

## **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**

Según el último Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, el turismo internacional experimentó un fuerte repunte en los cinco primeros meses de 2022, con casi 250 millones de llegadas internacionales registradas. Esta cifra, en comparación con los 77 millones de llegadas registradas entre enero y mayo de 2021, significa que el sector ha recuperado casi la mitad (46%) del nivel anterior a la pandemia de 2019.

Europa y América lideran la recuperación, Europa multiplicó por más de cuatro las llegadas internacionales con respecto a los cinco primeros meses de 2021 (+350%), impulsada por la fuerte demanda intrarregional y la eliminación de todas las restricciones de viaje en un número creciente de países. La región experimentó unos resultados especialmente sólidos en abril (+458%), como reflejo de un periodo de Semana Santa muy concurrido.

En las Américas, las llegadas se duplicaron con creces (+112%). Sin embargo, el fuerte repunte se mide con los débiles resultados de 2021 y las llegadas se mantienen en general un 36% y un 40% por debajo de los niveles de 2019 respectivamente.

Por otra parte, el aumento del gasto turístico de los principales mercados emisores es coherente con la recuperación observada, el gasto internacional de los turistas de Francia, Alemania, Italia y Estados Unidos se sitúa ahora entre el 70% y el 85% de los niveles anteriores a la pandemia.

Aunque el turismo internacional sigue estando por debajo de los niveles de 2019, se espera que la recuperación gradual continúe a lo largo de 2022, a medida que más destinos suavicen o levanten las restricciones de viaje y se libere la demanda reprimida. El turismo internacional sigue dando muestras de una fuerte y constante recuperación tras el impacto de la pandemia, a pesar de los importantes y crecientes retos económicos y geopolíticos.

Los escenarios prospectivos de la OMT publicados en mayo de 2022 apuntan a que las llegadas internacionales alcanzarán entre el 55% y el 70% de los niveles anteriores a la pandemia en 2022. Los resultados dependen de la evolución de las circunstancias, sobre todo de los cambios en las restricciones a los viajes, la inflación actual, incluidos los altos precios de la energía, y las condiciones económicas generales, la evolución de la guerra en Ucrania, así como la situación sanitaria relacionada con la pandemia.

Los escenarios por regiones muestran que Europa y las Américas registran los mejores resultados turísticos en 2022, mientras que se espera que la región de Asia y el Pacífico se quede atrás debido a unas políticas de viaje más restrictivas. Las llegadas de turistas internacionales en Europa podrían ascender en 2022 al 65% o al 80% de las registradas en 2019, dependiendo de diversas condiciones, mientras que en las Américas podrían estar entre el 63% y el 76% de esos niveles.

En 2021, Nicaragua recibió la llegada de 222,434 turistas, con una variación de -42.1% respecto al año anterior. De enero a julio 2022 han ingresado 397,387 turistas al país, lo que representa un crecimiento del 277.4% de variación respecto al mismo periodo 2021.

El mayor porcentaje de turistas que ingresan a Nicaragua proceden de El Caribe (35.9%), Centroamérica (30.0%), seguido de Norteamérica (20.0%), Europa (6.6%), Suramérica (6.1%) y otras regiones (1.4%). El 59.5% de los turistas ingresan por la vía aérea, 40.0% por la vía terrestre y 0.5% por vía marítima.

Mediante diagnóstico del sector turístico nacional y de la institución misma, logramos identificar las siguientes Fortalezas y Debilidades internas, así como las Oportunidades y Amenazas del entorno:

### **Fortalezas**

- Adopción y aplicación de protocolos de bioseguridad por parte de los prestadores de servicios turísticos, contribuye a elevar el nivel de confianza de los turistas en sus viajes.
- Avance en el proceso de vacunación voluntaria continua contra la Covid-19, para inmunizar a la población que requiera comenzar o completar esquema 2022.
- Fácil trámite de ingreso de turistas al país, mediante eliminación de requisito de prueba PCR negativo para ingresar, sustituyéndose por esquema completo de vacunación contra Covid.
- Fácil conectividad terrestre por mejoras en la red vial a nivel nacional.
- Mayores espacios de recreación e infraestructura turística pública a nivel nacional, por inversión de los gobiernos municipales y nacional.
- Promoción de la oferta turística de nuestro país a través de medios de comunicación, plataformas digitales y profesionales de la industria turística a nivel internacional.
- Buena articulación interinstitucional con las instituciones del estado, gobiernos locales y protagonistas del sector turístico, mediante el modelo de diálogo, alianza y consenso.

### **Oportunidades**

- Avances en el marco del Programa de Modernización de Puestos Fronterizos y agilización en trámites migratorios que favorecen la entrada de los turistas al país.
- La simplificación y digitalización de trámites para los turistas que nos visitan y los protagonistas que están invirtiendo en el sector turismo.
- Crecimiento del turismo de aventura y turismo rural comunitario.
- Viajes de corta distancia entre la diversidad de atractivos turísticos que ofrece el país a los turistas nacionales y regionales.
- Alianzas con nuevas asociaciones de turismo, agencias de viajes y mayoristas para el fortalecimiento de imagen marca país en mercados prioritarios.

- Amplia red de contactos a nivel nacional, ha facilitado el crecimiento del abordaje mediático y en redes sociales sobre los destinos, atractivos y turismo nicaragüense, lográndose que spots y viñetas de eventos relevantes sean pautados en radio y televisión nacional gratuitamente.
- Las nuevas modalidades virtuales para reuniones, garantizan mayor fluidez en las comunicaciones con el nivel territorial, optimizando el uso de los recursos y generando ahorros a la institución.

### **Debilidades**

- Falta de herramientas tecnológicas necesarias para desarrollar el trabajo de promoción y divulgación.
- Escaso material promocional en otros idiomas (alemán e inglés), para distribución en actividades internacionales como ferias, presentaciones de destino y visitas uno a uno.
- Concentración de la oferta y la demanda turística, principalmente en el Pacífico sur del país.
- Falta de instrumentos para medir el turismo nacional de manera sistemática.

### **Amenazas**

- Limitada conectividad aérea con mercados turísticos prioritarios, aunado a la suspensión de operaciones de líneas aéreas por motivo de la pandemia.
- La percepción del viaje como un riesgo por parte de los turistas.
- Cambios en el entorno económico y social que afectan el desarrollo de la actividad turística: altos precios del petróleo y la energía, niveles de inflación actual, recesión económica, aumento del desempleo y puestos de trabajo en riesgo, cierre de negocios principalmente PYME, evolución de la guerra en Ucrania, cambios en las restricciones a los viajes impuestas por los países y niveles de migración.
- Afectación en la disponibilidad presupuestaria para la realización de actividades institucionales, como consecuencia de la Pandemia del COVID-19, que ha tenido impacto en las recaudaciones del INTUR.
- Disminución de la oferta turística nacional y pérdida de recursos humanos capacitados en el sector turístico debido a la crisis por la pandemia.
- Nulos o escasos recursos de cooperación externa para la ejecución de proyectos de desarrollo en sector turismo.
- Falta de fuentes de financiamiento, derivada entre otros de los efectos de la pandemia del COVID-19 y los conflictos bélicos del ámbito mundial, afectan los niveles de inversión en el sector turismo, lo que dificulta el mejoramiento y/o crecimiento de la infraestructura de servicios.
- La disminución de los incentivos fiscales en la exoneración de mercancías compradas en el exterior, en vigencia desde el 28/02/2019, mediante la reforma a la Ley de Concertación Tributaria, infiere en la baja de proyectos de inversión en el sector.
- Publicaciones negativas a nivel internacional de nuestro país.

### **32.3 Prioridades Estratégicas**

El turismo destaca en el PNLCP-DH como parte integral del Lineamiento Nacional para desarrollar la Economía creativa, familiar y emprendedora con énfasis en modelos asociativos, mediante el cual se pretende impulsar modalidades creativas e innovadoras de turismo en todos los campos y en todos los espacios, aprovechando el acervo cultural, las tradiciones y los patrimonios culturales tangibles e intangibles del pueblo nicaragüense.

La Política Nacional de Turismo establece siete líneas de trabajo, por lo cual el personal del Instituto Nicaragüense de Turismo está comprometido a trabajar en la consecución y logro de los siguientes objetivos estratégicos:

- Posicionar a Nicaragua como un destino seguro, sostenible, diverso, auténtico y original a nivel nacional e internacional.
- Promover el turismo creativo y cultural a través de la oferta de experiencias reales en los destinos turísticos; contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y mediante la configuración de destinos creativos, territorios o polos turísticos con identidad cultural.
- Fomentar la inversión nacional y extranjera, para desarrollar la infraestructura turística, y aumentar así la competitividad.
- Impulsar la formación y capacitación de los protagonistas de la actividad turística, a nivel técnico y profesional, como mecanismo para mejorar el servicio y la atención que brindamos a nuestros turistas y visitantes.
- Asistir a las empresas turísticas en la implementación de procesos de gestión y certificación de la calidad a fin de brindar un mejor servicio y atención a los visitantes.
- Apoyar las alianzas y articulación empresarial mediante el encadenamiento de la oferta y actividad turística creativa y cultural con los pequeños negocios y emprendimientos productivos.
- Fortalecer nuestro Modelo de Diálogo, Alianza y Consenso en presencia, atención y comunicación directa con el sector público-privado y las comunidades para la gestión conjunta de los destinos y el desarrollo de la industria turística nacional.

**INDICADORES DE RESULTADO INSTITUCIONAL**

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Indicadores de Resultado (Desempeño)</b>								
Empleos generados por las nuevas Empresas Turísticas que abren por primera vez		Unidad	5,056.0	4,180.0	4,135.0	4,342.0	4,559.0	4,787.0
Empresas Turísticas que suben de categoría		Empresa	301.0	320.0	390.0	410.0	430.0	451.0
Empresas Turísticas que Obtienen el Distintivo de Calidad		Protagonista	88.0	290.0	290.0	305.0	320.0	336.0
Nuevas habitaciones habilitadas por las empresas Turísticas		Habitación	609.0	845.0	1,184.0	1,243.0	1,305.0	1,371.0
Turistas que visitan el País		Persona	222,434.0	697,240.0	801,826.0	962,191.0	1,154,629.0	1,385,555.0
Personas que visitan los Centros Turísticos administrados por INTUR		Persona	2,099,865.0	2,100,000.0	2,205,000.0	2,315,250.0	2,431,013.0	2,674,114.0
Ingresos generados al país por Turismo		Millones de Dólares	184.0	350.0	490.0	570.0	683.0	819.0

**32.4 Acciones a Desarrollar por Programas Institucionales**

**PROGRAMA 001 : APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL**

Proseguirá gestionando y racionalizando los recursos, para apoyar de forma transversal el accionar de la entidad, contribuyendo a los esfuerzos por desarrollar, mejorar y diversificar la oferta y demanda turística de Nicaragua, en aras de reducir la pobreza.

**PROGRAMA 012 : PLANEAMIENTO Y DESARROLLO**

Continuará implementando planes de desarrollo turístico, así como de acción en los territorios y mapas de productos turísticos. Elaborará productos turísticos, en conjunto con los protagonistas locales para la puesta en valor de nuestros atractivos.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Indicadores de Producto (Seguimiento)</b>								
Propuestas de Productos Turísticos desarrolladas		Propuesta	6.0	17.0	12.0	10.0	10.0	8.0
Planes de Desarrollo Turísticos elaborados o actualizados		Plan	8.0	7.0	9.0	10.0	8.0	8.0
Mapas de Productos Turísticos elaborados		Mapa	47.0	49.0	40.0	32.0	30.0	30.0
Rutas y Corredores Turísticos elaborados		Unidad	2.0	6.0	10.0	8.0	6.0	6.0
Planes de Acción Turísticas Munic. y/o Depart. elaborados e Implementados		Plan	3.0	4.0	2.0	4.0	3.0	2.0

## PROGRAMA 013 : PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL

Continuará realizando acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional, así como recursos para incentivar la llegada de turistas, incentivando al sector que aún está deprimido por la pandemia. Promoverá y desarrollará campañas mediáticas de promoción turística, eventos de animación turística que realcen nuestra cultura y tradiciones locales; continuará apoyando la realización de actividades de fe y religiosidad a nivel nacional sobre la base de nuestra identidad y autenticidad nacional.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Indicadores de Producto (Seguimiento)</b>								
Reportajes Escritos y Capsulas Audiovisuales Publicadas		Publicación	212.0	240.0	244.0	250.0	255.0	260.0
Planes y Giras de Medios Elaborados		Reporte	11.0	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
Actividades Turísticas Relevantes con Publicaciones Digitales		Actividad	38.0	59.0	59.0	60.0	61.0	62.0
Viajes de prensa, producción audiovisual y viajes de familiarización realizados		Viaje de prensa	2.0	40.0	40.0	41.0	42.0	43.0
Atenciones en OAIP y CEDOC Registradas		Atención	629.0	400.0				
Eventos de animación Turística realizados		Actividad	485.0	500.0	535.0	561.0	589.0	618.0
Cruceros que llegan al País		Unidad		24.0				
Notas de Prensa y Reportajes de Audiovisuales Divulgados		Reporte	196.0	200.0	215.0	220.0	225.0	230.0
Campañas mediáticas de promoción turística realizadas		Campaña	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
<b>Otros Indicadores</b>								
Acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional		Acción	95.0	70.0	107.0	108.0	109.0	110.0

## PROGRAMA 014 : PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Proseguirá formulando y ejecutando proyectos de infraestructura para mejorar las condiciones en los centros turísticos públicos, además de la realización de obras de mantenimiento a los mismos a fin de restituir el derecho a la sana recreación y esparcimiento en condiciones dignas. Promoverá la inversión turística, se actualizará la cartera de proyectos INTUR, mediante la identificación y elaboración de perfiles de proyectos turísticos de conformidad a las prioridades estratégicas institucionales.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Indicadores de Producto (Seguimiento)</b>								
Planes Maestros desarrollado para los Centros Turísticos		Plan		2.0				
Proyectos de Infraestructuras Formulados		Plan	18.0	8.0	4.0	4.0	4.0	4.0
Obras de Mantenimientos en Centros Turísticos Publicos		Obra	8.0	1.0	2.0	2.0	2.0	2.0
Proyectos de Infraestructura Turística pública ejecutados		Proyecto			3.0	2.0	2.0	2.0
Perfiles de proyectos turísticos elaborados.		Perfil	6.0	8.0	8.0	8.0	10.0	10.0

## PROGRAMA 015 : CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Promoverá el turismo mediante la realización de intercambios de experiencias y exposición de casos exitosos, apoyando la elaboración de planes de inversión. Continuará fortaleciendo a los oferentes de productos y servicios turísticos, a elevar la calidad de los servicios que ofrecen, sobre todo los pequeños y medianos negocios turísticos, promoviendo el desarrollo del talento humano mediante capacitación a protagonistas del sector y acompañamiento para la implementación de planes de mejora en sus negocios, con el fin de mejorar, ampliar o diversificar su oferta turística.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Indicadores de Producto (Seguimiento)</b>								
Empresas turísticas autorizadas por el INTUR		Empresa	5,931.0	6,500.0	6,825.0	7,166.0	7,525.0	7,901.0
Ruedas de Negocios Realizadas		Evento	10.0	13.0	15.0	16.0	17.0	17.0
Intercambios y Exposiciones de Casos Exitosos Realizados		Actividad	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0
Empresas Turísticas abren negocio por primera vez		Empresa	1,049.0	1,060.0	905.0	950.0	998.0	1,048.0
Empresas Turísticas asistidas en elaboración de Planes de Mejora		Plan	7,547.0	9,402.0	9,402.0	9,872.0	10,366.0	10,884.0
<b>Otros Indicadores</b>								
Códigos de conducta suscritos entre empresas turísticas autorizadas e INTUR		Código	5,931.0	6,500.0	6,825.0	7,166.0	7,525.0	7,901.0
Protagonistas de pequeños y medianos negocios turísticos capacitados		Persona	10,331.0	12,500.0	13,000.0	13,650.0	14,333.0	15,049.0

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

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	163,985	188,336	200,146	210,151	220,661	231,693
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	6,638	7,599	9,194	9,654	10,137	10,644
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	33,891	80,774	87,077	91,431	96,004	100,803
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	32,605	40,491	39,896	41,320	43,387	45,557
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	8,293	9,374	9,982	11,053	11,602	12,183
<b>TOTAL</b>	<b>245,412</b>	<b>326,574</b>	<b>346,295</b>	<b>363,609</b>	<b>381,791</b>	<b>400,880</b>

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

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL</b>	<b>163,985</b>	<b>188,336</b>	<b>200,146</b>	<b>210,151</b>	<b>220,661</b>	<b>231,693</b>
<b>GASTO CORRIENTE</b>	<b>159,060</b>	<b>183,336</b>	<b>191,146</b>	<b>200,701</b>	<b>210,738</b>	<b>221,274</b>
SERVICIOS PERSONALES	113,334	130,472	139,222	146,182	153,493	161,166
SERVICIOS NO PERSONALES	27,046	34,615	32,476	34,099	35,804	37,595
MATERIALES Y SUMINISTROS	6,970	7,797	8,548	8,975	9,424	9,895
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	6,456	5,025	5,300	5,565	5,843	6,135
INTERESES POR PRÉSTAMOS INTERNOS A LARGO PLAZO	5,254	5,427	5,600	5,880	6,174	6,483
<b>GASTO DE CAPITAL</b>	<b>4,925</b>	<b>5,000</b>	<b>9,000</b>	<b>9,450</b>	<b>9,923</b>	<b>10,419</b>
<b>PLANEAMIENTO Y DESARROLLO</b>	<b>6,638</b>	<b>7,599</b>	<b>9,194</b>	<b>9,654</b>	<b>10,137</b>	<b>10,644</b>
<b>GASTO CORRIENTE</b>	<b>6,638</b>	<b>7,599</b>	<b>9,194</b>	<b>9,654</b>	<b>10,137</b>	<b>10,644</b>
SERVICIOS PERSONALES	6,409	7,063	8,162	8,570	8,999	9,449
SERVICIOS NO PERSONALES	157	312	772	811	851	894
MATERIALES Y SUMINISTROS	72	224	260	273	287	301
<b>PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL</b>	<b>33,891</b>	<b>80,774</b>	<b>87,077</b>	<b>91,431</b>	<b>96,004</b>	<b>100,803</b>
<b>GASTO CORRIENTE</b>	<b>33,396</b>	<b>80,774</b>	<b>87,077</b>	<b>91,431</b>	<b>96,004</b>	<b>100,803</b>
SERVICIOS PERSONALES	11,518	12,205	13,174	13,833	14,525	15,251
SERVICIOS NO PERSONALES	16,687	53,429	59,055	62,007	65,108	68,363
MATERIALES Y SUMINISTROS	1,588	4,400	3,622	3,803	3,993	4,193
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	3,603	10,740	11,226	11,788	12,378	12,996
<b>GASTO DE CAPITAL</b>	<b>495</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>32,605</b>	<b>40,491</b>	<b>39,896</b>	<b>41,320</b>	<b>43,387</b>	<b>45,557</b>
<b>GASTO CORRIENTE</b>	<b>32,605</b>	<b>40,491</b>	<b>39,896</b>	<b>41,320</b>	<b>43,387</b>	<b>45,557</b>
SERVICIOS PERSONALES	20,563	26,010	24,687	25,921	27,218	28,579
SERVICIOS NO PERSONALES	8,175	8,738	9,256	9,181	9,640	10,122
MATERIALES Y SUMINISTROS	3,867	5,743	5,953	6,218	6,529	6,856
<b>CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS</b>	<b>8,293</b>	<b>9,374</b>	<b>9,982</b>	<b>11,053</b>	<b>11,602</b>	<b>12,183</b>
<b>GASTO CORRIENTE</b>	<b>8,293</b>	<b>9,374</b>	<b>9,982</b>	<b>11,053</b>	<b>11,602</b>	<b>12,183</b>
SERVICIOS PERSONALES	7,515	8,300	8,541	9,540	10,015	10,517
SERVICIOS NO PERSONALES	184	328	525	551	579	608
MATERIALES Y SUMINISTROS	594	746	916	962	1,008	1,058
<b>TOTAL</b>	<b>245,412</b>	<b>326,574</b>	<b>346,295</b>	<b>363,609</b>	<b>381,791</b>	<b>400,880</b>
<b>GASTO CORRIENTE</b>	<b>239,992</b>	<b>321,574</b>	<b>337,295</b>	<b>354,159</b>	<b>371,868</b>	<b>390,461</b>
SERVICIOS PERSONALES	159,339	184,050	193,786	204,046	214,250	224,962
SERVICIOS NO PERSONALES	52,249	97,422	102,084	106,649	111,982	117,582
MATERIALES Y SUMINISTROS	13,091	18,910	19,299	20,231	21,241	22,303
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	10,059	15,765	16,526	17,353	18,221	19,131
INTERESES POR PRÉSTAMOS INTERNOS A LARGO PLAZO	5,254	5,427	5,600	5,880	6,174	6,483
<b>GASTO DE CAPITAL</b>	<b>5,420</b>	<b>5,000</b>	<b>9,000</b>	<b>9,450</b>	<b>9,923</b>	<b>10,419</b>



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

PROGRAMA / FUENTE	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL</b>	<b>163,985</b>	<b>188,336</b>	<b>200,146</b>	<b>210,151</b>	<b>220,661</b>	<b>231,693</b>
Rentas del Tesoro	65,861	69,987	72,739	76,375	80,194	84,204
Recursos Propios	98,124	118,008	127,407	133,776	140,467	147,489
Donaciones Externas	-	341	-	-	-	-
<b>PLANEAMIENTO Y DESARROLLO</b>	<b>6,638</b>	<b>7,599</b>	<b>9,194</b>	<b>9,654</b>	<b>10,137</b>	<b>10,644</b>
Rentas del Tesoro	6,393	7,055	8,162	8,570	8,999	9,449
Recursos Propios	245	544	1,032	1,084	1,138	1,195
<b>PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL</b>	<b>33,891</b>	<b>80,774</b>	<b>87,077</b>	<b>91,431</b>	<b>96,004</b>	<b>100,803</b>
Rentas del Tesoro	17,489	18,304	19,292	20,257	21,271	22,333
Recursos Propios	16,402	62,470	67,785	71,174	74,733	78,470
<b>PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>32,605</b>	<b>40,491</b>	<b>39,896</b>	<b>41,320</b>	<b>43,387</b>	<b>45,557</b>
Rentas del Tesoro	6,570	5,459	6,024	6,325	6,641	6,973
Recursos Propios	26,035	35,032	33,872	34,995	36,746	38,584
<b>CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS</b>	<b>8,293</b>	<b>9,374</b>	<b>9,982</b>	<b>11,053</b>	<b>11,602</b>	<b>12,183</b>
Rentas del Tesoro	501	872	544	572	599	630
Recursos Propios	7,792	8,502	9,438	10,481	11,003	11,553
<b>TOTAL</b>	<b>245,412</b>	<b>326,574</b>	<b>346,295</b>	<b>363,609</b>	<b>381,791</b>	<b>400,880</b>
<b>Rentas del Tesoro</b>	<b>96,814</b>	<b>101,677</b>	<b>106,761</b>	<b>112,099</b>	<b>117,704</b>	<b>123,589</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>148,598</b>	<b>224,556</b>	<b>239,534</b>	<b>251,510</b>	<b>264,087</b>	<b>277,291</b>
<b>Donaciones Externas</b>	<b>-</b>	<b>341</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>