Nivel		Nombre	Línea base *		Fórmula de cálculo	Magnitud (meta a alcanzar)													
Prioridad Nacional de Desarrollo	Meta Estratégica de Desarrollo	99 metas (16+83)	Descripción	Coordinador o rector	Corresponsable	Ejes Estratégicos	Línea Estratégica		Final	Intermedio		Inmediato	Año		Dato absoluto	Dato relativo porcentaje		Dato absoluto	Dato relativo porcentaje									
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_practica_p olicias_enc a_minadas_a_p romover_un_tu rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística			x	Impacto de la inversión en los departamentos de 4 destinos priorizados	2020	Q	37.35	100%	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	Q 3.95 invertidos por visitante	10.58%	Producto 6: Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	Señal de tránsito	N/A	0	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_practica_p olicias_enc a_minadas_a_p romover_un_tu rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística			x	Impacto de la inversión en los departamentos de 4 destinos priorizados	2020	Q	37.35	100.00%	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	Q 3.95 invertidos por visitante	10.58%	Subproducto 1: Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito (vial)	N/A	0	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_practica_p olicias_enc a_minadas_a_p romover_un_tu rismo_sosteni ble_que_cree _puestos_de_ trabajo_y_pro mueva_la_cult ura_y_los_pro ductos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la _Brecha_Digit al_con_Tecno logia_e_Innov ación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística			x	Impacto de la inversión en los departamentos de 4 destinos priorizados	2020	Q	37.35	100.00%	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	Q 3.95 invertidos por visitante	10.58%	Subproducto 2: Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito (interpretativa)	N/A	0	No aplica	No aplica	Nacional	N/A	0

# MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (Si aplica)				
			Descripción	Coordinador o rector	Corresponsable	Ejes Estratégicos	Línea Estratégica	Descripción de Resultado	Nivel			Nombre	Línea base *												Magnitud (meta a alcanzar)			
Final	Intermedio	Inmediato							Año	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje		Fórmula de cálculo	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje													
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_encaminadas_a_promover_un_turismo_sostenible_que_cree_puestos_de_trabajo_y_promueva_la_cultura_y_los_productos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Incentivar las actividades de protección, conservación, exploración, utilización de los recursos de manera sostenible para los destinos turísticos, minimizando los efectos negativos que se generen a consecuencia de esta actividad, principalmente en las áreas protegidas.	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	x			Impacto de la inversión en los departamentos de 4 destinos priorizados	2020	Q	37.35	100%	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	Q 3.95 invertidos por visitante	10.58%	Producto 7: Actividades para la conservación y del patrimonio y atractivos turísticos en beneficio de personas individuales y jurídicas en Guatemala.	Evento	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamento I	Municipios con patrimonio turístico	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_encaminadas_a_promover_un_turismo_sostenible_que_cree_puestos_de_trabajo_y_promueva_la_cultura_y_los_productos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Incentivar las actividades de protección, conservación, exploración, utilización de los recursos de manera sostenible para los destinos turísticos, minimizando los efectos negativos que se generen a consecuencia de esta actividad, principalmente en las áreas protegidas.	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	x			Impacto de la inversión en los departamentos de 4 destinos priorizados	2020	Q	37.35	100.00%	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	Q 3.95 invertidos por visitante	10.58%	Subproducto 1: Actividades para la conservación del patrimonio en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamento I	Municipios con patrimonio turístico	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_2030_elabo rar_y_poner_ en_práctica_p olíticas_encaminadas_a_promover_un_turismo_sostenible_que_cree_puestos_de_trabajo_y_promueva_la_cultura_y_los_productos_locales	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando_p ara_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Incentivar las actividades de protección, conservación, exploración, utilización de los recursos de manera sostenible para los destinos turísticos, minimizando los efectos negativos que se generen a consecuencia de esta actividad, principalmente en las áreas protegidas.	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	x			Impacto de la inversión en los departamentos de 4 destinos priorizados	2020	Q	37.35	100.00%	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	Q 3.95 invertidos por visitante	10.58%	Subproducto 2: Actividades para el mantenimiento de atractivos turísticos en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	N/A	1	No aplica	No aplica	Departamento I	Municipios con patrimonio turístico	0



## MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA INSTITUCIONAL

Vinculación Institucional			Resultado Estratégico (RE) 2025-2029			Política General de Gobierno (PGG) 2024-2028		Resultado			Indicador de Resultados					Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Código SNIP	Productos / Subproductos que contribuyen a la PGG	Metas priorizadas	Intervenciones	Cobertura del producto / subproducto	Número de Municipios	Identificar productos / subproductos de recuperación (si aplica)				
Prioridad Nacional de Desarrollo	Meta Estratégica de Desarrollo	99 metas (16+83)	Descripción	Coordinador o rector	Corresponsable	Ejes Estratégicos	Línea Estratégica	Descripción de Resultado	Nivel			Línea base *			Magnitud (meta a alcanzar)													
									Final	Intermedio	Inmediato	Año	Dato absoluto	Dato relativo porcentaje	Fórmula de cálculo										Dato absoluto	Dato relativo porcentaje		
Empleo e inversión	MED_08_Par a_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	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando para_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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			Eficiencia de las acciones de mercadeo	2017	Q	0.99	98.90%	(Ingreso de divisas año n - Inversión en acciones de mercadeo año n) / Ingresos de divisas año n	0.988	98.80%	Subproducto 2: Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (campañas internacionales)	N/A	1	No aplica	No aplica	Internacional	N/A	0
Empleo e inversión	MED_08_Par a_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	Meta 8.9 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 (MED)	N/A	N/A	N/A	Avanzando para_Cerrar_la_Brecha_Digital_con_Tecnología_e_Innovación	* Impulsar el desarrollo de la actividad turística, fortaleciendo las capacidades institucionales en coordinación con el sector privado.	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			Eficiencia de las acciones de mercadeo	2017	Q	0.99	98.90%	(Ingreso de divisas año n - Inversión en acciones de mercadeo año n) / Ingresos de divisas año n	0.988	98.80%	Subproducto 3: Gestión y representación en ferias turísticas internacionales para la promoción turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento	N/A	1	No aplica	No aplica	Internacional	N/A	0





Instituto  
**Guatemalteco  
de Turismo**



## Anexo 2

### Matriz Plan Operativo Multianual 2026-2030 (metas e indicadores)

---

## Anexo 1: MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA MULTINUAL INSTITUCIONAL (vinculación)

Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Meta de producto / subproducto por año										Nombre del indicador producto / subproducto	Fórmula del indicador producto / subproducto	Indicadores de Producto / subproducto														
		2026		2027		2028		2029		2030				Línea base			2026		2027		2028		2029		2030		Meta del periodo	
		Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q			Año	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 (%)
Producto 1: Información estadística y promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel nacional e internacional	Documento	112	Q6,200,000.00	114	Q6,210,000.00	120	Q6,220,000.00	124	Q6,231,525.00	128	Q6,243,101.00	Promedio de descargas de boletines estadísticos publicados en el portal del INGUAT	Cantidad de descargas / Boletines estadísticos publicados	2025	(2,375 / 112) = 21 descargas promedio por boletín publicado	100%	21	100.00%	22	106%	27	128%	31	149%	36	170%	27	131%
Subproducto 1: Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel nacional e internacional	Documento	112	Q6,000,000.00	114	Q6,000,000.00	120	Q6,000,000.00	124	Q6,000,000.00	128	Q6,000,000.00	Promedio de descargas de boletines estadísticos publicados en el portal del INGUAT	Cantidad de descargas / Boletines estadísticos publicados	2025	(2,375 / 112) = 21 descargas promedio por boletín publicado	100%	21	100.00%	22	106%	27	128%	31	149%	36	170%	27	131%
Subproducto 2: Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística en Guatemala	Persona	88,000	Q200,000.00	92,400	Q210,000.00	97,000	Q220,000.00	101,000	Q231,525.00	106,000	Q243,101.00	Cobertura de información turística a visitantes internacionales	(Número de visitantes internacionales atendidos / número total de visitantes atendidos)*100	2019	(36,865 / 66,118) = 0.56	(36,865 / 66,118) *100= 55.76%	0.45	45.00%	0.45	45%	0.48	48%	0.48	48%	0.48	48%	0.47	47%
Producto 2: Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	Evento	2,205	Q3,690,000.00	2,313	Q3,874,500.00	2,430	Q4,068,225.00	2,551	Q4,271,635.50	2,679	Q4,485,217.00	Cobertura de asistencias en seguridad	Número de visitantes atendidos/ Número de eventos	2021	(43,262 / 5,560) = 8 visitantes atendidos por evento	100%	52,920 / 2,205 = 24 visitantes atendidos por evento	300.00%	55,512 / 2,313 = 24 visitantes atendidos por evento	300%	58,320 / 2,430 = 24 visitantes atendidos por evento	300%	61,224 / 2,551 = 24 visitantes atendidos por evento	300%	64,296 / 2,679 = 24 visitantes atendidos por evento	300%	292,272 / 12,178 = 24 visitantes atendidos por evento	300%
Subproducto 1: Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	Evento	945	Q3,340,000.00	990	Q3,507,000.00	1,041	Q3,682,350.00	1,093	Q3,866,467.50	1,148	Q4,059,790.00	Cobertura de gestión en seguridad	Número de visitantes atendidos/ Número de eventos	2,021	27,221 / 1,422 = 19 visitantes por evento	100%	22,680 / 945 = 24 visitantes atendidos por evento	126%	23,760 / 990 = 24 visitantes atendidos por evento	126%	24,984 / 1,041 = 24 visitantes atendidos por evento	126%	26,232 / 1,093 = 24 visitantes atendidos por evento	126%	27,552 / 1,148 = 24 visitantes atendidos por evento	126%	125,208 / 5,217 = 24 visitantes atendidos por evento	126%

## Anexo 1: MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA MULTINUAL INSTITUCIONAL (vinculación)

Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Meta de producto / subproducto por año										Indicadores de Producto / subproducto																
		2026		2027		2028		2029		2030		Nombre del indicador producto / subproducto	Fórmula del indicador producto / subproducto	Línea base			2026		2027		2028		2029		2030		Meta del periodo	
		Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q			Año	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 (%)
Subproducto 2: Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	Evento	1,260	Q350,000.00	1,323	Q367,500.00	1,389	Q385,875.00	1,458	Q405,168.00	1,531	Q425,427.00	Cobertura en eventualidades	Número de visitantes atendidos / Número de eventos	2021	15,491 / 4138 = 4 visitantes por evento	100%	30,240 / 1260 = 24 visitantes atendidos por evento	600.00%	31,752 / 1,323 = 24 visitantes atendidos por evento	600%	33,336 / 1,389 = 24 visitantes atendidos por evento	600%	34,952 / 1,458 = 24 visitantes atendidos por evento	600%	36,744 / 1,531 = 24 visitantes atendidos por evento	600%	167,064 / 6,961 = 24 visitantes atendidos por evento	600%
Producto 3: Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala	Documento	10,000	Q380,000.00	10,300	Q395,000.00	10,600	Q410,000.00	10,900	Q425,000.00	11,200	Q435,000.00	Porcentaje de empresas turísticas verificadas en registro y cumplimiento de la normativa legal ante el INGUAT	(Total de verificaciones de empresas turísticas realizadas en el año / Total empresas registradas) * 100	2017	1.36	(10,498 / 7,737) * 100 = 135.69%	0.92	91.69%	0.91	(10,300 / 11,331) * 100 = 90.90%	0.90	(10,600 / 11,806) * 100 = 89.78%	0.89	(10,900 / 12,316) * 100 = 88.50%	0.87	(11,200 / 12,861) * 100 = 87.08%	0.82	82.42%
Subproducto 1: Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala	Documento	10,000	Q380,000.00	10,300	Q395,000.00	10,600	Q410,000.00	10,900	Q425,000.00	11,200	Q435,000.00	Porcentaje de empresas turísticas verificadas en registro y cumplimiento de la normativa legal ante el INGUAT	(Total de verificaciones de empresas turísticas realizadas en el año / Total empresas registradas) * 100	2017	1.36	(10,498 / 7,737) * 100 = 135.69%	0.92	91.69%	0.91	(10,300 / 11,331) * 100 = 90.90%	0.90	(10,600 / 11,806) * 100 = 89.78%	0.89	(10,900 / 12,316) * 100 = 88.50%	0.87	(11,200 / 12,861) * 100 = 87.08%	0.82	82.42%
Producto 4: Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos en Guatemala	Persona	7,128	Q2,000,000.00	7,628	Q2,100,000.00	8,138	Q2,205,000.00	8,644	Q2,315,250.00	9,151	Q2,431,012.50	Promedio de personas capacitadas y sensibilizadas por curso en temas turísticos	No. de personas capacitadas y sensibilizadas / No. de cursos	2019	5,248 / 107 = 49 personas capacitadas y sensibilizadas por curso	100%	31	62.97%	(7,628 / 246) = 31 personas capacitadas por curso	63.27%	(8,138 / 270) = 31 personas capacitadas por curso	63.27%	(8,644 / 290) = 30 personas capacitadas por curso	61.22%	(9,151 / 310) = 29 personas capacitadas por curso	59.18%	(40,689 / 1,347) = 30 personas capacitadas por curso	61.22%
Subproducto 1: Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos en Guatemala	Persona	7,000	Q1,983,360.00	7,500	Q2,083,360.00	8,000	Q2,187,060.00	8,500	Q2,296,530.00	9,000	Q2,411,382.50	Promedio de personas capacitadas y sensibilizadas por curso en temas turísticos	No. de personas capacitadas y sensibilizadas / No. de cursos	2019	(4,978 / 105) = 47 personas capacitadas por curso	100%	31	66.19%	(7,500 / 240) = 31 personas capacitadas por curso	65.96%	(8,000 / 255) = 31 personas capacitadas por curso	65.96%	(8,500 / 270) = 31 personas capacitadas por curso	65.96%	(9,000 / 285) = 32 personas capacitadas por curso	68.09%	(40,000 / 1,275) = 31 personas capacitadas por curso	65.96%
Subproducto 2: Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística en Guatemala.	Persona	128	Q16,640.00	128	Q16,640.00	138	Q17,940.00	144	Q18,720.00	151	Q19,630.00	Promedio de personas capacitadas por curso en temas de calidad turística	No. de personas capacitadas y sensibilizadas / No. de cursos	2019	(248 / 2) = 124 personas capacitadas por curso	100%	21	17.20%	(128 / 6) = 21 personas capacitadas por curso	300%	(138 / 15) = 9 personas capacitadas por curso	750%	(144 / 20) = 7 personas capacitadas por curso	1000%	(151 / 25) = 6 personas capacitadas por curso	1250%	(689 / 72) = 10 personas capacitadas por curso	720%

## Anexo 1: MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA MULTINUAL INSTITUCIONAL (vinculación)

Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Meta de producto / subproducto por año										Indicadores de Producto / subproducto																
		2026		2027		2028		2029		2030		Nombre del indicador producto / subproducto	Fórmula del indicador producto / subproducto	Línea base			2026		2027		2028		2029		2030		Meta del periodo	
		Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q			Año	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 (%)
Producto 5: Personas jurídicas e individuales con el distintivo de calidad turística en Guatemala	Entidad	56	Q2,020,707.74	60	Q1,896,835.74	64	Q1,946,800.00	68	Q1,996,850.00	72	Q2,041,900.00	Porcentaje de eficacia en la implementación del distintivo de calidad turística	(No. Personas jurídicas con distintivo de calidad turística / No. Da personas jurídicas con primer informe de verificación en calidad turística) * 100	2016	(42 / 42) = 1	100%	(56 / 56) = 1	100.00%	(60/60) = 1	100%	(64/64) = 1	100%	(68/68) = 1	100%	(72/72) = 1	100%	(320/ 320) = 1	100%
Subproducto 1: Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística en Guatemala	Entidad	38	Q488,872.00	40	Q500,000.00	42	Q525,000.00	44	Q550,000.00	46	Q575,000.00	Porcentaje de empresas turísticas con Asistencia Técnica en Calidad Turística	(No. de empresas con asistencia técnica / No. De personas jurídicas con capacidades) * 100	2018	(55 / 100) = 0.55	55%	0.30	30%	0.30	(40/132) *100= 30%	0.31	(42/135) *100= 31%	0.31	(44/144) *100= 31%	0.30	(46/151) *100= 30%	0.30	(210 / 690) * 100 = 30%
Subproducto 2: Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales en Guatemala	Documento	56	Q1,371,835.74	60	Q1,396,835.74	64	Q1,421,800.00	68	Q1,446,850.00	72	Q1,466,900.00	Porcentaje de verificación en Calidad turística	(No. de empresas con verificación inicial / No. de asistencias técnicas) * 100	2018	(92 / 55) = 1.67	167%	1.47	147.37%	1.5	150.00%	1.52	152.38%	1.55	154.55%	1.57	156.52%	1.52	152.38%
Producto 6: Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala	Señal de tránsito	600	Q1,100,000.00	600	Q1,100,000.00	600	Q1,100,000.00	600	Q1,100,000.00	600	Q1,100,000.00	Cobertura de señalización turística	No. de señales / departamentos señalizados	2017	(263/13) = 20 señales por departamento	100%	30	150.00%	40	200.00%	40	200.00%	40	200.00%	40	200.00%	164	820%
Subproducto 1: Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito (vial)	400	Q600,000.00	400	Q600,000.00	400	Q600,000.00	400	Q600,000.00	400	Q600,000.00	Cobertura de señalización turística	No. de señales / departamentos señalizados	2017	(263/13) = 20 señales por departamento	100%	(400/20)= 20 señales por departamento	100.00%	(400/20) = 20	100.00%	(400/20) = 20	100.00%	(400/20) = 20	100.00%	(400/20) = 20	100.00%	(2000/20) = 100	500%

## Anexo 1: MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA MULTINUAL INSTITUCIONAL (vinculación)

Producto / Subproducto		Unidad de medida (producto / subproducto)	Meta de producto / subproducto por año										Indicadores de Producto / subproducto																		
			2026		2027		2028		2029		2030		Nombre del indicador producto / subproducto	Fórmula del indicador producto / subproducto	Línea base			2026		2027		2028		2029		2030		Meta del periodo			
			Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q			Año	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 (%)		
	Subproducto 2: Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Señal de tránsito (interpretativa)	200	Q500,000.00	200	Q500,000.00	200	Q500,000.00	200	Q500,000.00	200	Q500,000.00	Cobertura de señalización turística	No. de señales / departamentos señalizados	2017	(1/1) = 1 señal	100%	(200/10) = 20 señales por departamento	2000.00%	(200/10) = 20	2000.00%	(200/10) = 20	2000.00%	(200/10) = 20	2000.00%	(200/10) = 20	2000.00%	(200/10) = 20	2000.00%	(1000/10) = 100	10000%
	Producto 7: Actividades para la conservación y del patrimonio y atractivos turísticos en beneficio de personas individuales y jurídicas en Guatemala.	Evento	108	Q40,447,000.00	126	Q25,517,000.00	134	Q26,087,000.00	140	Q28,157,000.00	148	Q30,227,000.00	Costo por evento	Inversión / No. de eventos	2025	(Q11,522,000.0/ 94) = Q128,829.79 por evento	100%	Q 374,509.26	290.70%	Q 202,515.87	157%	Q 194,679.10	151%	Q 201,121.43	156%	Q 204,236.49	159%	Q 453,043.5	352%		
	Subproducto 1: Actividades para la conservación del patrimonio en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	74	Q1,447,000.00	87	Q1,517,000.00	95	Q1,587,000.00	103	Q1,657,000.00	111	Q1,727,000.00	Costo por evento	Inversión / No. de eventos	2023	(Q11,522,000.0/ 94) = Q128,829.79 por evento	100%	Q 19,554.05	72.01%	Q 17,436.78	64.21%	Q 16,705.26	61.52%	Q 16,087.38	59.24%	Q 15,558.56	57.30%	Q 13,208.51	48.64%		
	Subproducto 2: Actividades para el mantenimiento de atractivos turísticos en beneficio de visitantes nacionales e internacionales en Guatemala.	Evento	34	Q39,000,000.00	39	Q24,000,000.00	39	Q24,500,000.00	37	Q26,500,000.00	37	Q28,500,000.00	Costo por evento	Inversión / No. de eventos	2025	(Q10,475,000.0/ 37) = Q283,108.11 por evento	100%	(Q37,400,000 / 34) = Q1,100,000.00 por evento	389%	Q 615,384.62	865.71%	Q 628,205.13	883.75%	Q 716,216.22	1007.56%	Q 770,270.27	1083.60%	Q 757,526.88	#####		

## Anexo 1: MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA MULTINUAL INSTITUCIONAL (vinculación)

Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Meta de producto / subproducto por año										Indicadores de Producto / subproducto																
		2026		2027		2028		2029		2030		Nombre del indicador producto / subproducto	Fórmula del Indicador producto / subproducto	Línea base			2026		2027		2028		2029		2030		Meta del periodo	
		Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q			Año	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 (%)
Producto 8: Promoción de destinos turísticos de Guatemala a nivel nacional e internacional	Evento	33	Q153,200,000.60	32	Q156,100,000.00	32	Q155,984,956.00	32	Q158,810,000.00	32	Q161,665,500.00	Costo por actividad de promoción	Inversión / No. de eventos	2026	Q153,200,000 / 32 = Q4,787,500.00	100%	Q4,787,500.0	100.00%	Q4,878,125.0	101.89%	Q 4,874,529.9	101.82%	Q4,962,812.5	103.66%	Q 5,052,046.9	105.53%	Q 4,911,002.9	102.58%
Subproducto 1: Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (campañas nacionales)	8	Q21,500,000.60	7	Q23,100,000.00	7	Q23,200,000.00	7	Q23,500,000.00	7	Q24,000,000.00	Promedio de alcances por departamento por pauta realizada en los departamentos	Alcance obtenido / Departamentos con pauta	2025	74,567,940/22= 3,389,451	100%	1,136,364	33.53%	13,863,636.4	409%	13,727,272.7	405%	13,863,636.4	409%	13,818,181.8	406%	68,909,091	2033%
Subproducto 2: Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento (campañas internacionales)	2	Q94,000,000.00	2	Q94,300,000.00	2	Q94,584,956.00	2	Q95,200,000.00	2	Q95,550,000.00	Índice comparativo de ingreso de visitantes	(Número de visitantes año n de los mercados en donde se realizó campaña promocional - Número de visitantes año n-1 de los mercados en donde se realizó campaña promocional) / número de visitantes año n-1 de los mercados en donde se realizó campaña	2021	0.0014	(483.804 / 483.132) *100 = 0.14%	0.152	15.24%	0.05	5.00%	0.05	5.00%	0.05	5.00%	0.05	5.00%	0.07	6.72%
Subproducto 3: Gestión y representación en ferias turísticas internacionales para la promoción turística en beneficio de personas jurídicas e individuales.	Evento	23	Q37,700,000.00	23	Q38,700,000.00	23	Q38,200,000.00	23	Q40,110,000.00	23	Q42,115,500.00	Negocios potenciales o concretados por el sector privado guatemalteco en ferias turísticas internacionales	Total de negocios potenciales o concretados por el sector privado guatemalteco (citas) / número de ferias turísticas internacionales	2024	4,690/22= 213 citas por feria	100%	5,907 / 23=256 citas por feria	120.19%	283	133%	296	139%	283	133%	304	143%	284	134%

## Anexo 1: MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA MULTINUAL INSTITUCIONAL (vinculación)

Producto / Subproducto	Unidad de medida (producto / subproducto)	Meta de producto / subproducto por año										Indicadores de Producto / subproducto																
		2026		2027		2028		2029		2030		Nombre del indicador producto / subproducto	Fórmula del indicador producto / subproducto	Línea base		2026		2027		2028		2029		2030		Meta del periodo		
		Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q	Meta física	Meta financiera en Q			Año	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 (%)
Producto 9: Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel internacional	Evento	143	Q7,600,000.00	142	Q7,600,000.00	144	Q7,730,000.00	146	Q7,866,500.00	148	Q8,009,825.00	Gasto en actividades de comercialización turística	Inversión / No. de eventos	2026	Q 7,600,000 / 143 = Q 53,146.85 por evento	100%	Q 53,146.85	100.00%	Q 53,521.13	101%	Q 53,680.56	101%	Q 53,880.14	101%	Q 54,120.44	102%	Q 53,674.03	101%
Subproducto 1: Actividades de comercialización del producto turístico en beneficio de personas jurídicas e individuales a nivel internacional.	Evento	42	Q2,600,000.00	42	Q2,600,000.00	44	Q2,730,000.00	46	Q2,866,500.00	48	Q3,009,825.00	Porcentaje de negocios concretados y/o concretados en las ruedas de negocios	(Negocios potenciales y/o concretados por sector privado guatemalteco / Contactos mayoristas extranjeros) * 100	2019	0.80	(318/398) * 100 = 80%	1.01	100.73%	1.01	100.73%	1.01	100.73%	1.01	100.73%	1.01	100.73%	1.01	100.73%
Subproducto 2: Visitantes internacionales e internacionales beneficiados con viajes de familiarización y prensa en Guatemala	Evento	101	Q5,000,000.00	100	Q5,000,000.00	100	Q5,000,000.00	100	Q5,000,000.00	100	Q5,000,000.00	Retorno de la inversión en giras de prensa, televisión y filmación	((Valor total del mercado de las publicaciones de las giras - Gasto por giras prensa, televisión y filmación) / Gasto por giras prensa, televisión y filmación) * 100	2023	0.28	28%	3	300.00%	3	300%	3	300%	3	300%	3	300%	3	300%