

32. Instituto Nicaragüense de Turismo

32.1 Misión

Promover el desarrollo sostenible del sector turístico nicaragüense, fortaleciendo las potencialidades de Nicaragua como destino turístico, gestionando eficiente y eficazmente políticas, estrategias, programas y proyectos, en complementariedad y responsabilidad compartida, a fin de contribuir a la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de las y los nicaragüenses.

32.2 Situación del Sector

La Organización Mundial del Turismo refiere que la llegada de turistas internacionales a nivel mundial durante 2016 experimentó un crecimiento del 3.9%, alcanzando la cifra de 1,235 millones de turistas en todo el mundo. La región de Europa alcanzó los 615 millones de turistas, Asia y El Pacífico 308.6 millones, América 200.2 millones, África 57.8 millones y Oriente Medio 53.6 millones.

A nivel regional, la región Asia-Pacífico y África registraron el mayor crecimiento de las llegadas de turistas con 8.6% y 8.2% respectivamente, Europa mostró un comportamiento heterogéneo entre destinos debido a los problemas de seguridad (2.0%), mientras Oriente Medio indicó un descenso (-4%). Por su parte, América mantuvo el ritmo de crecimiento (3.9%), sobresaliendo América del Sur y Central (6.0%), seguido del Caribe y América del Norte con 4.8% y 3.0% respectivamente.

En Nicaragua la llegada de turistas presentó un crecimiento del 8.5%, alcanzando los 1.5 millones de turistas, con una estadía promedio de 9.5 días y 44.8 dólares de gasto promedio diario, superior a los 8.7 días de estadía promedio y 41.5 dólares de gasto promedio del año anterior, lo cual favoreció la generación de US\$642.1 millones de dólares en divisas al país.

Los seis centros turísticos públicos administrados por INTUR recibieron 2.48 millones de visitantes, un 6.3% superior al año anterior, favoreciendo la restitución de derechos para la recreación y sano esparcimiento de las familias nicaragüenses.

Se aprobaron 54 proyectos de inversión en el marco de la Ley de incentivos turísticos (Ley No.306) con un monto aprobado de hasta US\$59.9 millones.

En 2016 se registraron y renovaron licencias de operación a 6,997 empresas turísticas, un 5.1% superior al año anterior. Se dispone de 20,165 habitaciones al servicio, distribuidas en sencillas, dobles, triples, múltiples y suites, con un total de 30,858 camas. Se cuenta con 13,540 habitaciones de oferta distribuidas en sencillas, dobles, triples, múltiples y suites, con un total de 23,043 camas a nivel nacional.

Las empresas autorizadas contribuyeron a la generación de 45,372 empleos, de los cuales el 51.9% son ocupados por mujeres. El 99.8% de empresas autorizadas a nivel nacional corresponde a micro, pequeñas y medianas empresas.

El análisis institucional nos muestra un crecimiento en nuestra gestión en donde identificamos que nuestros mayores logros han sido:

- Mayor promoción de la oferta turística de nuestro país a nivel internacional, a través de la realización de viajes de prensa y familiarización, plataformas digitales, pauta de spot promocionales en líneas aéreas y apoyo a principales ferias internacionales de turismo.

- Mayores espacios de recreación en los centros turísticos, producto de los proyectos realizados y en ejecución.
- Equipamiento con maquinaria y herramientas en los centros turísticos.
- Cobertura policial en los centros turísticos.
- Mejoramiento en la comunicación fluida y oportuna entre las áreas técnicas de INTUR central y delegaciones departamentales, para la coordinación de actividades a nivel territorial.
- Mejoramiento de la operatividad institucional mediante renovación de flota vehicular y agilización de trámites de pago de viáticos.
- Recurso humano con experiencia y compromiso.

De la misma forma identificamos que podemos lograr una mejor gestión en busca de calidad si aprovechamos el mayor acercamiento del INTUR con los protagonistas del sector turismo a nivel nacional y en centros turísticos, mediante realización de mesas de trabajo, intercambio de experiencias exitosas, encuentros municipales y departamentales, congresos y foros; las alianzas con nuevas asociaciones de turismo, agencias de viajes y mayoristas; la aplicación de la Ley público privado en inversiones dentro de los centros turísticos; simplificación y agilización de trámites para los protagonistas que están invirtiendo en el sector turismo; los avances en el marco del Programa de Modernización de Puestos Fronterizos; actualización de la Estrategia Nacional de Turismo, que proporcionará elementos esenciales para la elaboración de la cartera de proyectos y gestión de recursos; disponibilidad de bienes inmuebles institucionales, que podrían aprovecharse para la identificación de proyectos de interés turístico.

Así también, el INTUR presenta elementos débiles que rezagan su accionar como: Espacio físico limitado y poco mantenimiento a las instalaciones; carecimiento de herramientas tecnológicas necesarias para desarrollar el trabajo en promoción; no se realiza medición del impacto de los eventos de animación turística, su grado de aceptación e ingreso económico al municipio; personal institucional contratado por período determinado no es absorbido por la institución, lo que provoca salida de personal con capacidades adquiridas, principalmente al finalizar la ejecución de proyectos; personal limitado en algunas áreas de la institución, tales como centros turísticos, división de proyectos y divulgación y prensa, así como poca capacitación y desarrollo del personal a nivel central y territorial.

Por otro lado, existen factores que amenazan el crecimiento turístico logrado y en los que hay que enfatizar y priorizar para obtener un mayor crecimiento y hacerlo de forma sostenida, estos son: Lento crecimiento de ingresos generados por turismo, debido a que aún no hemos logrado captar turistas con poder adquisitivo más elevado; baja diversificación de la oferta turística, que permita incrementar el gasto y estadía promedio de los turistas en el país; pequeños inversionistas no logran acceder a los beneficios de la Ley de Incentivos a la Industria Turística (Ley No.306); señalización turística insuficiente para la promoción de los destinos turísticos; Falta de herramientas en la parte de registro para la categorización y evaluación de algunas actividades turísticas que han cobrado relevancia en los últimos años; establecimientos hoteleros no comprometidos en la recolección y suministro de registro estadístico de su actividad; limitaciones de los pequeños negocios del sector para acceder al crédito con la banca privada para la implementación de planes de mejora que contribuyan a mejorar la calidad; problemas de propiedad, agua potable y alcantarillado sanitario en los centros turísticos administrados por INTUR; falta de coordinación interinstitucional entre Dirección General de Migración y Extranjería e INTUR, referente a las solicitudes de residentes pensionados y rentistas (Ley No.694); introducción de nuevas tecnologías (sistemas en línea), que dificulten en el período de adaptación, el trámite de las exoneraciones fiscales a

los protagonistas que se acogen a los beneficios de la Ley No.306; pocos organismos cooperantes en el sector turismo; poca comunicación ágil y efectiva con las entidades rectoras de los sistemas que se están implementado en línea (SIAEX), conllevando a eventuales retrasos en los tiempos de respuesta a solicitudes de los protagonistas, entre otros.

La planificación está centrada en los Ejes de la Estrategia Nacional de Turismo apegados a los lineamientos de la política de fomento al turismo, de los cuales se derivarán las acciones a desarrollar para la puesta en valor de los pequeños negocios y emprendimientos turísticos.

Desde el INTUR, estamos comprometidos a trabajar en la consecución y logro de los siguientes objetivos estratégicos:

- Desarrollar nuestra propuesta turística, reconociendo y valorando la manera y forma de vivir del nicaragüense como principal atractivo.
- Destacar todas las tradiciones religiosas y culturales, la devoción y la fe que movilizan las culturas locales, y la cultura nacional de nuestra Nicaragua.
- Destacar la Seguridad Ciudadana, privilegio de esta Nicaragua, que posibilita el disfrute de nuestros visitantes, como en pocas partes del Mundo.
- Poner en valor las actividades productivas del campo convirtiéndolas en un atractivo turístico para el disfrute de los visitantes.
- Promover lo que nos enorgullece de ser nicaragüense.
- Promover la calidad en los servicios turísticos ofertados como Oferentes y Receptores.
- Garantizar la integridad de nuestra cultura y protección de nuestra familia en general.
- Promover la inversión en la comunidad para dinamizar la economía.
- Fomentar la promoción turística nacional e internacional de nuestras tradiciones, de manera que el desarrollo turístico contribuya al disfrute de una mejor vida que merecemos los Nicaragüenses.

32.3 Prioridades Estratégicas

- **Posicionar la Imagen País**

Desarrollar nuestra propuesta turística, reconociendo y valorando la manera y forma de vivir del nicaragüense como principal atractivo. Se proyecta realizar viajes de prensa, producción audiovisual y viajes de familiarización, para dar a conocer la oferta turística de nuestro país a través de medios de comunicación internacionales y viajes de familiarización con mayoristas, agentes o tour operadores internacionales que estén interesados en conocer nuestro país y estén presentes en Norteamérica, Latinoamérica y Europa. Se atenderán cruceros en los Puertos de Corinto, San Juan del Sur y Corn Island, y realizaremos ambientación de bienvenida con la presencia de nuestra Marca País y fotografías que representen nuestra identidad cultural, así como material promocional y presencia de los protagonistas.

Se realizarán viajes de prensa para destacar todas las tradiciones religiosas y culturales, devoción y fe que movilizan las culturas locales y la cultura nacional de nuestra Nicaragua; desarrollar acciones de

mercadeo y publicidad a nivel internacional, contemplando campañas mediáticas y de publicidad en mercados prioritarios, campañas digitales, un Seminario Digital, publicaciones a nivel internacional, ejecución de planes de promoción a través de agencias de relaciones públicas y mercadeo, apoyos a la gestión de embajadas y consulados en el exterior para promover la cultura y tradición de nuestro país, apoyo a ferias internacionales de turismo, Membresías con Asociaciones de Turismo, Alianzas estratégicas aéreas, Visitas Uno a Uno con la industria turística, Acuerdos de colaboración con tour operadoras, agencias, mayoristas y generación de contenido, campañas en líneas y rediseño de web; evaluaremos las empresas turísticas a nivel nacional, para su registro, autorización y operación; procurando un proceso de facilitación adecuado con trámites ordenados y tiempos reducidos para los protagonistas del sector; brindaremos asistencia a empresas turísticas para la implementación de planes de mejora a nivel nacional, que les permitan mantener o aumentar la calidad de sus servicios, infraestructura y equipamiento.

- **Impulsar a los pequeños negocios para mejorar la calidad de los servicios y los ingresos de este sector**

Promover la calidad en los servicios turísticos como Oferentes y Receptores; se impulsará la capacitación de protagonistas de pequeños y medianos negocios turísticos, con el fin de fortalecer sus capacidades y conocimientos para mejorar la atención a los visitantes y calidad en el servicio, mediante sensibilización en diversos temas de interés y en conjunto con el INATEC para promover la educación formal; como resultado de la asistencia que se brindará a pequeños y medianos negocios turísticos.

- **Desarrollar el Turismo Social Comunitario**

Se fomentará la articulación entre los diferentes protagonistas en diálogo, alianza y consenso; se dará asistencia para formular planes estratégicos de desarrollo turístico con el objetivo de brindar a los protagonistas en los territorios una herramienta de planificación que brinde las pautas para un desarrollo turístico ordenado; se elaborarán propuestas de rutas turísticas y planes de acción turística municipales, con el objetivo de revalorizar, aprovechar y potenciar los diversos atractivos y productos turísticos del país; se construirán mapas turísticos con el objetivo de brindar una herramienta para la planificación del entorno, en el que convergen los recursos y para la promoción de los atractivos turísticos de la zona; se realizará entrega de bonos de respaldo a protagonistas de pequeños y medianos negocios turísticos, para desarrollar y fortalecer la oferta de productos y servicios dentro de la cadena de valor del turismo, apuntando a la mejora de la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas; se promoverá la suscripción de códigos de conducta con empresas turísticas a nivel nacional, con el objetivo de promover un turismo responsable y proteger a nuestros niñas, niños y adolescentes de la explotación sexual comercial.

- **Fomentar las Inversiones Turísticas**

Se promoverá la inversión en la comunidad para dinamizar la economía; beneficiando proyectos de inversión turística con beneficios e incentivos de la Ley No.306, a fin de contribuir a la generación de empleos para las familias nicaragüenses y promover un adecuado clima de inversión; se estima la habilitación de nuevas habitaciones como resultado de la oferta de las nuevas empresas del sector hospedaje que se espera inicien operaciones y las empresas que ejecutarán proyectos de ampliación en su infraestructura; se elaborarán perfiles de proyectos turísticos, de conformidad a los ejes de la Estrategia Nacional de Turismo, para la gestión de recursos ante los organismos de cooperación internacional acreditados en Nicaragua; se espera el establecimiento de nuevas empresas turísticas como resultado del crecimiento del sector turismo, las cuales generarán nuevos empleos a nivel nacional.

INDICADORES DE RESULTADO INSTITUCIONAL

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Indicadores de Resultado (Desempeño)								
Empleos generados por las nuevas Empresas Turísticas que abren por primera vez		Unidad		4,431.0	5,840.0	6,314.0	6,344.0	6,361.0
Empresas Turísticas que suben de categoría		Empresa		202.0	204.0	205.0	208.0	211.0
Nuevas habitaciones habilitadas por las empresas Turísticas		Habitación		1,719.0	2,169.0	2,290.0	2,301.0	2,319.0
Turistas que visitan el País		Persona	1,400,000.0	1,563,270.0	1,657.0	1,756.0	1,862.0	1,974.0
Personas que visitan los Centros Turísticos administrados por INTUR		Persona	2,330,000.0	2,650,000.0	2,809,000.0	2,977,540.0	3,156,192.0	3,345,564.0
Ingresos generados al país por Turismo		Millones de Dólares	528.6	676.4	712.0	750.0	790.0	833.0

32.4 Acciones a Desarrollar por Programas Institucionales

PROGRAMA 001 : APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL

En el mediano plazo este programa apoyará el accionar de INTUR en su esfuerzo por desarrollar, mejorar y diversificar la oferta y demanda turística de Nicaragua.

PROGRAMA 012 : PLANEAMIENTO Y DESARROLLO

Este programa está orientado en el mediano plazo, a la elaboración e implementación de planes de desarrollo turístico en los territorios, en conjunto con los protagonistas locales, mediante acciones para la identificación y puesta en valor de productos turísticos que permitan definir con precisión las inversiones a ejecutar.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Planes de Desarrollo Turísticos elaborados o actualizados		Plan		16.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Mapas de Productos Turísticos elaborados		Mapa		40.0	43.0	32.0	34.0	36.0
Rutas y Corredores Turísticos elaborados		Unidad		5.0	2.0	2.0	2.0	2.0
Planes de Acción Turísticas Munic. y/o Depart. elaborados e Implementados		Plan			5.0	1.0	2.0	2.0

PROGRAMA 013 : PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL

Mediante este programa se realizarán actividades a nivel nacional e internacional para promocionar a Nicaragua como un destino turístico sobre la base de nuestra identidad y autenticidad nacional, promoviendo nuestra cultura y tradiciones locales, garantizando la restitución de derechos a la población para la sana recreación y esparcimiento. Se realizarán diversas acciones en función de dinamizar el Turismo Nacional e Internacional a través de las redes sociales y página web del INTUR.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Viajes de prensa, producción audiovisual y viajes de familiarización realizados		Viaje de prensa		66.0	83.0	97.0	111.0	125.0
Eventos de animación Turística realizados		Actividad		626.0	657.0	710.0	732.0	745.0
Cruceros que llegan al País		Unidad		50.0	55.0	60.0	65.0	70.0
Campañías mediáticas de promoción turística realizadas		Campañía	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
Otros Indicadores								
Actividades de fé y religiosidad promovidas		Actividad	174.0	175.0	174.0	165.0	170.0	175.0
Acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional		Acción	32.0	96.0	97.0	98.0	99.0	100.0

PROGRAMA 014 : PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Se propone en mediano plazo continuar promoviendo la inversión turística, mediante la información y divulgación de los beneficios e incentivos turísticos que contiene la Ley 306 (Ley de Incentivos Turísticos).

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Proyectos de inversión turística aprobados con beneficio de ley 306		Proyecto		57.0	59.0	60.0	60.0	60.0
Proyectos de Infraestructura Turística pública ejecutados		Proyecto		1.0		1.0		
Perfiles de proyectos turísticos elaborados.		Perfil		10.0	15.0	10.0	10.0	10.0

PROGRAMA 015 : CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

En este período, proseguirá difundiendo los beneficios del turismo a nivel económico, social, cultural, ambiental y las oportunidades que ofrece a nivel laboral. Fortalecerá en conjunto con las empresas turísticas, las competencias de los empresarios y sus trabajadores, llevará a cabo acciones de sensibilización para concientizar a los actores y la población sobre la importancia y el valor del patrimonio histórico, natural y cultural del país. Continuará brindando asistencia técnica a las MYPIMES registradas en INTUR, para elevar su calidad y logren de esta forma ser más competitivas.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Empresas turísticas autorizadas por el INTUR		Empresa	6,346.0	6,894.0	7,159.0	7,480.0	7,824.0	8,200.0
Empresas Turísticas abren negocio por primera vez		Empresa		1,012.0	1,078.0	1,098.0	1,161.0	1,188.0
Empresas Turísticas asistidas en elaboración de Planes de Mejora		Plan	5,484.0	5,584.0	6,631.0	7,148.0	7,716.0	8,338.0
Protagonistas de pequeños y med. Negocios Turísticos beneficiados con Bonos Turísticos		Beneficiario		1,000.0	150.0	100.0		
Otros Indicadores								
Códigos de conducta suscritos entre empresas turísticas autorizadas e INTUR		Código	6,346.0	6,894.0	7,159.0	7,480.0	7,824.0	8,200.0
Protagonistas de pequeños y medianos negocios turísticos capacitados		Persona	2,000.0	11,230.0	11,300.0	11,500.0	11,700.0	12,000.0

PROYECCIÓN DE EGRESOS POR PROGRAMA Y SUBPROGRAMA
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	200,838	207,293	231,059	250,618	271,958	294,563
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	7,633	10,346	7,839	8,353	8,901	9,438
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	118,182	170,853	185,592	203,169	222,459	243,437
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	58,465	54,912	59,748	65,540	71,904	78,858
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	72,242	23,841	103,992	44,629	29,606	32,315
RUTA DEL CAFÉ	8,985	-	-	-	-	-
TOTAL	466,345	467,245	588,230	572,309	604,828	658,611

PROYECCIÓN POR PROGRAMA, TIPO Y GRUPO DE GASTO
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	200,838	207,293	231,059	250,618	271,958	294,563
GASTO CORRIENTE	148,532	196,911	220,815	239,349	259,562	280,927
SERVICIOS PERSONALES	99,119	117,289	131,464	141,728	152,872	164,423
SERVICIOS NO PERSONALES	38,745	44,270	64,753	70,787	77,407	84,581
MATERIALES Y SUMINISTROS	8,417	12,402	17,090	18,574	20,197	21,928
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	2,251	22,950	7,508	8,260	9,086	9,995
GASTO DE CAPITAL	52,306	10,382	10,244	11,269	12,396	13,636

PROYECCIÓN POR PROGRAMA, TIPO Y GRUPO DE GASTO
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	7,633	10,346	7,839	8,353	8,901	9,438
GASTO CORRIENTE	7,627	9,487	7,812	8,323	8,868	9,402
SERVICIOS PERSONALES	6,535	8,031	6,499	6,878	7,278	7,653
SERVICIOS NO PERSONALES	854	925	776	854	940	1,034
MATERIALES Y SUMINISTROS	238	531	537	591	650	715
GASTO DE CAPITAL	6	859	27	30	33	36
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	118,182	170,853	185,592	203,169	222,459	243,437
GASTO CORRIENTE	115,973	167,138	185,255	202,798	222,051	242,988
SERVICIOS PERSONALES	9,830	12,111	10,610	11,151	11,721	12,220
SERVICIOS NO PERSONALES	93,664	123,982	154,128	169,159	185,676	203,751
MATERIALES Y SUMINISTROS	5,422	7,954	5,198	5,716	6,288	6,917
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	7,057	23,091	15,319	16,772	18,366	20,100
GASTO DE CAPITAL	2,209	3,715	337	371	408	449
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	58,465	54,912	59,748	65,540	71,904	78,858
GASTO CORRIENTE	41,442	47,501	59,733	65,524	71,886	78,838
SERVICIOS PERSONALES	20,042	29,448	31,889	34,894	38,193	41,776
SERVICIOS NO PERSONALES	17,534	14,261	23,126	25,439	27,983	30,781
MATERIALES Y SUMINISTROS	3,860	3,472	4,718	5,191	5,710	6,281
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	6	320	-	-	-	-
GASTO DE CAPITAL	17,023	7,411	15	16	18	20
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	72,242	23,841	103,992	44,629	29,606	32,315
GASTO CORRIENTE	32,432	23,543	62,537	37,338	29,163	31,828
SERVICIOS PERSONALES	10,269	11,061	12,937	13,174	13,396	14,487
SERVICIOS NO PERSONALES	19,536	8,973	32,284	15,342	6,595	7,254
MATERIALES Y SUMINISTROS	759	3,509	6,438	3,230	3,553	3,908
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	1,868	-	10,878	5,592	5,619	6,179
GASTO DE CAPITAL	39,810	298	41,455	7,291	443	487
RUTA DEL CAFÉ	8,985	-	-	-	-	-
GASTO CORRIENTE	8,985	-	-	-	-	-
SERVICIOS NO PERSONALES	2,346	-	-	-	-	-
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	6,639	-	-	-	-	-
TOTAL	466,345	467,245	588,230	572,309	604,828	658,611
GASTO CORRIENTE	354,991	444,580	536,152	553,332	591,530	643,983
SERVICIOS PERSONALES	145,795	177,940	193,399	207,825	223,460	240,559
SERVICIOS NO PERSONALES	172,679	192,411	275,067	281,581	298,601	327,401
MATERIALES Y SUMINISTROS	18,696	27,868	33,981	33,302	36,398	39,749
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	17,821	46,361	33,705	30,624	33,071	36,274
GASTO DE CAPITAL	111,354	22,665	52,078	18,977	13,298	14,628

PROYECCIÓN POR PROGRAMA Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA / FUENTE	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	200,838	207,293	231,059	250,618	271,958	294,563
Rentas del Tesoro	60,183	64,571	70,886	74,428	78,150	81,372
Recursos Propios	140,655	142,722	160,173	176,190	193,808	213,191
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	7,633	10,346	7,839	8,353	8,901	9,438
Rentas del Tesoro	4,685	5,077	5,455	5,729	6,015	6,263
Recursos Propios	2,948	5,269	2,384	2,624	2,886	3,175
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	118,182	170,853	185,592	203,169	222,459	243,437
Rentas del Tesoro	17,980	20,092	19,572	20,550	21,577	22,467
Recursos Propios	100,202	150,761	166,020	182,619	200,882	220,970
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	58,465	54,912	59,748	65,540	71,904	78,858
Rentas del Tesoro	3,166	3,172	3,642	3,824	4,016	4,181
Recursos Propios	55,299	51,740	56,106	61,716	67,888	74,677
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	72,242	23,841	103,992	44,629	29,606	32,315
Rentas del Tesoro	7,316	5,568	3,850	4,043	4,245	4,420
Recursos Propios	4,401	18,273	20,961	23,055	25,361	27,895
Donaciones Externas	-	-	79,181	17,531	-	-
Préstamos Externos	60,525	-	-	-	-	-
RUTA DEL CAFÉ	8,985	-	-	-	-	-
Donaciones Externas	8,985	-	-	-	-	-
TOTAL	466,345	467,245	588,230	572,309	604,828	658,611
Rentas del Tesoro	93,330	98,480	103,405	108,574	114,003	118,703
Recursos Propios	303,505	368,765	405,644	446,204	490,825	539,908
Donaciones Externas	8,985	-	79,181	17,531	-	-
Préstamos Externos	60,525	-	-	-	-	-

PROYECTOS DE INVERSIÓN POR FUENTE DE FINANCIAMIENTO
(Miles de Córdoba)

PROYECTO / FUENTE	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
CONSTRUCCIÓN DE UN CENTRO CULTURAL, DE OCIO Y TEMATIZADO EN SAN JUAN DEL SUR, RIVAS	18,159	-	-	-	-	-
Préstamos Externos	18,159	-	-	-	-	-
RESTAURACIÓN DEL CONVENTO SAN FRANCISCO EN EL MUNICIPIO DE GRANADA	12,205	-	-	-	-	-
Préstamos Externos	12,205	-	-	-	-	-
CONSTRUCCIÓN DE EMBARCADERO DE LANCHAS DE BAJO CALADO EN EL CENTRO TURÍSTICO DE GRANADA	8,605	-	-	-	-	-
Préstamos Externos	8,605	-	-	-	-	-
MEJORAMIENTO DEL CENTRO TURÍSTICO XILONEN EN TICUANTEPE, MANAGUA	-	-	6,771	-	-	-
Donaciones Externas	-	-	6,771	-	-	-
TOTAL	38,969	-	6,771	-	-	-