



**GOBIERNO de  
GUATEMALA**  
DR. ALEJANDRO CIAMMATTEI

INSTITUTO  
GUATEMALTECO  
DE TURISMO



# Plan Operativo Multianual 2024-2028

## Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

Abril 2023

---

7.ª avenida 1-17 zona 4, Centro Cívico, Ciudad de Guatemala  
Teléfonos: 2290-2800

[www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt)

Siganos en:



@inguat



@inguatprensa



@inguat.gob



comunicacioninguat

## PRESENTACIÓN

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

El Plan Operativo Multianual (POM) 2024-2028 del Instituto Guatemalteco de Turismo, se elaboró con la finalidad de establecer las acciones que permitan atender los compromisos adquiridos de acuerdo a: el Plan Nacional de Desarrollo K’atun nuestra Guatemala 2032, Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), Metas Estratégicas de Desarrollo (MED), Política General de Gobierno -PGG- 2020-2024, Plan Maestro de Turismo Sostenible (PMTS) 2015-2025, aprobado mediante Acuerdo Gubernativo No. 149-2016 de fecha uno de noviembre de 2016, bajo un enfoque de Gestión por Resultados -GpR-. Además, se hizo una vinculación con planes y políticas públicas, principalmente en temas de coordinación, diseño e implementación de la planificación sectorial y cualquier otro compromiso adquirido en el marco de las competencias de esta institución.

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

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

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

El Instituto Guatemalteco de Turismo, ha enfocado los esfuerzos en fortalecer los equipos de trabajo a cargo de las Direcciones Administrativa Financiera, Mercadeo y Desarrollo del Producto Turístico y unidades de apoyo, para desarrollar las diferentes líneas estratégicas de acción, que permita que el turismo local e internacional se reactive a escenarios que supere los resultados antes de la pandemia del COVID-19.

Dentro del proceso de resiliencia se han realizado diferentes acciones de comercialización con el propósito de promover el turismo interno y lograr el desplazamiento de guatemaltecos y extranjeros y se esperan resultados positivos a corto y mediano plazo para el sector turístico. Sin embargo, aún hay mucho por hacer y la oportunidad de desarrollar competencias, a través de la innovación que agreguen valor a los servicios turísticos y orientar los esfuerzos que lleven bienestar a la población que de forma directa e indirecta se beneficia del turismo, así como los diferentes actores que forman parte de la cadena de valor del turismo.

Como información complementaria es importante exponer que el INGUAT para su funcionamiento depende de los ingresos tributarios en concepto de impuestos del 10% sobre Hospedaje y el Impuesto Fiscal de Salida del País vía Aérea y Marítima y de acuerdo a las proyecciones con respecto a estos impuestos para el período 2024-2028, se programan las actividades más elementales para alcanzar los objetivos institucionales.



**Lic. Alejandro Iván De León Aquino**  
**Director General en Funciones**

## ÍNDICE

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



## PLAN MULTIANUAL -POM-

El Plan Operativo Multianual (POM) para el período 2024-2028, se elaboró partiendo de las estrategias y acciones contenidas en el Plan Estratégico Institucional del Instituto Guatemalteco de Turismo y visualiza la programación de los recursos financieros a utilizar en los distintos programas, durante los ejercicios fiscales 2024 al 2028. El POM sirve como 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 del Ministerio de Finanzas Públicas.

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.

Por otro lado, durante el 2024 esta entidad debe evaluar los alcances y resultados del PMTS e implementar las acciones necesarias para proponer un ajuste en cuanto al contenido para innovar y fortalecer este documento que constituye el instrumento de planificación territorial, donde involucra al sector público y privado turístico, entre otros. También será importante tomar en consideración, las tendencias del turismo de acuerdo a la información que se obtenga de fuentes primarias y secundarias. El INGUAT estará a la vanguardia de los escenarios para la reactivación del turismo nacional e internacional, para desarrollar la actividad turística en Guatemala de forma sostenible, al promover el ordenamiento del territorio nacional en función de su potencial, la diversificación y puesta en valor de la oferta turística y posicionar la marca país Guatemala "Asombrosa e Imparable".

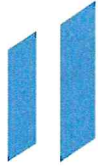
El PMTS se vincula con el Plan Nacional de Desarrollo K'atun Nuestra Guatemala 2032, en los ejes 1 Guatemala Urbana y Rural y 3 Riqueza para Todos y Todas, lo cual constituye un logro importante, principalmente porque a través de las actividades turísticas que se desarrollan en los diferentes destinos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



## I. METAS DE PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

PRODUCTOS						
Descripción	Unidad de Medida	Meta				
		2024	2025	2026	2027	2028
Personas jurídicas e individuales con información estadística y promocional turística	Documento (boletines estadísticos y material promocional)	176	204	214	224	225
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales	Eventos	1655	1821	2003	2203	2423
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	9600	9600	9700	9800	10 000
Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos	Personas	5632	6138	6644	7151	7655
Personas jurídicas con distintivo de calidad turística	Empresas	62	72	82	92	102
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito	590	610	625	635	650
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Evento	53	58	66	73	77
Promoción de destinos turísticos de Guatemala	Evento (campañas nacionales e internacionales y viajes de fam&press)	126	130	134	138	142
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (ferias, ruedas de negocios y activaciones promocionales BTL)	67	72	78	83	89

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

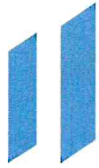


SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta				
		2024	2025	2026	2027	2028
Información estadística turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (boletines estadísticos)	156	179	184	189	194
Información promocional turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Documento (material promocional)	20	25	30	35	31
Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística	Personas	38 331	40 248	42 260	44 373	46 592
Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Evento	900	990	1089	1198	1318
Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales	Evento	755	831	914	1005	1105
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	9600	9600	9700	9800	10 000
Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	Personas	5500	6000	6500	7000	7500
Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística	Personas	132	138	144	151	155
Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística	Empresas	42	47	52	57	62
Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Documento	62	72	82	92	102

SUBPRODUCTO	Unidad de medida	Meta				
		2024	2025	2026	2027	2028
Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales.	Señal de tránsito (señales viales)	240	255	265	270	280
Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito (interpretativas)	350	355	360	365	370
Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Evento	53	58	66	73	77
Promoción turística por medios de difusión a nivel nacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (Campañas nacionales)	6	6	6	6	6
Promoción turística por medios de difusión a nivel internacional en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento (campañas internacionales)	5	5	5	5	5
Visitantes nacionales e internacionales beneficiados con viajes de familiarización y prensa	Evento (Viajes de Fam & Press)	115	119	123	127	131
Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias turísticas	Evento (ferias presenciales y virtuales)	22	25	28	31	34
Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en caravanas y misiones comerciales	Evento (caravanas/ruedas de negocio y activaciones BTL)	45	47	50	52	55

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





En el **Anexo 1**, se observa la matriz del Plan Operativo Multianual con su vinculación a la PND, MED y PGG 2020-2024, asimismo, los productos y subproductos se vinculan a los resultados estratégicos institucionales.

## II. Seguimiento a nivel multianual

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

## III. Presupuesto multianual

PROGRAMA	PRESUPUESTO				
	2024	2025	2026	2027	2028
01 "Actividades Centrales"	Q178,587,206.00	Q173,229,590.00	Q174,961,886.00	Q176,711,504.00	Q 178,478,619.00
011 "Servicios de Turismo"	Q24,872,748.00	Q19,100,268.00	Q19,291,271.00	Q21,992,049.00	Q 26,315,458.00
012 "Incremento de la Competitividad Turística"	Q47,637,717.00	Q52,678,212.00	Q63,075,279.00	Q71,353,539.00	Q 72,409,765.00
013 "Promoción del Potencial Turístico de Guatemala"	Q151,826,481.00	Q152,584,808.00	Q155,475,477.00	Q160,166,146.00	Q 169,825,996.00
099 "Partidas no Asignables a Programas"	Q9,190,020.00	Q1,110,346.00	Q1,113,133.00	Q1,124,419.00	Q 1,154,138.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q412,114,172.00</b>	<b>Q398,703,224.00</b>	<b>Q413,917,046.00</b>	<b>Q431,347,657.00</b>	<b>Q 448,183,976.00</b>

Fuente: Departamento Financiero del INGUAT

## Anexo 1

### Matriz de Plan Operativo Multianual 2024-2028

---





PND	MED	Metas Políticas General de Gobierno PGG				RESULTADO		META POR AÑO											
		Pilar	Objetivo Sectorial	Acción	Meta	RED	Descripción de Resultado	Nivel	2024		2025		2026		2027		2028		
									Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	
Emple 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.	Relaciones con el Mundo	Promover el turismo en el exterior	Fomento de la inversión privada en el sector turismo mediante inventos fiscales localizados, prestación de asistencia técnica y financiera y la construcción de emprendimientos productivos y capacitación para una buena gestión	Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales	N/A	Para el 2027, 1.67% de las empresas recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos	X	Personas jurídicas e individuales capacitadas y sensibilizadas en temas turísticos	5,500	Q 1,982,840.00	6,000	Q 2,081,982.00	6,500	Q 2,186,081.10	7,000	Q 2,295,385.15	7,500	Q 2,410,154.41
									Personas jurídicas e individuales capacitadas en calidad turística.	132	Q 17,160.00	138	Q 17,940.00	144	Q 18,720.00	151	Q 19,630.00	155	Q 20,150.00
Emple 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.	Relaciones con el Mundo	Promover la imagen y marca país en el exterior	Posicionar a Guatemala como un país sujeto de inversión, de visitar y adquirir sus productos, para ello se deberán impulsar acciones en pro de la mejora de infraestructura y aumentar la competitividad y seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos	Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales	N/A	Para el 2027, 1.67% de las empresas recomendables registradas en el INGUAT, tienen un distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos	X	Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística.	42	Q 484,640.00	47	Q 508,872.00	52	Q 534,315.60	57	Q 561,031.38	62	Q 589,082.94
									Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	62	Q 1,590,000.00	72	Q 1,669,500.00	82	Q 1,752,975.00	92	Q 1,840,623.76	102	Q 1,932,654.95
Emple 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.	Relaciones con el Mundo	Promover el turismo en el exterior	Inversión en infraestructura para el turismo	Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales	N/A	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	X	Señalización vial turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	240	Q 620,000.00	255	Q 620,000.00	265	Q 620,000.00	270	Q 620,000.00	280	Q 620,000.00
									Señalización interpretativa turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	350	Q 619,585.50	355	Q 619,585.50	360	Q 619,585.50	365	Q 619,585.50	370	Q 619,585.50
Emple 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.	Relaciones con el Mundo	Promover el turismo en el exterior	Impulso del turismo interno por medio de eventos deportivos, culturales, sociales, familiares, religiosos y educativos	Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales	N/A	Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos priorizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	X	Personas jurídicas e individuales beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	53	Q 1,435,000.00	58	Q 1,515,000.00	66	Q 1,575,000.00	73	Q 1,695,000.00	77	Q 1,875,000.00
									Eventos	126	Q 114,960,400.0	130	Q 117,505,400.00	134	Q 120,315,400.00	138	Q 123,125,400.00	142	Q 125,935,400.00
								Producto 8:											

PND	MED	Metas Políticas General de Gobierno PGG 2020-2024				RESULTADO		META POR AÑO															
		Pilar	Objetivo Sectorial	Acción	Meta	RED	Descripción de Resultado	Nivel		2024		2025		2026		2027		2028					
								Inicial	Intermedio	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera				
Emple e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas que promuevan el turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	Relaciones con el Mundo	Promover la imagen y marca país en el exterior	Promocionar al país, sus productos y el portafolio de proyectos de inversión mediante información por diferentes medios según la planificación de inversión mediante la disposición de diplomáticas	Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales	N/A	Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21% respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campañas nacionales, internacionales, ferias, viajes de fam&press, caravanas/ruedas de negocios, folletería y delegaciones)	X	Intermedio	Producto	SUBPRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera			
													6	Q 20,000,000.0	6	Q 20,500,000.0	6	Q 21,000,000.0	6	Q 21,500,000.0	6	Q 22,000,000.0	6
Emple e inversión	MED 8 - Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas que promuevan el turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	Relaciones con el Mundo	Promover la imagen y marca país en el exterior	Promocionar al país, sus productos y el portafolio de proyectos de inversión mediante información por diferentes medios según la planificación de inversión mediante la disposición de diplomáticas	Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales	N/A	Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21% respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campañas nacionales, internacionales, ferias, viajes de fam&press, caravanas/ruedas de negocios, folletería y delegaciones)	X	Producto 9:	Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias turísticas	Evento (ruedas de negocios)	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera	Meta física	Meta financiera			
													22	Q 23,000,000.0	25	Q 25,300,000.0	28	Q 27,830,000.0	31	Q 30,613,000.0	34	Q 33,674,300.0	36
												TOTAL		Q 163,486,079.50		Q 168,679,796.73		Q 175,468,170.31		Q 182,650,353.66		Q 190,417,890.46	

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



## Anexo 2

### Ficha de seguimiento multianual

---



ANEXO 21: Ficha de seguimiento multianual

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

SEGUIMIENTO A NIVEL MULTIANUAL DEL RESULTADO

RESULTADO INSTITUCIONAL FINAL E INTERMEDIOS	INDICADOR DE RESULTADO (descripción)	INDICADORES DE RESULTADO																	
		LINEA DE BASE			2024			2025			2026			2027			2028		
		META		ANO	META		META		META		META		META		META		META		
Fórmula del Indicador (descripción)		Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada
Para el 2020, algunos atractivos de los 7 principales destinos turísticos se han fomentado, desarrollado y promovido de manera integral	Impacto de la inversión en los principales destinos prioritizados	$\frac{\text{No. de visitantes a los principales destinos turísticos según PMTS} / 2018}{\text{Total de la inversión en algunos atractivos turísticos de los principales destinos prioritizados}} \times 100$	Q 38.99	100.00%	Q 13.68	64.91%	Q 11.81	69.71%	Q 11.93	69.41%	Q 12.11	68.94%	Q 12.21	68.68%					
Para el 2027, se han diseñado indicadores de medición de avance en la implementación de la Cuenta Satélite de Turismo	Porcentaje de avance en la implementación de la CST	$\frac{\text{Inversión en acciones de marketing} / \text{Ingresos de divisas año n}}{\text{Inversión en acciones de marketing} / \text{Ingresos de divisas año n-1}} \times 100$	0	0.00%	0.4	40.0%	0.4	40.0%	0.5	50.0%	0.6	60.0%							
Para el 2027, el ingreso de divisas ha incrementado en 21%* respecto al año 2019, por el aumento del posicionamiento turístico de Guatemala, como producto de la inversión en acciones de mercadeo (campañas nacionales, internacionales, viajes de fan&press, ferias, caravanas, material promocional y información turística)	Eficiencia de acciones de mercadeo (campañas nacionales, internacionales, viajes de fan&press, ferias, caravanas, material promocional y información turística)	$\frac{\text{Ingreso de divisas año n} / \text{Ingresos de divisas año n-1}}{\text{Inversión en acciones de marketing} / \text{Ingresos de divisas año n-1}}$	Q 0.99	98.9%	0.987	98.7%	0.988	98.8%	0.989	98.9%	0.989	98.9%							
Para el 2027, 1.67% de las empresas de hospedaje recomendables registradas en el INGUAT, tienen distintivo de calidad turística, lo cual asegura la mejora en la prestación de servicios turísticos.	Empresas de hospedaje recomendables con distintivo de calidad turística	$\frac{\text{Empresas de hospedaje recomendables que tienen distintivo de Calidad Turística en año n}}{\text{Total de empresas de hospedaje recomendables registradas}} \times 100$	0.0205	2.1%	0.0112	1.12%	0.0128	1.28%	0.0144	1.44%	0.0167	1.67%							
Para el 2027, algunos atractivos de 4 destinos turísticos prioritizados, se han fomentado y desarrollado de manera integral, diversificando la oferta turística	Impacto de la inversión en los principales departamentos de los 4 destinos prioritizados	$\frac{\text{No. de visitantes a los principales destinos turísticos según PMT}}{\text{Total de la inversión en algunos atractivos de los principales destinos prioritizados}} \times 100$	Q 37.35	100.00%	Q 3.37	100.00%	Q 3.21	100.00%	Q 3.67	100.00%	Q 3.95	100.00%							

SEGUIMIENTO A NIVEL MULTIANUAL DE LOS PRODUCTOS

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADOR DE PRODUCTO Y FORMULA	INDICADORES DE PRODUCTO																	
			LINEA DE BASE			2024			2025			2026			2027			2028		
			META		ANO	META		Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	META		Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	META		Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada
Personas jurídicas e individuales con información estadística y promocional turística	Documento / Persona	Cobertura de la información turística* (Visitantes internacionales atendidos en las Oficinas de Información Turística / Total de visitantes atendidos en las Oficinas de Información Turística) * 100	0.41	41.03%	0.19	19.00%	0.19	19.00%	0.19	19.00%	0.19	19.00%	0.19	19.00%	0.19	19.00%	0.19	19.00%		
Servicios de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales	Evento	Cobertura de asistencia en seguridad: (Número de visitantes atendidos / Número de eventos)	8	100.00%	29	362.5%	28	350.0%	28	350.0%	27	337.5%	27	337.5%	27	337.5%	27	337.5%		
Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales	Documento	Verificación de empresas turísticas: (Total de verificaciones de empresas turísticas realizadas en el año / Total empresas registradas) * 100	1.36	135.69%	0.94	94.04%	0.91	90.56%	0.88	88.16%	0.86	85.79%	0.84	84.33%	0.84	84.33%	0.84	84.33%		
Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos	Persona	Capacitación y sensibilización turística: No. de personas capacitadas / No. de cursos realizados	27	100%	40	148%	40	148%	39	144%	39	144%	38	141%	38	141%	38	141%		
Personas jurídicas con distintivo de calidad turística	Entidad / Documento	Porcentaje de eficacia en la implementación del distintivo de calidad turística: (Total de personas jurídicas con distintivo de calidad turística año n/ Número de personas jurídicas con primer informe de verificación en calidad turística año n) * 100	1.00	100.00%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%		
Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales	Señal de tránsito	Cobertura de señalización turística: No. de señales / Departamentos señalizados	13	200%	39	200%	41	215%	42	223%	42	223%	43	231%	43	231%	43	231%		



PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADOR DE PRODUCTO Y FORMULA	INDICADORES DE PRODUCTO																	
			LINEA DE BASE			2024			2025			2026			2027			2028		
			AÑO	Meta Absolutos	Meta Relativos	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada	Datos Absolutos	Datos Relativos	Ejecución Estimada
Promoción de destinos turísticos de Guatemala	Evento	Índice comparativo de ingreso de visitantes año n y año n-1 por campañas a nivel internacional en mercados prioritarios*: (Número de visitantes año n en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional - número de visitantes año n-1 en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional) * 100	2016	0.03	2.52%	0.29	28.94%	0.11	10.53%	0.16	15.79%	0.05	5.00%	0.05	5.00%					
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) * 100	2017	5.28	528.30%	4.86	486.44%	6.15	615.06%	5.88	588.31%	5.92	591.99%	5.68	568.31%					
Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales	Evento	Inversión por negocio y/o concretado: Gasto en ferias y caravanas / Total de negocios y/o concretados por el sector privado guatemalteco	2017	Q. 3,806.7	100.00%	Q. 4,928.9	29.48%	Q. 4,704.9	23.60%	Q. 4,995.6	31.23%	Q. 4,997.7	31.29%	Q. 5,043.5	32.49%					

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

