

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

El turismo internacional alcanzó 97.0% de los niveles pre-pandémicos en el primer trimestre 2024, lo que refleja una recuperación casi completa de las cifras anteriores a la pandemia, según el último Barómetro del Turismo Mundial de ONU Turismo.

Se estima que 285 millones de turistas viajaron internacionalmente durante los primeros tres meses del año, un 20.0% más que en el mismo periodo de 2023. Estos resultados se vieron impulsados por la fuerte demanda continua, la apertura de los mercados asiáticos, así como por una mejor conectividad aérea y facilitación de visas.

Oriente Medio experimento el mayor crecimiento relativo, con llegadas internacionales superando un 36.0% los niveles pre-pandémicos, África y Europa también superaron los niveles pre-pandémicos. La región de América prácticamente alcanzó las cifras anteriores a la pandemia con un 99.0%.

Los ingresos del turismo internacional alcanzaron los US\$1.7 billones de dólares en 2023, alrededor de 96.0% de los niveles previos a la pandemia en términos reales, es decir, excluyeron la inflación.

En Nicaragua, durante el año 2023, se recibieron a 1,086,726 turistas, con una variación de 32.9% respecto al año anterior. Durante el periodo de enero a julio del año 2024, han ingresado 566,015 turistas al país, lo que representa un incremento de 8.8% con respecto al mismo periodo anterior.

El mayor porcentaje de turistas que ingresan a Nicaragua proceden de Centroamérica (45.0%), seguido de Norteamérica (28.4%), Europa (8.6%), El Caribe (10.3%), Suramérica (2.2%) y otras regiones (5.5%). El 50.5% de los turistas ingresan por la vía aérea, 48.6% por la vía terrestre y 0.9% 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

- Facilitación en trámite de ingreso de turistas al país.
- Fácil conectividad terrestre por mejoras en la red vial a nivel nacional.
- Diversidad de recursos naturales y culturales.

- Mayores espacios de recreación e infraestructura turística pública a nivel nacional, mediante la 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.
- Actualización del Mapa Nacional de Turismo y las Rutas Turísticas del país y herramienta digital para la promoción turística de los 153 Municipios del País.
- Mayor participación en ferias y actividades de promoción internacional para el posicionamiento de la imagen del país.
- Buena articulación interinstitucional con las diversas instituciones del estado, Gobiernos locales y protagonistas del sector turístico.

Oportunidades

- Los nuevos proyectos de inversión turística generan oportunidades para el crecimiento del sector. El proyecto de Ampliación y Mejoramiento del Aeropuerto Internacional Punta Huete contribuirá a convertir el país en un nodo de transporte, logístico y de comercio internacional. Asimismo, la Construcción de la Carretera Litoral del Pacífico, Carretera Costanera Fase II, forma parte de una estrategia de conectividad turística y mejoramiento de infraestructura a los corredores principales y productivos del país.
- Actualización de la Ley General de Turismo y Ley de Incentivos para los Desarrollos Turísticos.
- La simplificación y agilización de trámites para los turistas que nos visitan y los protagonistas que están y desean invertir 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.
- Incremento de la Inversión Pública para el desarrollo de la infraestructura turística en los diversos Municipios del País.
- Mejoramiento, incremento y diversificación de la infraestructura de servicios turísticos con calidad.
- 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.

Debilidades

- 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.
- Cambios en el entorno económico internacional que afectan el desarrollo de la actividad turística, debido principalmente a los altos precios del petróleo.
- Migración de la mano de obra calificada a otros sectores productivos.
- Falta de acceso a líneas de crédito para el desarrollo de la inversión privada en el sector turístico.
- Condiciones climáticas y fenómenos naturales adversos que impidan o dificulten la ejecución de actividades programadas.

32.3 Prioridades Estratégicas

El turismo destaca en el PNLCP-DH 2022-2026 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.

El 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 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--|--------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Indicadores de Resultado (Desempeño) | | | | | | | | |
| Turistas que visitan el País | | Persona | 1,086,726.0 | 1,275,947.0 | 1,416,301.0 | 1,536,687.0 | 1,667,305.0 | 1,809,026.0 |
| Ingresos generados al país por Turismo | | Millones de Dólares | 739.0 | 840.0 | 862.0 | 935.0 | 991.0 | 1,050.0 |
| Personas que visitan los Centros Turísticos administrados por INTUR | | Persona | 2,370,379.0 | 2,384,450.0 | 2,503,673.0 | 2,628,856.0 | 2,760,299.0 | 2,898,314.0 |
| Empresas Turísticas que suben de categoría | | Empresa | 450.0 | 425.0 | 324.0 | 330.0 | 337.0 | 344.0 |
| Empleos generados por las nuevas Empresas Turísticas que abren por primera vez | | Unidad | 5,106.0 | 4,292.0 | 3,655.0 | 3,728.0 | 3,803.0 | 3,879.0 |
| Nuevas habitaciones habilitadas por las empresas Turísticas | | Habitación | 1,108.0 | 807.0 | 664.0 | 677.0 | 691.0 | 705.0 |
| Empresas Turísticas que Obtienen el Distintivo de Calidad | | Protagonista | 168.0 | 243.0 | 218.0 | 222.0 | 227.0 | 231.0 |

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

Está orientado a la elaboración e implementación de planes de desarrollo turístico, elaboración de rutas, corredores y circuitos turísticos, planes de acción en los territorios y mapas turísticos, así como la elaboración de propuestas de productos turísticos, en alianza con el sector público y privado para la puesta en valor de nuestros atractivos.

| PRODUCTO | FÓRMULA DE CÁLCULO | UNIDAD DE MEDIDA | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---|--------------------|------------------|------|------|------|------|------|------|
| Indicadores de Producto (Seguimiento) | | | | | | | | |
| Rutas y Corredores Turísticos elaborados | | Unidad | 10.0 | 4.0 | 10.0 | 8.0 | 8.0 | 8.0 |
| Planes de Acción Turísticas Munic. y/o Depart. elaborados e Implementados | | Plan | 2.0 | 2.0 | 1.0 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| Mapas de Productos Turísticos elaborados | | Mapa | 40.0 | 34.0 | 47.0 | 40.0 | 42.0 | 40.0 |
| Propuestas de Productos Turísticos desarrolladas | | Propuesta | 12.0 | 12.0 | 11.0 | 10.0 | 12.0 | 10.0 |
| Planes de Desarrollo Turísticos elaborados o actualizados | | Plan | 9.0 | 9.0 | 14.0 | 12.0 | 10.0 | 10.0 |

PROGRAMA 013 : PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL

Se realizarán eventos de animación turística en todas las regiones y departamentos del país para fomentar el turismo, procurando que los Nicaragüenses recorramos y reconozcamos las riquezas, bellezas y patrimonios que posee nuestra patria, afianzando el Orgullo Nacional, el Amor Patrio, la apropiación, protección, conservación y promoción de nuestra identidad, tradiciones, costumbres, gastronomía, recursos naturales, idiosincrasia y cultura; restituyendo el derecho a la recreación sana, el esparcimiento y el disfrute del arte la cultura, en paz y tranquilidad.

Así mismo, se desarrollarán diversas campañas mediáticas de promoción turística y acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional. Nuestra estrategia de promoción destacará la fortaleza de un País Seguro, de cultura y paisajes, de gente optimista y cálida, con permanente protección de la Salud.

| PRODUCTO | FÓRMULA DE CÁLCULO | UNIDAD DE MEDIDA | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---|---------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Indicadores de Producto (Seguimiento) | | | | | | | | |
| Actividades Turísticas Relevantes con Publicaciones Digitales | | Actividad | 252.0 | 61.0 | 200.0 | 202.0 | 204.0 | 206.0 |
| Eventos de animación Turística realizados | | Actividad | 596.0 | 502.0 | 517.0 | 532.0 | 548.0 | 564.0 |
| Campañías mediáticas de promoción turística realizadas | | Campañía | 12.0 | 12.0 | 12.0 | 12.0 | 12.0 | 12.0 |
| Productos Comunicacionales Divulgados | | Producto | 289.0 | 230.0 | 240.0 | 246.0 | 255.0 | 260.0 |
| Viajes de prensa, producción audiovisual y viajes de familiarización realizados | | Viaje de prensa | 104.0 | 40.0 | 40.0 | 41.0 | 42.0 | 43.0 |
| Contenidos Audiovisuales de Promoción Turística Elaborados | | Unidad | 215.0 | 250.0 | 255.0 | 260.0 | 265.0 | 270.0 |
| Otros Indicadores | | | | | | | | |
| Acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional | | Acción | 171.0 | 128.0 | 110.0 | 112.0 | 114.0 | 116.0 |

PROGRAMA 014 : PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Continuará promoviendo la inversión turística, actualizaremos la cartera de proyectos del INTUR, mediante la identificación y elaboración de perfiles de proyectos turísticos de conformidad a las prioridades estratégicas institucionales. Formularemos y ejecutaremos proyectos de infraestructura para mejorar las condiciones en Centros Turísticos administrados por el INTUR y otros destinos turísticos del país. Realizaremos obras de mantenimiento en Centros Turísticos administrados por el INTUR a fin de restituir el derecho de los Nicaragüenses a la sana recreación y esparcimiento en condiciones dignas.

| PRODUCTO | FÓRMULA DE CÁLCULO | UNIDAD DE MEDIDA | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---|--------------------|------------------|------|------|------|------|------|------|
| Indicadores de Producto (Seguimiento) | | | | | | | | |
| Proyectos de Infraestructuras Formulados | | Plan | 7.0 | 5.0 | 11.0 | 6.0 | 7.0 | 9.0 |
| Obras de Mantenimientos en Centros Turísticos Públicos | | Obra | 4.0 | 2.0 | 7.0 | 3.0 | 4.0 | 5.0 |
| Perfiles de proyectos turísticos elaborados. | | Perfil | 8.0 | 8.0 | 8.0 | 8.0 | 9.0 | 10.0 |
| Proyectos de Infraestructura Turística pública ejecutados | | Proyecto | 1.0 | 2.0 | 5.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 |

PROGRAMA 015 : CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Contribuirá a elevar la calidad de los servicios que ofrecen 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 negocios, que les permitan mejorar, ampliar o diversificar su oferta turística para incrementar los empleos generados del sector. Promoveremos el enlazamiento de sus actividades productivas y la asociatividad, mediante la realización de ruedas de negocio e intercambios de experiencias y exposición de casos exitosos.

| PRODUCTO | FÓRMULA DE CÁLCULO | UNIDAD DE MEDIDA | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---|--------------------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Indicadores de Producto (Seguimiento) | | | | | | | | |
| Intercambios y Exposiciones de Casos Exitosos Realizados | | Actividad | 5.0 | 5.0 | 6.0 | 6.0 | 5.0 | 5.0 |
| Ruedas de Negocios Realizadas | | Evento | 18.0 | 18.0 | 21.0 | 22.0 | 23.0 | 24.0 |
| Empresas Turísticas abren negocio por primera vez | | Empresa | 962.0 | 930.0 | 726.0 | 741.0 | 755.0 | 770.0 |
| Empresas turísticas autorizadas por el INTUR | | Empresa | 6,963.0 | 6,890.0 | 6,890.0 | 7,028.0 | 7,168.0 | 7,312.0 |
| Empresas Turísticas asistidas en elaboración de Planes de Meiora | | Plan | 8,573.0 | 8,042.0 | 7,994.0 | 8,154.0 | 8,317.0 | 8,483.0 |
| Otros Indicadores | | | | | | | | |
| Protagonistas de pequeños y medianos negocios turísticos capacitados | | Persona | 12,225.0 | 13,080.0 | 13,150.0 | 13,413.0 | 13,681.0 | 13,955.0 |
| Códigos de conducta suscritos entre empresas turísticas autorizadas e INTUR | | Código | 6,963.0 | 6,890.0 | 6,890.0 | 7,028.0 | 7,168.0 | 7,312.0 |

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

| PROGRAMA / SUBPROGRAMA | EJECUCIÓN | PROYECCIÓN | ASIGNACIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL | 206,585 | 260,603 | 239,706 | 248,186 | 258,777 | 268,319 |
| PLANEAMIENTO Y DESARROLLO | 8,589 | 9,779 | 9,924 | 10,321 | 10,733 | 11,162 |
| PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL | 72,214 | 81,059 | 74,775 | 78,905 | 79,865 | 85,335 |
| PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN | 37,563 | 51,704 | 52,417 | 54,537 | 56,717 | 58,983 |
| CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS | 10,619 | 10,464 | 22,305 | 23,270 | 22,128 | 23,114 |
| TOTAL | 335,570 | 413,609 | 399,127 | 415,219 | 428,220 | 446,913 |

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

| PROGRAMA / SUBPROGRAMA | EJECUCIÓN | PROYECCIÓN | ASIGNACIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL | 206,585 | 260,603 | 239,706 | 248,186 | 258,777 | 268,319 |
| GASTO CORRIENTE | 183,723 | 203,180 | 231,706 | 239,866 | 249,461 | 259,416 |
| SERVICIOS PERSONALES | 124,760 | 145,381 | 142,618 | 147,215 | 153,103 | 159,213 |
| SERVICIOS NO PERSONALES | 38,396 | 37,949 | 70,078 | 72,881 | 75,797 | 78,821 |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | 8,098 | 9,044 | 12,560 | 13,062 | 13,585 | 14,127 |
| TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES | 7,541 | 5,906 | 6,450 | 6,708 | 6,976 | 7,255 |
| INTERESES POR PRÉSTAMOS INTERNOS A LARGO PLAZO | 4,928 | 4,900 | - | - | - | - |
| GASTO DE CAPITAL | 15,273 | 49,789 | 8,000 | 8,320 | 9,316 | 8,903 |
| APLICACIONES FINANCIERAS | 7,589 | 7,634 | - | - | - | - |
| AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS OBTENIDOS DEL SECTOR EXTERNO A LARGO PLAZO | 7,589 | 7,634 | - | - | - | - |
| PLANEAMIENTO Y DESARROLLO | 8,589 | 9,779 | 9,924 | 10,321 | 10,733 | 11,162 |
| GASTO CORRIENTE | 8,589 | 9,779 | 9,924 | 10,321 | 10,733 | 11,162 |
| SERVICIOS PERSONALES | 8,229 | 8,734 | 8,861 | 9,216 | 9,584 | 9,967 |
| SERVICIOS NO PERSONALES | 224 | 762 | 745 | 774 | 805 | 837 |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | 136 | 283 | 318 | 331 | 344 | 358 |
| PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL | 72,214 | 81,059 | 74,775 | 78,905 | 79,865 | 85,335 |
| GASTO CORRIENTE | 72,214 | 81,059 | 74,775 | 78,905 | 79,865 | 85,335 |
| SERVICIOS PERSONALES | 13,009 | 13,824 | 16,333 | 16,986 | 17,665 | 18,370 |
| SERVICIOS NO PERSONALES | 40,949 | 49,987 | 40,459 | 43,212 | 42,745 | 46,734 |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | 5,143 | 4,745 | 4,483 | 4,667 | 4,853 | 5,047 |
| TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES | 13,113 | 12,503 | 13,500 | 14,040 | 14,602 | 15,184 |

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

| PROGRAMA / SUBPROGRAMA | EJECUCIÓN | PROYECCIÓN | ASIGNACIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN | 37,563 | 51,704 | 52,417 | 54,537 | 56,717 | 58,983 |
| GASTO CORRIENTE | 37,563 | 42,043 | 52,417 | 54,537 | 56,717 | 58,983 |
| SERVICIOS PERSONALES | 24,685 | 26,668 | 30,737 | 31,989 | 33,268 | 34,596 |
| SERVICIOS NO PERSONALES | 8,785 | 10,153 | 15,298 | 15,910 | 16,546 | 17,208 |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | 4,093 | 5,222 | 6,382 | 6,638 | 6,903 | 7,179 |
| GASTO DE CAPITAL | - | 9,661 | - | - | - | - |
| CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS | 10,619 | 10,464 | 22,305 | 23,270 | 22,128 | 23,114 |
| GASTO CORRIENTE | 10,619 | 10,464 | 10,305 | 10,670 | 11,093 | 11,569 |
| SERVICIOS PERSONALES | 9,002 | 8,997 | 8,670 | 8,970 | 9,328 | 9,701 |
| SERVICIOS NO PERSONALES | 708 | 608 | 652 | 678 | 726 | 796 |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | 909 | 824 | 933 | 970 | 985 | 1,016 |
| TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES | - | 35 | 50 | 52 | 54 | 56 |
| GASTO DE CAPITAL | - | - | 12,000 | 12,600 | 11,035 | 11,545 |
| TOTAL | 335,570 | 413,609 | 399,127 | 415,219 | 428,220 | 446,913 |
| GASTO CORRIENTE | 312,708 | 346,525 | 379,127 | 394,299 | 407,869 | 426,465 |
| SERVICIOS PERSONALES | 179,685 | 203,604 | 207,219 | 214,376 | 222,948 | 231,847 |
| SERVICIOS NO PERSONALES | 89,062 | 99,459 | 127,232 | 133,455 | 136,619 | 144,396 |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | 18,379 | 20,118 | 24,676 | 25,668 | 26,670 | 27,727 |
| TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES | 20,654 | 18,444 | 20,000 | 20,800 | 21,632 | 22,495 |
| INTERESES POR PRÉSTAMOS INTERNOS A LARGO PLAZO | 4,928 | 4,900 | - | - | - | - |
| GASTO DE CAPITAL | 15,273 | 59,450 | 20,000 | 20,920 | 20,351 | 20,448 |
| APLICACIONES FINANCIERAS | 7,589 | 7,634 | - | - | - | - |
| AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS OBTENIDOS DEL SECTOR EXTERNO A LARGO PLAZO | 7,589 | 7,634 | - | - | - | - |

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

| PROGRAMA / FUENTE | EJECUCIÓN | PROYECCIÓN | ASIGNACIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL | 206,585 | 260,603 | 239,706 | 248,186 | 258,777 | 268,319 |
| Rentas del Tesoro | 67,890 | 76,007 | 226,506 | 234,458 | 244,499 | 253,471 |
| Rentas con Destino Específico | - | - | 13,200 | 13,728 | 14,278 | 14,848 |
| Recursos Propios | 138,695 | 184,596 | - | - | - | - |
| PLANEAMIENTO Y DESARROLLO | 8,589 | 9,779 | 9,924 | 10,321 | 10,733 | 11,162 |
| Rentas del Tesoro | 8,229 | 8,210 | 9,924 | 10,321 | 10,733 | 11,162 |
| Recursos Propios | 360 | 1,569 | - | - | - | - |

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

| PROGRAMA / FUENTE | EJECUCIÓN | PROYECCIÓN | ASIGNACIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL | 72,214 | 81,059 | 74,775 | 78,905 | 79,865 | 85,335 |
| Rentas del Tesoro | 22,128 | 19,473 | 71,775 | 75,785 | 78,816 | 81,961 |
| Rentas con Destino Específico | - | - | 3,000 | 3,120 | 1,049 | 3,374 |
| Recursos Propios | 50,086 | 61,586 | - | - | - | - |
| PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN | 37,563 | 51,704 | 52,417 | 54,537 | 56,717 | 58,983 |
| Rentas del Tesoro | 7,796 | 8,064 | 46,617 | 48,505 | 50,444 | 52,458 |
| Rentas con Destino Específico | - | - | 5,800 | 6,032 | 6,273 | 6,525 |
| Recursos Propios | 29,767 | 43,640 | - | - | - | - |
| CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS | 10,619 | 10,464 | 22,305 | 23,270 | 22,128 | 23,114 |
| Rentas del Tesoro | 718 | 345 | 22,305 | 23,270 | 22,128 | 23,114 |
| Recursos Propios | 9,901 | 10,119 | - | - | - | - |
| TOTAL | 335,570 | 413,609 | 399,127 | 415,219 | 428,220 | 446,913 |
| Rentas del Tesoro | 106,761 | 112,099 | 377,127 | 392,339 | 406,620 | 422,166 |
| Rentas con Destino Específico | - | - | 22,000 | 22,880 | 21,600 | 24,747 |
| Recursos Propios | 228,809 | 301,510 | - | - | - | - |

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

| PROYECTO / FUENTE | EJECUCIÓN | PROYECCIÓN | ASIGNACIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN | PROYECCIÓN |
|---|-----------|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| CONSTRUCCIÓN DE ZONA RECREATIVA EN EL CENTRO TURÍSTICO XILOÁ DEL MUNICIPIO DE MATEARE | - | - | 1,400 | 6,000 | 7,500 | 6,000 |
| Rentas del Tesoro | - | - | 1,400 | 6,000 | 7,500 | 6,000 |
| CONSTRUCCIÓN ZONA RECREATIVA EN EL CENTRO TURÍSTICO LA BOQUITA DEL MUNICIPIO DE DIRIAMBÁ | - | - | 10,600 | 6,600 | 3,535 | 5,545 |
| Rentas del Tesoro | - | - | 10,600 | 6,600 | 3,535 | 5,545 |
| TOTAL | - | - | 12,000 | 12,600 | 11,035 | 11,545 |