

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 a nivel mundial y de acuerdo a publicaciones de la OMT, la llegada de turistas internacionales experimentó un crecimiento del 5.0% durante 2013, alcanzando la cifra récord de 1,087 millones de turistas en todo el mundo, después de haber superado en 2012 por primera vez los mil millones de turistas.

La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento, con un aumento del 6% en llegadas, seguida de Europa y África, ambas con el 5.0%.

Por su parte, la región de América mostró un crecimiento de 3.4%, impulsado en primer lugar por América del Norte (3.9%), seguido por América Central y América del Sur (ambas con 2.6%).

A nivel centroamericano, Nicaragua presentó un crecimiento en 2013 del 4.2% en llegada de turistas, superado únicamente por Belice (6.1%).

Los ingresos generados por turismo en 2013 a nivel mundial alcanzaron la cifra de US\$1,159,000 millones de dólares, un crecimiento del 5.0% en términos reales. A nivel centroamericano los ingresos alcanzaron los US\$9,470 millones, de los cuales Nicaragua generó US\$417.2 millones.

En Nicaragua la llegada de turistas ha presentado un crecimiento sostenido, alcanzando un incremento del 11.3% en 2012 y 4.2% en 2013, lo cual significó la llegada de 2.4 millones de turistas en el período 2012-2013, lo cual favoreció la generación de US\$838.7 millones de dólares en divisas al país. En este mismo período llegaron 81 Cruceros con 102.1 mil pasajeros y tripulantes a bordo, de los cuales desembarcaron 73.2 mil visitantes.

Durante los años 2012-2013 se recibieron 2.9 millones de visitantes en los 5 centros turísticos públicos administrados por INTUR, en los cuales se ejecutaron 42 obras de infraestructura para el mejoramiento, mantenimiento y ampliación de infraestructura, como parte de la reivindicación de derechos a las familias para el acceso a la recreación y esparcimiento en condiciones dignas.

Se aprobaron 91 proyectos de inversión en el marco de la ley de incentivos turísticos (Ley No. 306) con un monto aprobado de hasta US\$116.7 millones.

Se realizaron inversiones en infraestructura en el departamento de Río San Juan, siendo las siguientes: mejoramiento del Aeródromo de San Carlos y construcción del Aeródromo de San Juan de Nicaragua; construcción de 5 puestos fronterizos y 2 Centros de Información Turística, así como el edificio de autoridades en San Carlos; se construyeron 3,500 metros de andenes en Solentiname; se realizó mejoramiento del Malecón de San Carlos y reparación de fachada en 23 casas; se construyeron 9 embarcaderos y se realizaron obras de mejoramiento en 4 cementerios en Greytown; Asimismo, en la Ruta de las Ciudades Coloniales, se concluyó la habilitación del museo de Masaya,

se realizaron obras de animación del espacio turístico de la zona urbana de San Juan de Oriente, revitalización del entorno de la Catedral de León y la habilitación y promoción de 10 Coches de Masaya. En el norte del país se construyeron 31 infraestructuras turísticas públicas.

Durante el año 2014, en el departamento de Granada se finalizaron las obras de ampliación de la Calle La Calzada y mejoras en el Malecón de Granada. Se concluyeron los planes de ordenamiento del Litoral Pacífico, Rivas y plan parcial de San Juan del Sur. Se cuenta con diseños conceptuales turísticos de la Ruta Escénica de San Juan del Sur, Ruta del Oro en Rivas y Centro Turístico y Embarcadero San Juan del Sur; y están en proceso de finalización los diseños del Convento San Francisco.

Adicionalmente, en la Ruta Colonial y de los Volcanes se iniciaron 18 proyectos de subvención de infraestructura y encadenamiento empresarial, estos proyectos se están desarrollando en áreas rurales protegidas. Por otro lado, en el marco de la Ruta del Café Fase II, se inició el proceso para la identificación y selección de 6 Proyectos de infraestructura turística pública, incluyendo un centro de artesanía en Somoto. La identificación de estas obras es producto de un proceso de concertación liderado a nivel local por las municipalidades y Gabinetes de Turismo.

Durante el primer semestre de 2014 se firmó convenio de financiamiento del Proyecto "Desarrollo Económico Local Sostenible de la Costa Caribe de Nicaragua, a través del Sector Turismo", se espera que en 2015 en esta zona, se identifiquen y prioricen inversiones en infraestructura de acceso e infraestructura turística pública en el marco de un proceso de planificación participativa.

No obstante los logros alcanzados en este período, aún persisten limitantes y dificultades, entre éstas tenemos: El escaso aprovechamiento de los recursos turísticos; la escasez de las conexiones aéreas; bajo desarrollo de la dotación de servicios básicos para el turista en calidad, variedad y cantidad; poco conocimiento del mercado local sobre la oferta turística nacional e insuficiente posicionamiento de nuestra oferta en el mercado internacional debido a insuficientes recursos económicos para el desarrollo de una estrategia de promoción y mercadeo óptimo del país como destino.

32.3 Prioridades Estratégicas

- **Desarrollar, mejorar y diversificar la oferta turística, ampliando la oferta actual y elevando su nivel, desarrollando una oferta de servicios diversos, de forma que se incremente la estancia y el gasto promedio del turista.**

Estrategias: Concretar, diferenciar y posicionar en los mercados emisores una cartera de productos que ponga en valor los atributos específicos de Nicaragua como elementos diferenciadores que marquen la optimización del destino.

Aumentar la calidad, cantidad y variedad de la oferta turística, desconcentrándola geográficamente, diversificando su composición y alineando sus servicios con las expectativas de la demanda.

Disponer de canales de comercialización y venta que hagan llegar el producto turístico de Nicaragua a los mercados de origen en condiciones competitivas, incrementando la participación en los flujos turísticos de visitantes procedentes de países lejanos.

Resultados previstos: Gabinetes de Turismo Municipales y Departamentales fortalecidos como gestores y promotores del desarrollo turístico, en el marco del fortalecimiento de alianzas público-privadas. Elaborados e implementados los planes turísticos municipales y

departamentales derivados del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2011-2020, promoviendo el desarrollo del turismo en los territorios, con propuestas concretas de productos turísticos para la intervención en los territorios. Elaboración de Atlas y Catálogos turísticos como herramientas de planificación turística territorial.

Acciones concretas: Capacitación y asesoría a los miembros de los Gabinetes de turismo; elaboración participativa y validación de los Planes de Desarrollo Turístico Municipales, en coordinación con los Gabinetes de Turismo; desarrollo de propuestas de Productos Turísticos, según prioridades establecidas en los PEDTS Municipales y Departamentales; elaboración y validación de Catálogos y Atlas Turísticos por departamento, que sirvan como herramientas de planificación turística territorial.

- **Incrementar y diversificar la demanda turística, situando a Nicaragua como un destino turístico reconocido en los mercados internacionales por sus atributos y confiabilidad.**

Estrategias: Insertar a Nicaragua en los mercados turísticos, internacional y nacional, mejorando el conocimiento de las claves de su funcionamiento y la notoriedad de los productos y destinos del país.

Mejorar, nuestra intervención en los mercados de Norteamérica, Suramérica, Europa y Asia para incrementar los flujos, atrayendo nuevos segmentos de mercado con mayor propensión al gasto y focalizando más nuestras acciones a segmentos de mayor gasto, sin dejar de consolidar el mercado emisor Centroamericano (que en la actualidad representa casi el 63 por ciento del turismo receptivo).

Aumentar la calidad, cantidad y variedad de la oferta turística, desconcentrándola geográficamente, diversificando su composición y alineando sus servicios con las expectativas de la demanda.

Concretar, diferenciar y posicionar en los mercados emisores una cartera de productos que ponga en valor los atributos específicos de Nicaragua como elementos diferenciadores que marquen la optimización del destino.

Resultados previstos: Posicionada la imagen de Nicaragua como un destino turístico original y competitivo en los mercados turísticos internacional y nacional, principalmente en mercados priorizados de Centroamérica, Suramérica, Norteamérica, Europa y Asia, así como en el mercado local a través de la promoción de los diversos productos y destinos del país (cultura viva, naturaleza, historia y festividades).

Acciones concretas: Realización de “ferias racimo” de promoción turística internacional, con enfoque en los mercados priorizados; construir y equipar Centros de Información Turística en los principales destinos turísticos del país, e implementación de un sistema estadístico en todos los CIT del país para monitorear el grado de interés por los destinos y conocer mejor el perfil de los visitantes; impulsar campañas mediáticas de promoción turística a nivel nacional e internacional; realización de viajes de prensa con medios de comunicación internacionales provenientes de los mercados prioritarios, para lograr mayor publicidad con reportajes y editoriales en medios de comunicación importantes; distribución de material publicitario y souvenirs a nivel nacional e internacional para contribuir al posicionamiento de la marca país; actualización periódica de redes sociales y web institucional para acciones de promoción y mercadeo.

- **Fortalecer la administración turística nacional, ya que como proceso reciente, es necesario mejorarlo y desarrollarlo tanto en el ámbito público como en el privado con la participación de la población, consiguiendo que opere con más eficiencia.**

Estrategias: Reforzar el sistema turístico nicaragüense tanto en el segmento público como privado con la participación de la población, consiguiendo que opere con más eficiencia, en un marco de complementariedad y responsabilidad compartida entre todos sus actores.

Mejorar las capacidades del talento humano y las capacidades presupuestarias de la administración pública y de gestión del empresario privado para la toma adecuada de decisiones en el desarrollo de la actividad turística.

Consolidar la organización del sector turístico privado, la existencia del frágil desarrollo alcanzado por el sector privado, especialmente de las MIPYMES locales, las que presentan debilidades de competitividad y calidad, requieren acceso a información de mercado, recursos de pre-inversión e inversión, capacitación, nuevas tecnologías e innovación para adecuar la prestación de servicios a los estándares que requiere el turismo internacional. Por lo que es necesario que el sector público impulse al sector privado en temas de asociatividad y capacitación para hacer más efectiva su gestión.

Resultados previstos: Crecimiento de la oferta, su variedad y calidad en destinos turísticos del país; Centros Turísticos con infraestructura apropiada y mantenimiento adecuado para garantizar el acceso al esparcimiento de los visitantes; desarrollo del turismo social para acceso de la población a la recreación y esparcimiento en condiciones dignas; incremento de la inversión turística privada, en el marco de una política de desarrollo sostenible con respeto a la protección del medio ambiente y la cultura nacional, garantizando procesos racionales y rápidos para la creación de productos turísticos en el país; elevada la calidad de las MIPYMES registradas en INTUR, mediante planes de mejora elaborados e implementados y obtención de distintivos de calidad, que les permita a las empresas ser más competitivas; mejoradas las competencias de los empresarios, trabajadores, en conjunto con las empresas turísticas, además, se espera que los actores y la población estén sensibilizados y concientizados sobre la importancia y el valor del patrimonio histórico, natural y cultural.

Acciones concretas: Ejecución de obras de infraestructura que tengan impacto directo en la mejoría de los centros turísticos públicos, así como la coordinación de actividades promocionales e implementación de planes de seguridad que aseguren una estadía agradable a los visitantes; fomentar el desarrollo de proyectos de inversión turística en el marco de los beneficios de la Ley de Incentivos para la Industria Turística (Ley No. 306); construcción y rehabilitación de Proyectos de infraestructura turística pública en ejecución; facilitar Asistencia Técnica a MIPYMES para la elaboración y puesta en marcha de planes de mejora, que les permitan en un corto plazo, mejorar las condiciones básicas y brindar mejor atención a los visitantes; establecer alianzas con las Cámaras de Turismo, universidades, centros de formación para implementar el programa de la gestión y la calidad priorizando destinos y circuitos, entre otros.

32.4 Acciones a Desarrollar por Programas Institucionales

PROGRAMA 001 : APOYO A LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

Este programa proseguirá en este período fortaleciendo los procesos para que los programas sustantivos del INTUR, mejoren y diversifiquen la oferta y demanda turística del país y se ubique a Nicaragua como un destino turístico único.

PROGRAMA 012 : PLANEAMIENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO

Implementará planes turísticos derivados del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2011-2020, capacitará y dará asistencia técnica a las delegaciones departamentales del INTUR y a los Gabinetes Municipales y Departamentales de Turismo del Poder Ciudadano, en temas de desarrollo de productos turísticos existentes y los nuevos a diseñar, que permita definir con precisión las inversiones a ejecutar.

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Planes de Desarrollo Turístico Municipales elaborados o actualizados, validados y en marcha por los Gabinetes de Turismo.		Planes		91.0	66.0	30.0	20.0	20.0
Personas capacitadas de los Gabinetes de Turismo.		Personas		4,447.0	4,912.0	5,020.0	5,050.0	5,100.0
Atlas turísticos elaborados y validados.		Atlas		10.0	5.0			
Catálogos de Recursos Turísticos elaborados y validados.		Catálogos		9.0	5.0			
Propuestas de Productos Turísticos desarrollados.		Productos		66.0	58.0	50.0	50.0	50.0

PROGRAMA 013 : PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL

Este programa continuará realizando acciones de promoción y mercadeo para situar a Nicaragua como un destino turístico reconocido en los mercados internacionales por sus atributos y confiabilidad. Proseguirá realizando acciones de promoción turística internacional ofreciendo los diversos productos y destinos del país (cultura viva, naturaleza, historia y festividades).

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Ferias de promoción turística realizadas a nivel internacional.		Ferias		31.0	35.0	36.0	38.0	39.0
Actualizaciones a página web institucional.		Actualizaciones		228.0	238.0	274.0	279.0	291.0
Material publicitario y souvenirs distribuidos a nivel nacional e internacional.		Brochures		1,106,240.0	1,150,000.0	1,200,000.0	1,250,000.0	1,300,000.0
Nuevos Centros de Información Turística habilitados y funcionando en los destinos turísticos nacionales.		Centros		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Viajes de prensa realizados con medios de comunicación nacional e internacional.		Viajes de prensa		75.0	77.0	79.0	80.0	82.0
Campañas mediáticas de promoción turística impulsadas a nivel nacional e internacional.		Campañas		12.0	12.0	14.0	14.0	15.0

PROGRAMA 014 : PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Continuará realizando en los centros turísticos públicos, obras de mantenimiento y nuevas obras, garantizando el acceso del turista y de la población, a la recreación y esparcimiento en condiciones dignas. Promoverá la inversión turística privada, mediante los beneficios e incentivos que contiene la Ley 306 (Ley de Incentivos Turísticos).

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Proyectos de inversión turística aprobados con beneficio de ley 306.		Proyectos		40.0	42.0	44.0	46.0	48.0
Actividades de divulgación de la ley 306 realizadas a nivel nacional.		Actividades		27.0	30.0	31.0	32.0	33.0
Obras ejecutadas para la rehabilitación y construcción en centros turísticos públicos.		Proyectos formulados		12.0	13.0	15.0	17.0	19.0

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.

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Empresarios y trabajadores del Sector Turismo capacitados en eventos dirigidos a MIPYMES y actores claves del desarrollo del turismo.		Persona		11,000.0	11,500.0	12,000.0	12,500.0	13,000.0
Asesoría a empresas en la elaboración de Planes de mejora.		Planes		5,281.0	5,525.0	5,789.0	6,088.0	6,200.0
Planes de seguridad turística elaborados y puestos en marcha.		Planes		12.0	14.0	16.0	16.0	18.0
Empresas turísticas autorizadas por el INTUR.		Empresas		6,582.0	6,899.0	7,235.0	7,612.0	7,900.0
Capacitación del equipo de inspectores a nivel nacional para mejorar la asist. técn. y capac. a actores claves de las MIPYMES.		Personas			60.0	60.0	60.0	60.0
Empresas turísticas asistidas para obtener distintivo de calidad "Moderniza".		Empresas		200.0	350.0	450.0	500.0	650.0
Convenios suscritos para el desarrollo de productos turísticos.		Convenios			6.0	8.0	10.0	12.0
Manuales de Evaluación y Categorización actualizados.		Manuales			28.0			
Policías turísticos capacitados.		Policías		1,100.0	1,150.0	1,200.0	1,300.0	1,500.0

PROGRAMA 016 : RUTA DEL CAFÉ

Este programa, ejecutará la segunda etapa del proyecto piloto que se ejecutó entre el año 2007 y el año 2011, el cual buscaba el encadenamiento empresarial de las micros, pequeñas y medianas empresas turísticas en los departamentos del norte del país. En la primera etapa, se georreferenciaron 3,142 puntos de interés turístico, una oferta de 932 y 845 puntos de servicios conexos.

Lo positivo de la Ruta del Café es que ha permitido la creación de infraestructura turística muy importante en todos los destinos y el fortalecimiento de las capacidades de las mipymes.

Con la Fase II de la Ruta del Café se pretende afianzar los logros obtenidos en la primera etapa, se construirán 10 infraestructuras turísticas públicas, dos por departamento, con un aporte promedio de US\$130,000 dólares que facilitará la Cooperación de Luxemburgo.

PROGRAMA 017 : DESARROLLO COSTA CARIBE

Con el apoyo del PNUD, implementará el macro proyecto "Desarrollo Económico Local Sostenible en la Costa Caribe de Nicaragua a través del Sector Turismo", con el objetivo de ofrecer alternativas económicas a las comunidades y personas en las regiones del Caribe de Nicaragua. También fortalecerá la coordinación de todos los sectores, públicos y privados del sector turístico en la Costa Caribe de Nicaragua.

Mejorará las condiciones de accesibilidad a las comunidades seleccionadas en la Costa Caribe, con el fin de aumentar su potencial para el desarrollo del turismo sostenible y mejorar la cadena de valor del turismo en las regiones autónomas del Caribe y su promoción.

La cobertura geográfica se basará en 7 circuitos turísticos ya definidos por los Gobiernos Regionales de la Costa Caribe y el INTUR. En la Región Autónoma del Caribe Norte (RACN), incluye su cabecera regional: Bilwi, y las comunidades de Pahra, Krukira, Tuapí y Karatá en el municipio de Puerto Cabezas; así como Wawa Bar y Haulover en el municipio de Prinzapolka. En la Región Autónoma del Caribe Sur (RACS), incluye las zonas litorales de la cabecera regional: Bluefields, Rama Cay y El Bluff; Laguna de Perlas, Awas, Kahkabila, Orinoco, Marshall Point y Tasbapouni; Corn Island y Little Corn Island, y partes limitadas del municipio de La Desembocadura (Karawala, La Barra y Sandy Bay), y del municipio de Kukra Hill.

PROYECCIÓN DE EGRESOS POR PROGRAMAS
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA	EJECUCIÓN 2013	PROYECCIÓN 2014	ASIGNADO 2015	PROYECCIÓN 2016	PROYECCIÓN 2017	PROYECCIÓN 2018
APOYO A LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	148,481	159,875	180,099	176,560	220,949	238,716
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO	4,817	6,751	7,541	19,157	21,382	41,662
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	144,985	135,286	154,560	226,297	254,923	279,480
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	30,903	27,259	34,608	37,764	43,320	47,652
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	79,572	160,714	116,532	32,972	15,256	16,817
RUTA DEL CAFÉ	-	-	56,968	-	-	-
DESARROLLO COSTA CARIBE	-	-	196,388	181,983	192,322	155,232
TOTAL	408,758	489,885	746,696	674,733	748,152	779,559

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

PROGRAMA	EJECUCIÓN 2013	PROYECCIÓN 2014	ASIGNADO 2015	PROYECCIÓN 2016	PROYECCIÓN 2017	PROYECCIÓN 2018
APOYO A LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	148,481	159,875	180,099	176,560	220,949	238,716
GASTO CORRIENTE	146,856	152,854	172,083	161,190	203,267	219,301
SERVICIOS PERSONALES	75,055	77,498	96,913	63,701	67,503	67,867
SERVICIOS NO PERSONALES	47,629	48,514	51,100	41,821	44,903	48,011
MATERIALES Y SUMINISTROS	15,427	16,225	16,346	8,269	9,839	10,822
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	8,745	10,617	7,724	47,399	81,022	92,601
GASTO DE CAPITAL	1,625	7,021	8,016	15,370	17,682	19,415
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO	4,817	6,751	7,541	19,157	21,382	41,662
GASTO CORRIENTE	4,815	6,582	7,307	15,598	17,166	18,809
SERVICIOS PERSONALES	4,033	4,111	5,025	4,454	4,351	4,721
SERVICIOS NO PERSONALES	571	1,851	1,358	8,788	10,106	11,117
MATERIALES Y SUMINISTROS	211	620	924	2,356	2,709	2,971
GASTO DE CAPITAL	2	169	234	3,559	4,216	22,853
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	144,985	135,286	154,560	226,297	254,923	279,480

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

PROGRAMA	EJECUCIÓN 2013	PROYECCIÓN 2014	ASIGNADO 2015	PROYECCIÓN 2016	PROYECCIÓN 2017	PROYECCIÓN 2018
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL						
GASTO CORRIENTE	144,630	134,836	154,261	207,920	233,789	256,233
SERVICIOS PERSONALES	8,846	9,179	10,649	47,357	49,253	54,110
SERVICIOS NO PERSONALES	95,142	97,754	110,386	97,563	111,984	122,247
MATERIALES Y SUMINISTROS	4,104	3,528	3,972	26,245	30,284	33,381
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	36,538	24,375	29,254	36,755	42,268	46,495
GASTO DE CAPITAL	355	450	299	18,377	21,134	23,247
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	30,903	27,259	34,608	37,764	43,320	47,652
GASTO CORRIENTE	30,382	26,648	33,914	36,499	41,995	46,224
SERVICIOS PERSONALES	16,894	16,603	19,060	18,089	19,248	20,413
SERVICIOS NO PERSONALES	11,098	8,017	13,174	13,207	14,528	16,980
MATERIALES Y SUMINISTROS	2,141	1,745	1,618	3,122	4,280	4,708
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	249	283	62	2,081	3,939	4,123
GASTO DE CAPITAL	521	611	694	1,265	1,325	1,428
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	79,572	160,714	116,532	32,972	15,256	16,817
GASTO CORRIENTE	60,685	75,269	40,456	30,600	14,337	15,806
SERVICIOS PERSONALES	9,378	8,789	9,390	22,713	7,913	8,623
SERVICIOS NO PERSONALES	46,591	35,276	29,119	2,854	3,431	3,855
MATERIALES Y SUMINISTROS	1,908	15,851	1,697	1,199	1,379	1,517
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	2,808	15,353	250	1,409	1,614	1,811
SERVICIOS DE LA DEUDA	-	-	-	2,425	-	-
GASTO DE CAPITAL	18,887	85,445	76,076	2,372	919	1,011
ruta del café	-	-	56,968	-	-	-
GASTO CORRIENTE	-	-	56,455	-	-	-
SERVICIOS NO PERSONALES	-	-	19,068	-	-	-
MATERIALES Y SUMINISTROS	-	-	2,104	-	-	-
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	-	-	35,283	-	-	-
GASTO DE CAPITAL	-	-	513	-	-	-
DESARROLLO COSTA CARIBE	-	-	196,388	181,983	192,322	155,232
GASTO CORRIENTE	-	-	183,885	181,983	192,322	155,232
SERVICIOS NO PERSONALES	-	-	67,146	176,669	184,439	143,381
MATERIALES Y SUMINISTROS	-	-	3,273	-	-	-
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	-	-	113,466	5,314	7,883	11,851
GASTO DE CAPITAL	-	-	12,503	-	-	-
TOTAL	408,758	489,885	746,696	674,733	748,152	779,559
GASTO CORRIENTE	387,368	396,189	648,361	633,790	702,876	711,605
SERVICIOS PERSONALES	114,206	116,180	141,037	156,314	148,268	155,734
SERVICIOS NO PERSONALES	201,031	191,412	291,351	340,902	369,391	345,591
MATERIALES Y SUMINISTROS	23,791	37,969	29,934	41,191	48,491	53,399
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	48,340	50,628	186,039	92,958	136,726	156,881
SERVICIOS DE LA DEUDA	0	0	0	2,425	0	0
GASTO DE CAPITAL	21,390	93,696	98,335	40,943	45,276	67,954

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

PROGRAMA / FUENTE	EJECUCIÓN 2013	PROYECCIÓN 2014	ASIGNADO 2015	PROYECCIÓN 2016	PROYECCIÓN 2017	PROYECCIÓN 2018
APOYO A LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	148,481	159,875	180,099	176,560	220,949	238,716
Rentas del Tesoro	51,868	50,778	55,422	34,545	38,373	37,918
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	77,962	98,654	120,226	142,015	182,576	200,798
Préstamos Externos	18,651	10,443	4,451	-	-	-
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO	4,817	6,751	7,541	19,157	21,382	41,662
Rentas del Tesoro	3,391	3,777	3,660	3,219	3,054	3,359
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	1,426	2,974	3,881	15,938	18,328	38,303
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	144,985	135,286	154,560	226,297	254,923	279,480
Rentas del Tesoro	15,145	8,323	19,523	46,037	47,867	52,654
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	129,840	126,963	135,037	180,260	207,056	226,826
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	30,903	27,259	34,608	37,764	43,320	47,652
Rentas del Tesoro	3,769	3,548	3,887	3,619	4,054	4,459
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	27,134	23,711	30,721	34,145	39,266	43,193
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	79,572	160,714	116,532	32,972	15,256	16,817
Rentas del Tesoro	6,316	6,904	6,402	6,688	6,290	6,919
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	8,636	11,699	11,695	7,802	8,966	9,898
Préstamos Externos	43,223	92,886	98,435	18,482	-	-
Donaciones Externas	21,397	49,225	-	-	-	-
ruta del café	-	-	56,968	-	-	-
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	-	-	1,999	-	-	-
Donaciones Externas	-	-	54,969	-	-	-
DESARROLLO COSTA CARIBE	-	-	196,388	181,983	192,322	155,232
Donaciones Externas	-	-	196,388	181,983	192,322	155,232
TOTAL	408,758	489,885	746,696	674,733	748,152	779,559
Rentas del Tesoro	80,489	73,330	88,894	94,108	99,638	105,309
Recursos Propios de las entidades descentralizadas y autónomas	244,998	264,001	303,559	380,160	456,192	519,018
Préstamos Externos	61,874	103,329	102,886	18,482	-	-
Donaciones Externas	21,397	49,225	251,357	181,983	192,322	155,232

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

PROYECTO / FUENTE	EJECUCIÓN 2013	PROYECCIÓN 2014	ASIGNADO 2015	PROYECCIÓN 2016	PROYECCIÓN 2017	PROYECCIÓN 2018
CONSTRUCCION DE EMBARCADERO PARA PEQUEÑOS LANCHEROS EN EL CENTRO TURISTICO DE GRANADA	2,484	13,455	-	-	-	-
Préstamos Externos	2,484	13,455	-	-	-	-
CONSTRUCCION DE UN CENTRO CULTURAL, DE OCIO Y TEMATIZADO EN SAN JUAN DEL SUR, RIVAS	-	55,652	53,510	-	-	-
Préstamos Externos	-	55,652	53,510	-	-	-
RESTAURACION Y CONSERVACION DEL ANTIGUO HOSPITAL DE GRANADA PARA USO TURISTICO	75	-	-	-	-	-
Préstamos Externos	75	-	-	-	-	-
AMPLIACIÓN DE LA CALLE LA CALZADA EN EL MUNICIPIO DE GRANADA	11,230	-	-	-	-	-
Préstamos Externos	11,230	-	-	-	-	-
CONSTRUCCION DE INSTALACIONES TURISTICAS EN LA RUTA ESCENICA DEL LITORAL PACIFICO SUR	1,250	5,711	-	-	-	-
Préstamos Externos	1,250	5,711	-	-	-	-
RESTAURACION DEL CONVENTO SAN FRANCISCO EN EL MUNICIPIO DE GRANADA	-	9,984	6,345	-	-	-
Préstamos Externos	-	9,984	6,345	-	-	-
REHABILITACIÓN MALECON DE GRANADA	2,916	-	-	-	-	-
Préstamos Externos	2,916	-	-	-	-	-
TOTAL GENERAL	17,955	84,802	59,855	-	-	-