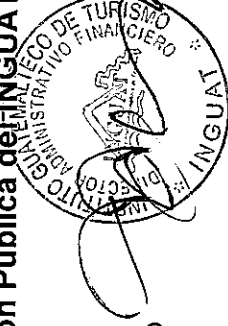


**DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA  
MEMORANDO No.174-2021-DAF**

**A:** Lic. Brian Gabriel Simon  
Jefe de la Unidad de Información Pública del INGUAT

**DE:** Lic. Julio Oliva Juárez  
Director Administrativo Financiero



**ASUNTO:** MATRIZ DE PLANIFICACION OPERATIVA ANUAL 2021 GESTION  
POR RESULTADOS CORRESPONDIENTE A FEBRERO DE 2021.

**FECHA:** Guatemala, 12 de marzo de 2021

En documentos adjuntos, solicito a ustedes subir al Portal de transparencia de esta Institución, las Matrices de Planificación Operativa Anual "Gestión por Resultados", de la Dirección Administrativa Financiera, Dirección de Mercadeo y Dirección de Desarrollo del Producto Turístico, correspondiente al mes de febrero de 2021.

Atentamente,

JHO/jder  
c.c. archivo

INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO  
UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA

**RECIBIDO**  
12 MAR 2021

HORA: 15:00 FIRMA: 

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

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

siganos en:



@inguat

@inguatprensa

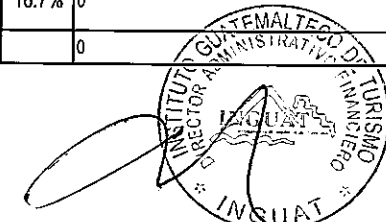
@inguat.gob

comunicacioninguat

**Actividades Centrales**  
**Matriz de Gestión por Resultados , Plan Operativo Anual 2021**

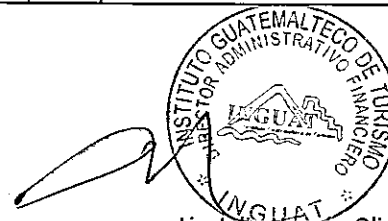
Febrero acumulado

No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
1	Informes cuatrimestrales de gestión para SEGEPLAN.	3	informes	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33%	Enero: se subió al SIPLAN y se entregó el 3er. informe cuatrimestral 2020.
2	Participar en diferentes reuniones, como mesas, Dirección, GABECO, etc	Variable	Reuniones	10		0		0		10		0
3	Coordinar con las jefaturas de Dirección, la integración de la Memoria de Labores Institucional 2020; para que a través de la Dirección General, se traslade al Ministerio de Economía.	1	memoria	0.8	80%	0	0%	0	0%	0.8	80%	Se solicitó la memoria de labores 2020 a las unidades administrativas a través de memorandum No. 006-2021-DG
4	Coordinar con las jefaturas de Dirección, la integración de Informes de Gestión; para que a través de la Dirección General, se trasladen a las instancias requeridas. (Informe presidencial, políticas públicas, entre otros).	variable	informes	5		0		0		5		Enero: Circular Bonos del Tesoro (MINIFIN) Febrero: Instrumento de consulta a las instituciones públicas sobre el avance de las metas estratégicas y objetivos de la PGG 2020-2024 (SEGEPLAN), Informe efectos de la pandemia covid-19 en los derechos humanos de las personas de edad (SEPREM), encuesta CGC.
5	Plan Operativo Anual 2020											
	Emitir oficios, reuniones de trabajo con las jefaturas de esta dirección y jefaturas de la Dirección de Mercadeo y Desarrollo del Producto Turístico para realizar las modificaciones o ajustes a la planificación operativa.	variable	Documento(s)	1		0		0		1		0
	Reuniones comisión POA.	variable	reuniones	0		0		0		0		0
	Realizar presentaciones al despacho superior.	variable	Documento (s)	0		0		0		0		0
	Modificaciones.	variable	documento	0		0		0		0		0
	Definir formatos a utilizar para el seguimiento anual.	variable	Formatos	3		0		0		3		Se realizó una matriz para cada Dirección
	Informe mensual de avance del Programa de Actividades Centrales.	12	Matrices	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
	Matriz tipo semáforo	variable	Matrices	0		0		0		0		0



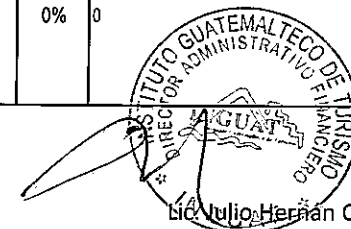
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
6	Plan Operativo Anual y Multianual 2022-2026											
	Llevar a cabo las acciones previas a la planificación, participación en reuniones de trabajo con la SEGEPLAN y Dirección de Presupuesto del Ministerio de Finanzas Públicas.	variable	Documento(s)	0		0		0		0		0
	Reuniones comisión POA.	variable	reuniones	0		0		0		0		0
	Presentación del Plan Operativo Anual y Multianual 2022-2026	1	Plan	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
7	Brindar apoyo técnico para la elaboración y actualización de los procedimientos.	variable	Procedimientos aprobados	0		0		0		0		0
8		variable	Reuniones de procedimientos en proceso	5		0		0		5		0
9	Atender las recomendaciones formuladas en los hallazgos y girar las instrucciones a las jefaturas correspondientes de esta dirección.	variable	Documento(s)	25		0		0		25		0
<b>DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO</b>												
1	Prestar servicio de telefonía móvil, fija e internet mensualmente al edificio central del INGUAT, delegaciones nacionales, oficinas regionales y subregionales.	12	Eventos de pago	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0
2	Pagar servicios de mensajería y fletes	12	Eventos de pago	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0
3	Programar acciones para adecuar espacios físicos, insumos y actividades	1	Reunión y seguimiento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
4	Administrar los seguros en los ramos de: vehículos automotores del INGUAT.	1	Requisición	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
5	Seguro contra incendio y líneas aliadas (edificio central del INGUAT, Mercado de Artesanías, Centro Recreativo para Trabajadores del INGUAT -CRI-, Castillo de San Felipe de Lara, Izabal)	1	Requisición	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0

No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
6	Seguro para equipo electrónico de la institución.	1	Requisición	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
7	Seguro para nave marítima (Lancha en el Castillo de San Felipe), propiedad de INGUAT.	1	Eventos	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
8	Seguro para el dron propiedad de INGUAT.	1	Requisiciones	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
9	Brindar servicio de centros de impresión y copiado a las unidades administrativas del edificio central del INGUAT y delegaciones nacionales, oficinas regionales y subregionales del INGUAT.	12	Eventos de pago	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0
10	Arrendamiento de Oficinas Regionales, Sub Regionales y de Información Turística en Chichicastenango, Esquipulas, Panajachel, Antigua Guatemala, Flores, Cobán y Quetzaltenango.	12	Eventos de pago	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
11	Realizar compras emergentes de bienes y servicios del Departamento Administrativo.	12	Informes	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
12	Administrar el Mercado de Artesanías, Museo de Paleontología y Arqueología Roberto Woolfolk Saravia en Estanzuela, Zacapa y Castillo de San Felipe de Lara en Izabal.	36	Informes	6	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	6	16.7%	0
13	Proyecto de reciclaje y sostenibilidad de insumos dentro del INGUAT	1	Proyecto	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
14	Compra de mobiliario	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
15	Compra de equipo de oficina	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
16	Compra de mobiliario y equipo de oficina para el edificio central del INGUAT, Delegaciones Nacionales, Oficinas Regionales y Sub Regionales.	3	Requisiciones	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
<b>SECCIÓN DE MANTENIMIENTO</b>												
17	Mantenimiento preventivo de sistemas de aire acondicionado, mantenimiento de desodorizadores, aromatizadores y sensores, elevadores, fumigación, limpieza, sistemas eléctricos, equipos y planta telefónica, entre otros, en forma mensual o cuando se requiera y/o aplique.	12	Eventos de pago	2		0		0		2		Febrero: Servicio de mantenimiento de aires acondicionados, elevadores, desodorizadores, fumigación y lavandería del edificio central del INGUAT.

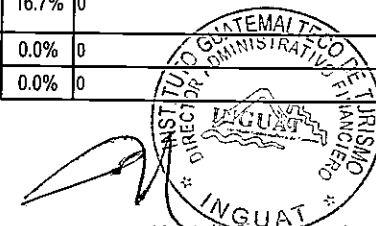


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
18	Realizar mantenimiento correctivo: reparar sistemas en electricidad, telefonía, bombas hidroneumáticas de agua con sus motores, elevadores, extintores, aires acondicionados, plantas de tratamiento de agua, tuberías y drenajes, entre otros.	Variable	Requisición	1		0		0		1		Febrero: Compra de tornillos de 1/2" punta fina, 60 bolas de wipe para antorcha Bicentenario, galones de citronella y encendedores de estufa, cable THHN/THWN-2 12 negro, blanco y rojo 200 mts de cada uno, tornillo para tableyeso 1 grado 8, alambre de amarre #16, conector BX recto 3/4 LU, baterías USG pasta tabla roca 28KG, caja de clavo con roldana, tira de fulminantes, tornillos de 1 1/4" y 1/2" punta fina y clavo pin clip 1 1/4", para la Sec.deMant, edificio central del INGUAT.
19	Supervisión continua para la reparación y/o mantenimiento de lozas, ventanas, paredes, gradas internas y de emergencia, sistemas de distribución eléctrica y de aguas, piscinas, motor de lancha, entre otros, en el edificio central del INGUAT, Mercado de Artesanías, Castillo de San Felipe de Lara, Museo de Paleontología y Arqueología Roberto Woolfolk Saravía, el Centro Recreativo para Trabajadores del INGUAT-CRI-, delegaciones nacionales, oficinas regionales y subregionales.	12	Informe	2		0		0		2	0	
20	Servicio de energía eléctrica en el edificio central y las Delegaciones nacionales, Regionales y Sub Regionales. Mercado de Artesanías, castillo san Felipe, museo Estanzuela	12	Eventos de pago	2		0		0		2		Febrero: servicio de energía eléctrica en el edificio central del INGUAT, Mercado de Artesanías, Castillo de San Felipe, subregional de Chichicastenango, Quiché, Panajachel-Sololá, Cobán, Alta Verapaz y CRI.
21	Servicio de extracción de basura en el edificio central INGUAT, Mercado de Artesanías, Delegaciones nacionales, Regionales y Sub Regionales.	12	Eventos de pago	2		0		0		2		Enero: extracción del basura del edificio central de. INGUAT, Mercado de Artesanías y CRI.
22	Cargo por servicio de agua potable	12	Requisición	2		0		0		2		Servicio de cargo fijo de agua potable del edificio central del INGUAT
23	Servicio de agua pura en garrafones para el edificio central de INGUAT, Delegaciones nacionales, Regionales y Sub Regionales.	12	Requisición	2		0		0		2		Abastecimiento de agua purificada a los empleados del edificio central del INGUAT.
24	Servicio de cable para el edificio central de INGUAT.	12	Requisición	2		0		0		2		Servicio de cable de la Dirección de Mercado, sala de reuniones, del 5to nivel y en la Garita del sótano 1 del edificio central del INGUAT

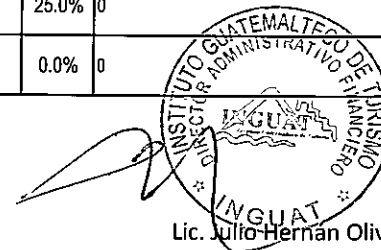
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
25	Contratación externa para los servicios de conserjería.	12	Requisición	2		0		0		2		Febrero: servicio de conserjería del edificio central del INGUAT, en oficina subregional de morales Izabal y Modulo de Turismo del Aeropuerto.
26	Servicio de alcantarillado en el edificio central de INGUAT.	12	Requisición	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	Febrero: servicio de alcantarillado del edificio central del INGUAT. Según contador No. 80050
<b>SECCIÓN DE ALMACÉN</b>												
51	Operar el módulo de Almacén General en el Sistema de Gestión Administrativa -SIGAD-	12	Informes	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
52	Empacar material promocional para diferentes actividades nacionales e internacionales.	Variable	Requisición	65		0		0		65		0
53	Compra de útiles de oficina	Variable	Compra directa	0		0		0		0		0
54	Compra de útiles de limpieza y productos sanitarios	Variable	Compra directa	1		0		0		1		0
55	Elaborar formas 1H, ingresos al almacén.	Variable	Informe	3		0		0		3		0
<b>SECCIÓN DE TRANSPORTES</b>												
56	Administrar la Unidad de Transportes en el SIGAD y facilitar medios de transporte, en buenas condiciones, para la realización de comisiones oficiales de las diferentes unidades administrativas del INGUAT, así como a otras entidades públicas y/o privadas, cuando sean requeridos y autorizados por el despacho superior.	12	Informe	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	Enero: se realizaron 95 comisiones y se utilizó Q. 6,950.00 de combustible.
57	Monitorizar a través del sistema del Global Positioning System -GPS- los vehículos pertenecientes a la institución.	12	Requisición	1	8%	0	0.0%	0	0.0%	1	8%	0
58	Compra de vales de combustible para los vehículos de la institución.	1	Cotización	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	0
59	Realizar mantenimiento y reparación a los vehículos de la institución.	Variable	Requisición	5		0		0		5		0
60	Compra de lubricantes, llantas y neumáticos entre otros para los vehículos de la institución.	Variable	Requisición	0		0		0		0		0
<b>UNIDAD DE PREVENCIÓN DE RIESGOS</b>												
61	Contratación externa para los servicios, seguridad y vigilancia.	12	Eventos de pago	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
62	Compra de polvo químico seco PQS para el llenado de extintores del edificio central, Mercado de Artesanías, Centro Recreativo para Trabajadores de INGUAT-CRI, Museo de Estanzuela, Delegación de Antigua Guatemala, Castillo de San Felipe y para uso de vehículos oficiales.	2	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0



No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
63	Servicio y reparación de cámaras y grabadores NVR	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
64	Servicio y reparación del sistema de alarma de intrusión	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
65	Servicio y reparación de arcos de detector de metales	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
66	Servicio y reparación del sistema de alarma de evacuación	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
67	Desarrollar el Plan de Prevención, Seguridad y Atención al Turista, Semana Santa 2020.	1	Plan	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
68	Informes de atención a visitantes en Semana Santa 2020.	Variable	Informe	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
69	Informe de la comisión de emergencia.	Variable	Informes	0	0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
70	Reportes de incidentes.	Variable	Informes	1	0%	0	0.0%	0	0%	1	0%	0
71	Informes de supervisiones, comisiones.	Variable	Informes	3	0%	0	0.0%	0	0%	3	0%	0
<b>DEPARTAMENTO FINANCIERO</b>												
1	Tramitar pago por servicios Gubernamentales de Fiscalización	12	Requisición	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
2	Tramitar pago comisiones y gastos bancarios	Variable	Requisición	5		0		0		5		0
3	Publicar en el Diario de Centroamérica	Variable	Requisición	1		0		0		1		0
4	Tramitar pago de servicios envío de valores recaudados en el Castillo de San Felipe de Lara.	12	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
5	Tramitar impresión de formas autorizadas por Contraloría General de Cuentas (Tickets de ingreso al Castillo de San Felipe de Lara, Libros de Bancos, Libros de Actas, Cheques)	Variable	Requisición	1		0		0		1		0
6	Tramitar pago de Impuestos, derechos y tasas	Variable	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
7	Tramitar pago por transporte de personal y compra de boletos aéreos comisión interior	Variable	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
8	Pago parqueos de cotizadores y emisión de boletos aéreos	Variable	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
9	Tramitar pago por membresía anual de acceso a Leyes Tributarias y otras normas (Infile).	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
10	Tramitar pago por servicios técnicos contables y otros estudios y/o servicios	Variable	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
11	Tramitar la compra de equipo de oficina (destructora de papel)	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
12	Tramitar información solicitada a través de la Unidad de Acceso a la Información Pública	12	Informes	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
13	Informes de avances de proyectos	3	Informes	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
14	Comisiones al interior personal Departamento Financiero	21	Comisiones	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0

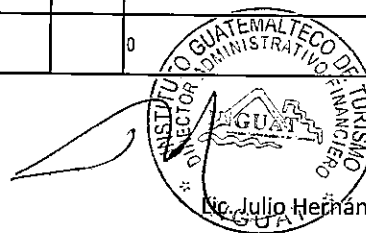


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>SECCIÓN DE COBROS</b>												
1	Operar el sistema E-INGUAT.	12	Meses	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	25.0%	0
2	Tramitar, elaborar y entregar solvencias de pago a empresas de hospedaje	Variable	No. de solvencias entregadas	42		0		0		42		0
3	Calcular Intereses por mora en ajustes de auditorías realizadas por el Departamento de Fiscalización	Variable	Documento	14		0		0		14		0
4	Elaborar reconocimientos de deuda	Variable	Convenios	3		0		0		3		0
5	Notificar multas generadas por la Sección de Registro y Verificación de Servicios Turísticos	Variable	Documento de Notificación	10		0		0		10		0
6	Realizar el cobro de intereses por pago extemporáneo del 10% sobre hospedaje	Variable	Operación registrada	10		0		0		10		0
7	Enviar recibos para el pago del Impuesto del 10% sobre hospedaje	Variable	Registro de cantidad de hoteles	46		0		0		46		0
8	Administrar la venta de tickets de ingreso al Castillo San Felipe de Lara.	Variable	Tickets de ingreso adultos	16,980		0		0		16,980		0
9		Variable	Tickets de ingreso niños	2,190		0		0		2,190		0
10		Variable	Tickets de ingreso extranjeros	220		0		0		220		0
11	Elaborar el traslado de Ingresos percibidos en el Castillo de San Felipe de Lara	Variable	Informe	25		0		0		25		0
12	Trasladar información solicitada a través de la Unidad de Acceso a la Información Pública.	Variable	Documento	3		0		0		3		0
13	Revisar y aplicar cargos y abonos por cambios de operaciones en el Sistema e-Inguat.	Variable	Informe	27		0		0		27		0
14	Emitir Informe mensual de ingresos por 10% de hospedaje, impuesto de salida del país vía aérea y marítima, Ingresos al Castillo de San Felipe de Lara y otros	12	Informe	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
15	Enviar notas de cobros a establecimientos morosos en el pago del 10% de Impuesto de Hospedaje	Variable	Notas de cobro	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
16	Elaborar reporte de estatus de arrendamientos de inmuebles propiedad de INGUAT	12	Oficios	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	25.0%	0
17	Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas.	Variable	Documento	2	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.0%	0





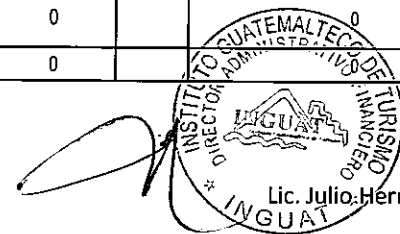
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>SECCIÓN DE CAJA</b>												
1	Administrar y manejar las cuentas bancarias del INGUAT.	Variable	Manejos	8		0		0		8	0	
2	Realizar el pago a proveedores y empleados de la Institución.	Variable	Cheque emitido/pago realizado	116		0		0		116	0	
3	Atender los requerimientos de documentación de ingresos y egresos que solicite Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna.	Variable	Documentos entregados	12		0		0		12	0	
4	Realizar la rendición de formas utilizadas por medio electrónico	12	Constancia de rendición	2	16.7%	0	0.0%	0	0%	2	16.7%	0
5	Rendición de la Caja Fiscal forma electrónica.	Variable	Documento	2		0		0		2	0.0%	0
6	Generar reportes de tesorería conforme requerimientos específicos	Variable	Reporte electrónico	7		0		0		7	0.0%	0
7	Realizar trámite de compra de divisas para viáticos y fondos por comisiones en el exterior.	Variable	Trámites realizados	0		0		0		0	0.0%	0
8	Realizar trámite de devolución de divisas de viáticos y fondos en avance al exterior	Variable	Trámites realizados	0		0		0		0	0.0%	0
9	Enviar oficios a entidades bancarias por las transferencias realizadas	Variable	Envíos	20		0		0		20	0.0%	0
10	Recepcionar ingresos varios	Variable	Operaciones	448		0		0		448	0.0%	0
<b>SECCIÓN DE COMPRAS</b>												
<b>SIGES, REGISTRO DE:</b>												
<b>Orden de compra, COM-DEV o CYD:</b>												
1	Compras baja cuantía	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	
2	Compras cotización	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	
3	Compras licitación	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	
4	Compras directas con oferta electrónica	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	
5	Compras adquisición directa por ausencia de ofertas	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	
6	Arrendamientos	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	
7	Honorarios (subgrupo 18)	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0	0	



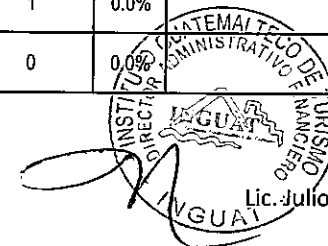
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
8	Reintegros	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0		0
9	Negociaciones entre entidades públicas	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		0		0		0		0
<b>Anexo orden de compra o COM-DEV:</b>												
10	Pagos periódicos mensuales	Variable	Documento	0		0		0		0		0
<b>PROVIDENCIAS</b>												
11	Elaboradas para realizar contratos.	variable	Providencias	44		0		0		44		0
<b>GUATECOMPRAS (publicaciones)</b>												
12	Plan de Compras	Variable	Constancia publicación	1		0		0		1		0
<b>NOG Cotización. De Q25,000.01 a Q90,000.00:</b>												
13	Proyecto	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
14	Bases	Variable	Constancia publicación	1		0		0		1		0
15	Adquisición directa por ausencia de ofertas	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
16	Contrato entregados por el Depto. Jurídico para publicar	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
17	Resoluciones	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
18	Nombramientos	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>NOG Licitación. De Q900,000.00 en adelante:</b>												
19	Proyecto	Variable	Constancia publicación	1		0		0		1		0
20	Bases	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
21	Adquisición directa por ausencia de ofertas	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
22	Contratos entregados por el Depto. Jurídico para publicar	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
23	Resoluciones	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
24	Nombramientos	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
25	Subasta inversa	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0

No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>Publicaciones varias:</b>												
26	Negociaciones entre Entidades Públicas.	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>NOG</b>												
27	Contrato exento de cotización (energía eléctrica)	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
28	Contratos de arrendamientos. Crear NOG	Variable	Constancia publicación	2		0		0		2		0
29	Anexos a NOG	Variable	Constancia publicación	29		0		0		29		0
30	Pagos al exterior NOG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
31	Negociaciones entre Entidades Públicas NOG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>NPG:</b>												
32	Contratos de honorarios, compras modalidad baja cuantía, servicios básicos. Crear NPG	Variable	Constancia publicación	28		0		0		28		0
33	Anexos a NPG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>Cotización de Q0.01 A Q90,000.00 a través de sistema GUATECOMPRAS</b>												
34	Baja cuantía NOG o NPG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
35	Compra directa con oferta Electrónica NOG o NPG (Art. 32 LCE)	Variable	Constancia publicación	3		0		0		3		0
36	Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE). NOG o NPG	Variable	Constancia publicación	14		0		0		14		0
37	Contratos entregados por el Depto. Jurídico para publicar. NOG o NPG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>BOLETOS AÉREOS</b>												
38	Compra de Baja Cuantía (Art. 43 Inciso A), respaldado con: nombramiento de viático interior, exterior o Acuerdo de Dirección General	Variable	Constancia publicación	6		0		0		6		0
<b>Compra a través de sistema GUATECOMPRAS NOG</b>												
39	Compra directa por medio de oferta electrónica (Art. 43 LCE Inciso B).	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
40	Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE).	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0

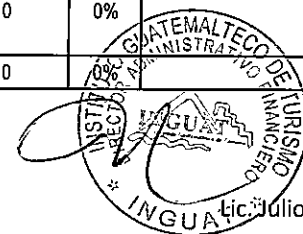
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>AUTORIZACIONES NOG EN SISTEMA GUATECOMPRAS</b>												
41	Pagos al exterior	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
42	Negociaciones entre Entidades Públicas	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
43	Compra directa con oferta electrónica	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
44	Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE). NOG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
45	Cotización de Q25,000.01 a Q90,000.00	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
46	Licitación de Q900,000.00 en adelante	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>FONDOS ROTATIVOS</b>												
1	Constitución del Fondo Rotativo Institucional.	1	Operación sistema	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0
2	Constitución de fondo rotativo específico de viáticos al interior	1	Operación sistema	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0
3	Constitución de fondo rotativo específico de boletos aéreos	1	Operación sistema	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
4	Constitución de fondo rotativo específico del departamento Administrativo	1	Operación sistema	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0
5	Constitución de fondos fijos (cajas chicas).	1	Operación sistema	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0
6	Liquidación del Fondo Rotativo Institucional.	1	Operación sistema	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
7	Realizar el pago a proveedores por pagos menores	Variable	Cheque emitido	23	0%	0	0%	0	0%	23	0%	0
8	Tramitar reposición del Fondo	Variable	Documento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
9	Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas.	Variable	Documento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
<b>FONDOS ROTATIVO INTERNO (Viáticos)</b>												
1	Número de cheques emitidos por el fondo rotativo interno de viáticos al interior	Variable	Cheques	126		0		0		126		0
2	Reposiciones del Fondo Rotativo de Viáticos	Variable	Reposiciones	3		0		0		3		0
3	Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas.	Variable	Documento	0		0		0		0		0
4	Número de cheques emitidos por el fondo rotativo interno de viáticos al exterior	Variable	Cheques	0		0		0		0		0
5	Reposiciones del Fondo Rotativo de Viáticos exterior	Variable	Reposiciones	0		0		0		0		0



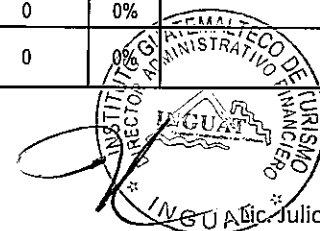
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>SECCIÓN DE PRESUPUESTO</b>												
1	Preparar cierre presupuestario.	1	Cierre	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
2	Elaborar informe anual de rendición de cuentas del ejercicio fiscal anterior.	1	Informe	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
3	Elaborar y Presentar Anteproyecto del Presupuesto para el ejercicio fiscal 2022.	1	Anteproyecto	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
4	Elaborar presentación de informes de metas.	12	Informes	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
5	Elaborar presentación de informes de gestión (reportes SICOIN).	3	Informes	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0
6	Elaborar ficha técnica de presupuesto con enfoque de género (SEPREM, SEGEPLAN, Congreso, Contraloría General de Cuentas).	3	Documento	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0
7	Elaborar modificaciones y transferencias presupuestarias.	Variable	Modificaciones	6		0		0		6		0
8	Elaborar Ejecución Analítica Cuatrimestral (Contraloría General de Cuentas, Congreso y Contabilidad del Estado)	3	Informes	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0
9	Atender los requerimientos de documentación que solicite la Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna.	Variable	Oficios	5	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	0.0%	0
<b>CENTRO DE COSTO</b>												
1	Recibir y verificar los expedientes que requieren pre-orden de la Dirección de Mercadeo, Dirección de Desarrollo del Producto Turístico y la Dirección Administrativa Financiera.	Variable	Documentos	96	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	96	0.0%	0
2	Recibir y verificar planillas de la Dirección de Mercadeo, Dirección de Desarrollo del Producto Turístico y la Dirección Administrativa Financiera.	Variable	Documentos	4	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.0%	0
3	Control de archivo de requisiciones correspondientes a pre-ordenes elaboradas en el Centro de Costos.	Variable	Documentos	96	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	96	0.0%	0
4	Control de modificaciones presupuestarias solicitadas por las Direcciones, Departamentos, Secciones y unidades administrativas.	Variable	Documentos	4	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.0%	0
5	Entrega de constancias de reserva presupuestaria para proyectos de cotización y licitación.	Variable	Documentos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
6	Constancia de reserva presupuestaria para la compra de boletos aéreos en la modalidad de baja cuantía.	Variable	Documentos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
7	Constancia de reserva presupuestaria para pagos en el exterior.	Variable	Documentos	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	0
8	Constancia de reserva presupuestaria para la contratación de servicios.	Variable	Documentos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0



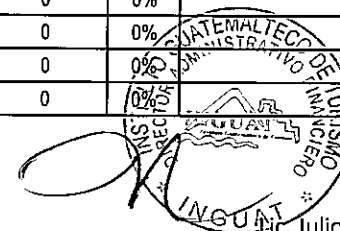
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
9	Elaboración de pre-orden en sistema SIGES.	Variable	Documentos	96	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	96	0.0%	0
10	Envío de pre-orden en sistema SIGES.	Variable	Documentos	96	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	96	0.0%	0
<b>SECCIÓN DE CONTABILIDAD</b>												
1	Preparación de cierre contable y presupuestario.	1	Informes	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
2	Informe anual de rendición de cuentas del ejercicio fiscal anterior (Ministerio de Finanzas y Contraloría General de Cuentas)	1	Informes	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
3	Presentación de estados financieros correspondiente al ejercicio fiscal anterior (Publicación en Diario de Centro América)	1	Informes	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
4	Registrar CUR Contable	Variable	Cantidad de CUR Contable	48		0		0		48		0
5	Registrar CUR de Ingreso	Variable	Cantidad de CUR Ingreso	22		0		0		22		0
6	Registrar CUR de egresos (gasto)	Variable	CUR emitido de devengado	16		0		0		16		0
7	Aprobar la solicitud de pago por reposición de Fondo Rotativo Institucional	Variable	Cantidad de Reposiciones	2		0		0		2		0
8	Conciliación de impuestos retenidos de IVA e ISR a pagar	12	Conciliación de Impuesto retenido	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
9	Declaración anual de ISR	1	Declaración	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
10	Emitir certificación de resoluciones de cobro de impuesto 10% hospedaje	Variable	Certificaciones	110		0		0		110		0
11	Conciliaciones Bancarias de Cuentas	Variable	Conciliaciones	24	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	24	0.0%	0
12	Cálculo de prestaciones laborales	Variable	Expediente	26		0		0		26		0
13	Informe de Inventario a Bienes del Estado (inventario).	1	Informe	2		0		0		2		0
14	Informes de Inventario Registros de bienes en el SICOIN (inventario).	Variable	lad de Bienes regis	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	0
15	Atender los requerimientos de documentación que solicite la Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna	Variable	Documentos	9		0		0		9		0
<b>SECCIÓN DE COMPUTACIÓN</b>												
1	Enlaces de Internet para navegación institucional primario	12	Unidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
2	Segundo enlace de Internet para navegación institucional	12	Unidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
3	Tercer enlace de Internet para navegación institucional	12	Unidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
4	Enlace dedicado para las Oficinas Regionales V, VI y VIII y subregionales, Castillo San Felipe, Museo de Estanzuela y Mercado de Artesanías	12	Unidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
5	Licencias de virtualización para clúster de servidores	15	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0



No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
6	Licenciamiento antivirus para red interna	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
7	Licencias adobe diseño gráfico, creación y diseños del INGUAT	12	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
8	Licencia para digitalización, software para digitalización de imágenes de archivo	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
9	Licenciamiento ArcGis Server Enterprise para información geográfica	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
10	Licenciamiento ArcGis Network Analyst	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
11	Licenciamiento ArcGis Desktop para información geográfica	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
12	Licenciamiento soporte y garantía filtro de contenido	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
13	Garantía de soporte para equipo Switch Cisco	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
14	Garantía de soporte para equipos Firewall Asa Cisco	2	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
15	Licenciamiento de certificado de dominio inguat.gob.gt	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
16	Licenciamiento de antivirus de correo electrónico en la nube	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
17	Licenciamiento de antivirus de correo electrónico para servidor de correo	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
18	Licenciamiento para análisis estadístico	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
19	Licenciamiento para biblioteca virtual	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
20	Licenciamiento para software de backup	12	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
21	Licenciamiento apple developer para publicaciones	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
22	Licenciamiento Office en la nube	150	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
23	Licenciamiento para Elearning para capacitación en línea	1	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
24	Licenciamiento para video conferencia.	2	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
25	Servidor dedicado para visitguatemala.com y sus microsítios	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
26	Servidor dedicado para inguat.gob.gt y sus microsítios	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
27	Domínios en Internet para turismo e información relacionada con la institución.	8	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
28	Servicio para envío de emails masivos de turismo para el dominio www.inguat.gob.gt.	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
29	Mantenimiento preventivo de servidores	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
30	Mantenimiento preventivo de librería de backups	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
31	Mantenimiento preventivo equipo de ups en datacenter	3	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
32	Soporte de servicio a servidores en sistemas operativos, correo electrónico, proxy server, vlans, red ip	3	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0

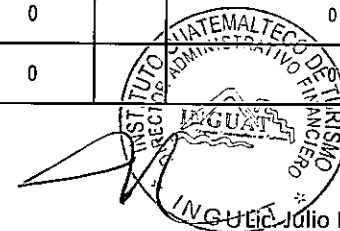


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
33	Soporte software a equipo de comunicaciones, switches, routers, balanceadores, firewall, filtros de contenido	2	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
34	Soporte a software backups	4	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
35	Mantenimiento preventivo de impresoras y computadoras	variable	Mantenimiento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
36	Reparación de Impresoras	3	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
37	Reparación de Computadoras	3	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
38	Mantenimiento anual de relojes biométricos	24	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
39	Mantenimiento preventivo de escáner	6	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
40	Banco de baterías para uso institucional	120	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
41	Desarrollo y mantenimiento de aplicaciones sistema de información geográfica	2	Sistema Informático	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
42	Desarrollo de aplicaciones para promoción turística	2	Sistema Informático	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
43	Desarrollo de aplicaciones intranet	2	Sistema Informático	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
44	Desarrollo de aplicaciones e-Inguat	1	Sistema Informático	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
45	Servicios técnicos para desarrollo de aplicaciones	12	Analista Programador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
46	Servicios técnicos para soporte página web inguat.gob.gt y micrositios	2	Soporte	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
47	Servicios técnicos para soporte página web visitguatemala.com y micrositios	12	Soporte	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
48	Digitalización de expedientes	2	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
49	Cableado estructurado de red de diferentes usuarios	60	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
50	Equipo de seguridad eléctrica UPS para usuarios	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
51	Sistema de Aire Acondicionado	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
52	Equipo de computadoras de escritorio, para uso institucional	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
53	Equipo de cañoneras para proyecciones, actividades o eventos	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
54	Equipo computadoras portátiles, para uso institucional	20	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
55	Equipo de impresión multifuncional, para uso institucional	12	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
56	Switches para centro de cableados.	4	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
57	Switch core para equipo de red	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
58	Impresoras térmicas para etiquetadoras en delegaciones.	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
59	Equipo de tablets para toma de requerimientos.	20	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
60	Servidores de almacenamiento.	3	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0

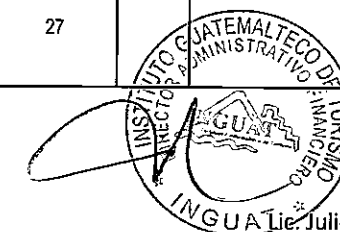




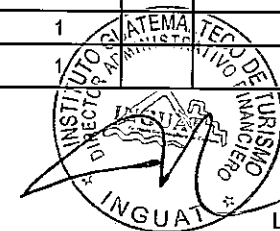
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
61	Relojes biométricos	1	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
62	Quemadora Externa	2	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
63	Equipo computadoras de escritorio específicas para diseño gráfico.	3	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
64	USB para almacenamiento, tarjetas de red, mouse, teclados, discos duros, fuente de poder, memoria para servidores, tarjeta de video.	33	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
65	Batería para equipo portátil	6	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
66	Sistema de Almacenamiento de Información	2	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
67	Discos duros externos para almacenamiento.	9	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
68	Cartuchos para backups	20	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
69	Escáner para digitalización.	2	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
70	Cartucho de tinta multicolor.	200	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
71	Cintas para impresoras de matriz.	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
72	Cintas para impresoras térmicas.	10	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
73	Tóner varios colores.	30	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
74	Brindar capacitación a usuarios en software elaborado y herramientas básicas tecnológicas.	30	Unidad	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
75	Comisiones al interior.	50	Comisiones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
<b>DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS</b>												
1	Participar en los procesos relacionados con la Actualización del Plan de Clasificación de Puestos, Administración de Salarios y Evaluación del Desempeño.	5	Instrumentos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
2	Desarrollar programas culturales y sociales.	14	Actividades	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	0
3	Coordinar la dotación de uniformes.	1	Licitación / prendas de vestir	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
4		1	Requisición/ calzado	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
<b>SECCIÓN DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN</b>												
1	Reclutar y Seleccionar personal para las diferentes unidades.	Variable	Candidatos	48		0		0		48		0
2	Aplicar e interpretar pruebas psicométricas y generar informes.	Variable	Informe	37		0		0		37		0
3	Definición de perfiles, publicación de convocatorias internas, realización de pruebas, entre otros.	Variable	Convocatoria	0		0		0		0		0
4	Evaluar a todo el personal por contrato 022 y elaborar el diagnóstico.	Variable	Evaluación	0		0		0		0		0



No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>ACCIONES DE PERSONAL</b>												
1	Elaboración de nombramientos para personal 011 "Personal Permanente" y contratos de trabajo para el personal con cargo al renglón 022 "Personal por Contrato". Y cumplir con los avisos correspondientes ante la Contraloría General de Cuentas.	300	Documento	10		0		0		10		0
2	Nómina de salarios	12	Nómina	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	17%	0
3	Nómina de tiempo extraordinario	12	Nómina	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0.0%	0
4	Nómina de gratificación	1	Nómina	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
5	Nómina de gratificación 2	1	Nómina	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
6	Nómina de bonificación anual	1	Nómina	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
7	Nómina de bonificación vacacional	1	Nómina	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
8	Nómina de aguinaldo	1	Nómina	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
9	Nómina de bono escolar	1	Nómina	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0
10	Nómina de bono de transporte	2	Nómina	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	0
11	Nómina de bono médico	2	Nómina	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	0
12	Honorarios con cargo al renglón 029	12	Nómina	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	17%	0
13	Revisar que las amonestaciones al personal estén apegadas al Reglamento Interno de Labores o al Pacto Colectivo de Condiciones de Trabajo, como corresponda.	Variable	Revisiones	0		0		0		0		0
14	Programar el gasto del personal con cargo al renglón presupuestario 022 "Personal por Contrato" para cada ejercicio fiscal para el 2021	Variable	Programación	1	0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0%	Se hizo una programación para el 2021 de Q25,129,940.93
15	Programar el gasto del personal con cargo al renglón presupuestario 022 "Personal por Contrato" para cada ejercicio fiscal para el 2022	Variable	Programación	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
16	Programar y/o reprogramar el gasto de los servicios con cargo al renglón 029 "Otras remuneraciones de personal temporal" para el 2021	Variable	Programación	1	0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0%	Se hizo una programación para el 2021 de Q6,480,000.00
17	Programar y/o reprogramar el gasto de los servicios con cargo al renglón 029 "Otras remuneraciones de personal temporal" para el 2022	Variable	Programación	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
18	Archivo virtual	Variable	Archivo	8		0		0		8		Se hizo una actualización semanal
19	Integrar expedientes, de personal que ha dado por terminada su relación laboral con el INGUAT, por renuncia, destitución o terminación del contrato de trabajo para pago de indemnización y prestaciones.	Variable	Expedientes	27		0		0		27		0



No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
20	Responder a requerimientos de la Contraloría General de Cuentas, Congreso de la República y otras Instituciones, que ingresan a través de la Unidad de Información Pública, el Despacho Superior, Dirección Administrativa Financiera o el Departamento de Recursos Humanos.	Variable	Requerimientos	3		0		0		3		0
<b>SECCIÓN DE CAPACITACIÓN</b>												
1	Capacitación orientada a conocimientos administrativos	17	Cursos	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
2	Capacitación orientada a habilidades y/o destrezas	6	Cursos	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
3	Capacitación orientada a actitudes	4	Cursos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
4	Programa de inducción general para el personal de nuevo ingreso, así como para personal que ha sido ascendido.	14	Talleres	4	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	4	29%	0
5	Diagnóstico de Necesidades de Capacitación	1	Diagnóstico	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
6	Realización de actividades que fortalezcan la aplicación de los estándares y valores de la institución.	1	Actividad	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	0
7	Boletines de Recursos Humanos.	4	Boletines	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
8	Elaborar un estudio del Clima Organizacional	1	Diagnóstico y Propuesta	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0
<b>CLÍNICA MÉDICA</b>												
1	Atención médica a los trabajadores.	Variable	Personas	413		0		0		413		0
2	Atención odontológica a los trabajadores y familiares directos.	Variable	Personas	99		0		0		99		0
3	Atención oftalmológica a los trabajadores	Variable	Reportes	0		0		0		0		0
4	Jornadas médicas	9	Informes	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
5	Jornadas odontológicas	4	Informes	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
6	Jornadas de salud	2	Informes	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
7	Adquirir medicamentos para el abastecimiento de las clínicas médicas	Variable	Solicitud de compras	0		0		0		0		0
8	Realizar requisiciones para útiles menores médico quirúrgicos	Variable	Solicitud de compras	0		0		0		0		0
9	Proporcionar al trabajador el servicio de seguro de vida, gastos médicos y por accidentes a través de la póliza de seguros.	12	Orden de pagos	1		0		0		1		0
10	Gestionar los Assit card, para viajes al exterior por comisión oficial	2	Orden de pagos	0		0		0		0		0
11	Realizar inventarios (medicamentos y botiquín)	12	Inventarios	1		0		0		1		0
12	Informe de los inventarios	12	Inventarios	1		0		0		1		0

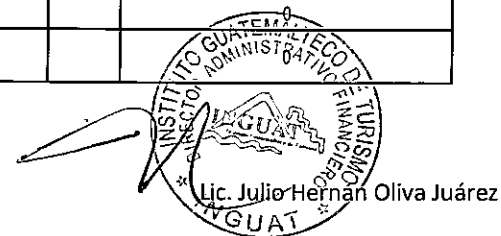


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
13	Jornadas en el Castillo de San Felipe de Lara, en Livingston Izabal	2	Jornadas	0		0		0		0		0
14	Actualización de Protocolos ante la pandemia de COVID-19	4	Protocolos	0		0		0		0		0
15	Acciones para evitar en contagio de la COVID-19	12	Informes	0		0		0		0		0
<b>UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA</b>												
1	Recibir y tramitar solicitudes de acceso de información para que la misma sea entregada a tiempo, con procedimientos sencillos y eficientes de acuerdo a la Ley de Acceso a la Información.	200	Solicitud	53	26.5%	0	0.0%	0	0.0%	53	26.5%	0
2	Generar la documentación del trámite de información y coordinar todo el proceso de obtención y entrega de la información solicitada. Si procede solicitar prorroga al tiempo de respuesta.	200	Resolución	53	26.5%	0	0.0%	0	0.0%	53	26.5%	0
3	Control en base a los mecanismos procedimentales internos.	Variable	Documento	2		0		0		2		0
4	Verificar que la información que generan las diferentes unidades administrativas de la institución y que es entregada por la Unidad de Información Pública, garantice la protección de los datos personales, de acuerdo a la normativa vigente.	Variable	Documento	52		0		0		52		0
5	Archivo: Administrar el manejo y conservación de la información proporcionada por la Unidad de Información Pública trasladándola a formato digital.	Variable	Documento	0		0		0		0		0
6	Efectuar la actualización mensual en el portal de transparencia, con la información proporcionada por las distintas secciones y departamentos de la institución para que pueda ser consultada directamente por las personas interesadas conforme lo determina la normativa para este ejercicio fiscal.	12	Actualización	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	17%	0
7	Solicitar la información obligatoria a los departamentos y secciones correspondientes, de conformidad con la Ley de Acceso a la Información Pública, y la Ley del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el ejercicio fiscal vigente.	12	Documento	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	17%	0

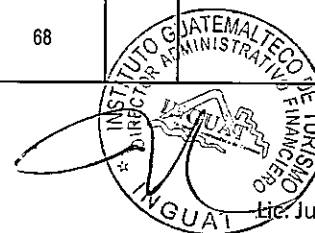


Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
8	Presentar al Procurador de los Derechos Humanos durante el mes de septiembre, un informe preliminar por escrito correspondiente al periodo de 01 de enero al 08 de septiembre del año en curso, de acuerdo al Artículo 48 de la Ley de Acceso a la Información Pública.	1	Informe	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
9	Presentar al Procurador de los Derechos Humanos un informe por escrito correspondiente al año anterior, de acuerdo al Artículo 48 de la Ley de Acceso a la Información Pública.	1	Informe	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0
10	Presentar mensualmente a la jefatura inmediata superior, los informes de la Unidad de Información Pública, sobre el avance de metas establecidas en el Plan Operativo Anual.	12	informe	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0
<b>DEPARTAMENTO DE FISCALIZACIÓN</b>												
1	Realizar fiscalizaciones a contribuyentes a nivel nacional que perciben el 10% del impuesto de hospedaje correspondiente a los periodos no prescritos o por prescribir.	135	Fiscalizaciones	37	27.4%	0	0.0%	0	0.0%	37	27.4%	0
2	Elaborar nombramientos a fiscalizadores y estos los avisos o requerimientos de la información contable a los contribuyentes responsables de la percepción del impuesto del 10%.	135	Nombramientos	37	27.4%	0	0.0%	0	0.0%	37	27.4%	0
3	Realizar informes de fiscalización.	135	Informes	20	14.8%	0	0.0%	0	0.0%	20	14.8%	0
4	Gestionar la autorización de resoluciones.	variable	Resolución	11		0		0		11		0
5	Atender consultas a empresarios hoteleros sobre el cálculo, retención y traslado del impuesto del 10% por hospedaje.	variable	Consultas atendidas	9		0		0		9		0
6	Elaboración de informes para la DAF	12	Informes	2		0		0		2		0
7	Foros Virtuales de Cultura Tributaria, impartidos a propietarios y personal administrativo de establecimientos de hospedaje de los diferentes departamentos del país.	3	Capacitaciones	0		0		0		0		0
8	Actualización del Manual de procedimientos del Departamento de Fiscalización, si existieran reformas a las leyes tributarias del País	1	Manual de procedimientos	0		0		0		0		0
<b>UNIDAD DE REVISIÓN DE DOCUMENTOS</b>												
1	Nóminas de sueldos, horas extras, honorarios.	Variable	Documentos	1		0		0		1		
2	Viáticos al interior y exterior del país.	Variable	Documentos	119		0		0		119		

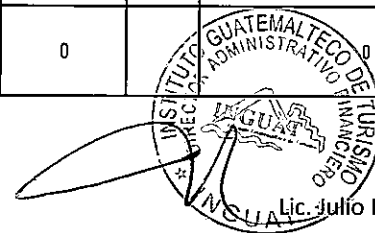


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
3	Viáticos liquidación al interior y al exterior del país.	Variable	Documentos	87		0		0		87		0
4	Liquidaciones y prestaciones laborales de personal que ya no labora para INGUAT.	Variable	Documentos	25		0		0		25		0
5	Planillas para reintegro de caja chica, pago a proveedores y liquidación de vales	Variable	Documentos	42		0		0		42		0
6	Liquidaciones de fondos en avance al interior y exterior.	Variable	Documentos	0		0		0		0		0
7	Revisión Procedimiento para el trámite de pago de Convenios de Aportes Economicos	Variable	Documentos	1		0		0		1		0
8	Realizar consultas con otras unidades administrativas de esta institución durante el proceso de revisión de documentos	Variable	Documentos	3		0		0		3		0
<b>AUDITORÍA INTERNA</b>												
1	Auditorías Financieras (incluyendo evaluaciones de control interno)	18	Informes de Auditoría	0		0		0		0		0
2	Auditorías de Desempeño	variable	Informes de Auditoría	0		0		0		0		0
3	Auditorías de Cumplimiento	6	Informes de Auditoría	0		0		0		0		0
<b>DEPARTAMENTO JURIDICO</b>												
1	Asesorar en temas legales al Director General y Subdirector General.	Variable	Documento	18		0		0		18		0
2	Brindar asesoría jurídica a todas las direcciones y departamentos del INGUAT.	Variable	Documento	17		0		0		17		0
3	Emitir Opiniones Jurídicas solicitadas por los Despachos Superiores, Direcciones, Departamentos y Secciones de la Institución.	Variable	Documento	19		0		0		19		0
4	Evacuar consultas y dictámenes legales, sobre cualquier asunto de interés para el INGUAT.	Variable	Documento	6		0		0		6		0
5	Asesorar y participar en mesas de trabajo para analizar anteproyectos de actualización y modificación de la Ley Orgánica del INGUAT y otra legislación relacionada con el turismo.	Variable	Documento	7		0		0		7		0
6	Asesorar a las Direcciones y Departamentos de INGUAT en la redacción de anteproyectos de leyes y reglamentos.	Variable	Documento	9		0		0		9		0
7	Elaborar contratos administrativos.	Variable	Documento	148		0		0		148		0
8	Analizar, revisar y dar Visto Bueno cuando proceda a los acuerdos de Dirección General que trasladan los departamentos del INGUAT.	Variable	Documento	68		0		0		68		0

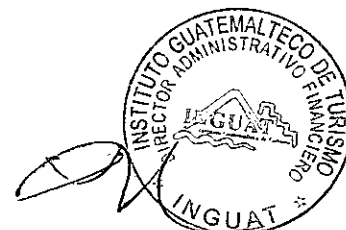


Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
9	Analizar, revisar y cuando proceda dar el visto bueno con la elaboración a los Convenios de Cooperación Interinstitucional que se suscriban con INGUAT y que trasladen los departamentos de la Institución.	Variable	Documento	13		0		0		13		0
10	Elaborar demandas y/o denuncias y presentarlas en asuntos litigiosos del INGUAT.	Variable	Documento	80		0		0		80		0
11	Dar seguimiento a procesos judiciales en los cuales el INGUAT sea parte (evacuar audiencias, realizar memoriales, procurar casos, pagos de requerimientos y otros).	Variable	Documento	90		0		0		90		0
12	Atender las solicitudes de exoneración de impuesto de salida vía aérea, presentadas por las instituciones que están exentas de conformidad con la ley.	Variable	Documento	1		0		0		1		0
13	Atender las solicitudes de exoneración de impuesto del 10% sobre hospedaje, presentadas por las instituciones que están exentas de conformidad con la ley.	Variable	Documento	19		0		0		19		0
14	Dar seguimiento a los procesos penales en los cuales el INGUAT interviene.	Variable	Documento	4		0		0		4		0
15	Elaborar resoluciones de aprobación y rescisión de contratos.	Variable	Documento	140		0		0		140		0
16	Enviar copias de contratos y resolución de aprobación y/o rescisión, si fuere el caso, a la unidad interesada y otras jefaturas del INGUAT.	Variable	Documento	5904		0		0		5904		0
17	Análisis, revisión y aprobación de las Bases de Cotización y/o Licitación.	Variable	Documento	7		0		0		7		0
18	Formular avisos de elaboración de contratos, los cuales se faccionan en este Departamento, con copia respectiva a la Unidad de Contratos de la Contraloría de Cuentas.	Variable	Documento	103		0		0		103		0
19	Alimentar la base de datos de contratos para enviar a la Unidad de Acceso a la Información, así como otra información y/o documentos requeridos por dicha unidad.	Variable	Documento	148		0		0		148		0
20	Legalizar firmas y documentos oficiales solicitados por Dirección General y Departamento Administrativo de INGUAT	Variable	Documento	6		0		0		6		0
21	Certificar documentos a solicitud de la parte interesada.	Variable	Documento	2		0		0		2		0
22	Realizar trámite para inscripción y renovación de marcas a nombre de INGUAT.	Variable	Documento	5		0		0		5		0
23	Nombramiento por comisión en el exterior de la República en representación de INGUAT (Viático Exterior).	Variable	Documento	0		0		0		0		0



No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
24	Nombramiento por comisiones de trabajo en el interior de la República (Viático Interior), así como asistir a reuniones de trabajo en representación de INGUAT.	Variable	Documento	5		0		0		5		0
25	Sustanciar el trámite de los recursos de revocatoria y reposición interpuestos en contra de las resoluciones emitidas por los jefes de departamento y Director General del INGUAT.	Variable	Documento	4		0		0		4		0
26	Asesoría para llevar a cabo las intervenciones ordenadas por juez competente ante los establecimientos de hospedaje de toda la República, con el objeto de recuperar la cartera vencida a favor de INGUAT (Pago por Impuesto del 10% sobre Hospedaje).	Variable	Diligencias judiciales	1		0		0		1		0
27	Alimentar la base de datos de los procesos administrativos y judiciales.	Variable	Documento	150		0		0		150		0
28	Elaborar dictámenes que se deriven de procedimientos administrativos sancionatorios que se tramitan en el Departamento de Fomento Turístico.	Variable	Documento	92		0		0		92		0
29	Elaborar resoluciones que se deriven de procedimientos administrativos sancionatorios que se tramitan en el Departamento de Fomento Turístico.	Variable	Documento	113		0		0		113		0

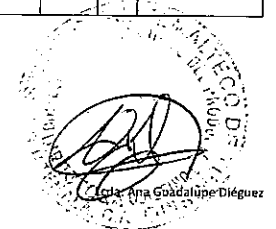




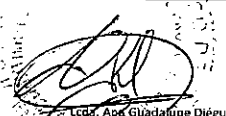
**Dirección de Desarrollo del Producto Turístico**  
**Matriz de Gestión por Resultados , Plan Operativo Anual 2021**

DDPT Febrero 2021

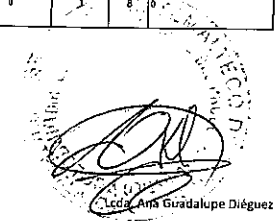
No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	Avance de meta por cuatrimestre										Indicador										Código	Observaciones				
			I		II		III		IV		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	2021		Avance Cuatrimestral 2021		Unidad de medida	Escala	Frecuencia	Código						
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1	2	3	4										
1		Informe mensual de avance de la Dirección de Desarrollo del Producto Turístico	12	Documento	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	N/A	0	
<b>OFICINAS REGIONALES Y SUBREGIONALES</b>																												
<b>Oficinas Regionales</b>																												
1		Entrega de insumos de limpieza, higiene y protección en el marco de la iniciativa Destino Turístico Seguro.	3,000	Ísumo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	2	8	0
2		IV Encuentro Turístico del Sector Empresarial	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	8	0
3		Apoyo en la elaboración de Planes de Desarrollo Turístico, Circuitos turísticos, Rutas turísticas, Proyectos de puesta en valor del patrimonio y/o Planes de mercadeo	6	Documento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	8	0
4		Apoyo en la implementación de ruedas de negocios, viajes de familiarización y ferias turísticas locales	7	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	8	0
<b>Oficina Subregional II - Alta Verapaz (y Baja Verapaz)</b>																												
5		Reuniones con el sector empresarial turístico de Alta Verapaz y Baja Verapaz.	12	Evento	1	8%	0	0%	0	0%	1	8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	8	0	
6		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades locales y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en los departamentos de Alta y Baja Verapaz.	3	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	8	0	
7		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Alta Verapaz y Baja Verapaz	2	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3	8	0	
8		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Alta Verapaz y Baja Verapaz, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	2	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0	



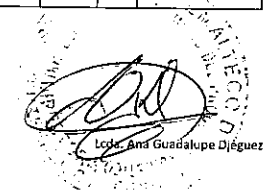
No.	Producto sub-proyecto	Servicio O actividad	2021		Avance de meta por trimestre										Indicador										Observaciones																					
			Meta	Cumplimiento	I		II		III		IV		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	2021		Avance trimestral 2021		Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance		Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance							
					Meta	Cumplimiento	Meta	Cumplimiento	Meta	Cumplimiento	Meta	Cumplimiento			Meta	Cumplimiento	Meta	Cumplimiento																						Meta	Cumplimiento	Meta	Cumplimiento	Meta	Cumplimiento	Meta
Oficina Subregional III Izabal																																														
9		Reuniones con el sector empresarial turístico de Izabal	12	Evento	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.12.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	1	8	0				
10		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Izabal	3	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0		
11		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Izabal	10	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	
12		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Izabal, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	
Oficina Subregional III Zacapa																																														
13		Reuniones con el sector empresarial turístico de Zacapa	6	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	
14		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Zacapa	2	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	17	0	
15		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Zacapa	6	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	0	0	
16		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Zacapa, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.12.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0	
Oficina Subregional III Chiquimula																																														
17		Reuniones con el sector empresarial turístico de Chiquimula	6	Evento	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0
18		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Chiquimula	3	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.12.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	3	8	0
19		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Chiquimula	6	Evento	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0

  
 Licda. Ana Guadalupe Diéguez

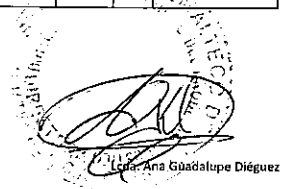
No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2021										Indicador										Observaciones				
			Unidad Medida		1er Cuatrimestre		2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		Año		Descripción del Indicador	Formulación del Indicador	Mesa					Avance Cuatrimestral 2021							
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Año	1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Año					
20		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Chiquimula, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	
Oficina Regional V Sacatepéquez																											
21		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Sacatepéquez, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	4.5.2.7.1 - Promover la capacitación y profesionalización en el sector turístico mediante la promoción de charlas técnicas para personas enfocadas en el sector turístico.
22		Reuniones con el sector empresarial turístico de Sacatepéquez	10	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	
Oficina Regional V Escuintla y Santa Rosa																											
23		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Escuintla y Santa Rosa, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	
Oficina Regional V Chimaltenango																											
24		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Chimaltenango, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	
25		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Chimaltenango	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
Oficina Regional V Santa Rosa																											
26		Reuniones con el sector empresarial turístico de Santa Rosa	6	Evento	1	17%	0	0%	0	0%	1	17%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	
27		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Santa Rosa	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
28		Reuniones para actualización de Plan de Desarrollo Turístico de Montecito	5	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	
Oficina Regional V Escuintla																											
29		Reuniones con el sector empresarial turístico de El Paraiso, Sipacate	4	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.
30		Reuniones para elaboración de Plan de Desarrollo Turístico de El Paraiso-Sipacate	4	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	


  
 Licda. Ana Guadalupe Diéguez

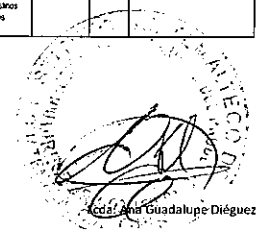
No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Descripción del indicador	Código del indicador	Meta 2021				Avance cuatrimestral 2021				POC	Eje PMIS 2015-2025	POC	Observaciones					
			Unidad de Medida	Cantidad	1er Cuatrimestre		2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		Anual	1er Cuatrimestre			2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		Anual												
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%		Cantidad			%	Cantidad	%	Cantidad		%											
Oficina Regional VI Quetzaltenango																															
31		Reuniones con el sector empresarial turístico autoridades municipales y actores claves de Quetzaltenango	10	Evento	1	10%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente el país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico. La diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	1	8	0
32		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Quetzaltenango, Totonicapán, San Marcos, Sololá, Quiché y Huehuetenango	2	Evento	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0
33		Reactivación de la actividad turística con instancias nacionales (turismo interno) y fronteras Sur de México	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0
Oficina Subregional VI San Marcos y Totonicapán																															
34		Proyecto de sensibilización e involucramiento activo de las comunidades en el desarrollo de la actividad turística en los municipios priorizados del departamento de Totonicapán según PDT	6	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico. La diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	3	8	0	
35		Proyecto de sensibilización e involucramiento activo de las comunidades en el desarrollo de la actividad turística en los municipios priorizados del departamento de San Marcos según PDT	11	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
Oficina Subregional VI - Soletá																															
36		Reuniones con el sector empresarial turístico de Soletá	10	Evento	1	10%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico. La diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	1	8	0	
37		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Soletá, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	3	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	
38		Comemoración del Día Mundial del Turismo en Panajachel	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	
Oficina Subregional VI - Retalhuleu																															
39		Reuniones con el sector empresarial turístico de Retalhuleu	8	Evento	1	13%	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0	




No.	Producto subproducto	Código de actividad	2020		Avance de meta por trimestre								Anual		Indicador		Avance trimestral 2021								PGE	Eje PMIS 2019-2022	FOL	Observaciones
			Meta	Unidad de Medida	1º trimestre		2º trimestre		3º trimestre		Anual		Meta 2021				Avance											
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	Anual	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	Anual										
40		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Rotahúe, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones rectoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	5	8	0			
41		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Rotahúe	2	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0			
Oficina Subregional VI - Suchitepéquez																												
42		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Suchitepéquez, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0			
43		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Suchitepéquez	2	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0			
Oficina Subregional VII - Peten																												
44		Reuniones con el sector empresarial turístico de Petén	12	Evento	2	17%	0	0%	0	0%	2	17%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0			
45		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales, para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Petén	6	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	1	8	0			
46		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Petén	2	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0			
47		Congreso de Turismo Regional Universitario	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0			
48		Seguimiento al Plan de Desarrollo Turístico Municipal del Municipio de Flores 2015-2022	3	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0			
49		Seguimiento al Plan de Desarrollo Turístico Municipal del Municipio de Sayaxché 2019-2022	3	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0			
50		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Petén, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	5	8	0			

  
 Ana Guadalupe Diéguez

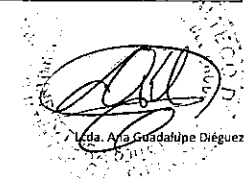
No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2021										Avance de trabajo por trimestre										Indicador										Observaciones
			Meta		Ene		Feb		Mar		Aval		Ene		Feb		Mar		Aval		Ene		Feb		Mar		Aval						
			Unidad	Cant.	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%					
1	Información física y virtual a través de CEDTUR y Biblioteca	Personas	1500	30	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	30	2.0%	Atención usuarios en biblioteca	Usuarios registrados/días de atención	368/83 = 4.43 usuarios atendidos por día	0	32/80 = 0.4 usuarios atendidos por día	400/247 = 1.61 usuarios atendidos por día	30/40 = 0.75 usuarios atendidos por día	7/40 = 0.75 usuarios atendidos por día	7/40 = 0.75 usuarios atendidos por día	39/40 = 0.75 usuarios atendidos por día	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Por las restricciones por el COVID-19, se limitó la atención al público a través de la sala de lectura de la biblioteca.						
			1500	Hombres	18	80.0%	0	0	#(DIVI0)	18	60%																						
				Mujeres	12	40.0%	0	0	#(DIVI0)	12	40%																						
				Mayas	0	0.0%	0	0	#(DIVI0)	0	0%																						
				Xincas	0	0.0%	0	0	#(DIVI0)	0	0%																						
				Garifunas	0	0.0%	0	0	#(DIVI0)	0	0%																						
2	Usuarios virtuales registrados (correos enviados y catálogo electrónico en línea)	60,000	10,873	18.1%	0	0.0%	0	0.0%	10,873	18%	Atención de usuarios virtuales	Usuarios virtuales Afías de atención	20,000/82 = 243.90 usuarios virtuales atendidos por día	20,000/85 = 235.29 usuarios virtuales atendidos por día	20,000/80 = 250 usuarios virtuales atendidos por día	60,000/247 = 242.91 usuarios virtuales atendidos por día	10873/48 = 226.52 usuarios virtuales atendidos por día	10873/40 = 271.82 usuarios virtuales atendidos por día	10873/40 = 271.82 usuarios virtuales atendidos por día	10873/40 = 271.82 usuarios virtuales atendidos por día	10873/40 = 271.82 usuarios virtuales atendidos por día	10873/40 = 271.82 usuarios virtuales atendidos por día	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0							
			Ladinas	30	100.0%	0	0	#(DIVI0)	30	100%																							
3	Enriquecer acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de Palen	Libro o doco	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Libros o docos entregados	Libros entregados/días hábiles mes	25/82 = 0.30 libros día	0	25/80 = 0.31 libros día	50/247 = 0.20 libros día	0	0	0	0	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0						
4	Enriquecer acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de La Antigua Guatemala	Libro o doco	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Libros o docos entregados	Libros entregados/días hábiles mes	25/82 = 0.30 libros día	25/85 = 0.29 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	0	0	0	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0						
5	Enriquecer acervo bibliográfico de la biblioteca de la Delegación Regional de Quetzaltenango	Libro o doco	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Libros o docos entregados	Libros entregados/días hábiles mes	0	25/85 = 0.29 libros día	25/80 = 0.31 libros día	50/247 = 0.20 libros día	0	0	0	0	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0						
6	Enriquecer acervo bibliográfico de la Biblioteca subregional de Panajachel	Libro o doco	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Libros o docos entregados	Libros entregados/días hábiles mes	0	50/85 = 0.58 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	0	0	0	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0						
7	Enriquecer acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de Cobán	Libro o doco	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Libros o docos procesados	Libros o docos/días hábiles mes	25/82 = 0.30 libros día	25/85 = 0.29 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	0	0	0	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0						
8	Coordinar acciones para la implementación de la Biblioteca de la Delegación Regional de Itzabal	Libro o doco	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Libros o docos procesados	Libros o docos/días hábiles mes	0	50/85 = 0.58 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	0	0	0	4.52.7.1 Inversión en infraestructura para el futuro, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0						



Nº	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2021										Indicador										PCP	Efectividad	COP	Observaciones		
			Avance de meta		Por trimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	2021				Avance trimestre (2021)				PCP									
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Cantidad	%	Trimestre	Trimestre	Trimestre	Anual												
9		Gestiones para obtención de ISBN (Número Internacional Normalizado para libros) para los libros o docos producidos por INGUAT	10	Número ISBN asignado	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4	8	0	4.5.2.7.1 - Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.		
10		Coordinación de acciones con la Sección de Cómputo para la actualización del programa GÍOS para Bibliotecas.	1	Programa actualizado	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0		
11		Gestiones con la Sección de Cómputo para la renovación de la Licencia DMS Inlá para digitalizar docdos de la Sección de Archivo.	1	Licencia renovada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4	8	0	4.5.2.7.1 - Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.		
12		Proceso técnico de libros y documentos	1000	Libro o docdo	75	7.5%	0	0.0%	0	0.0%	75	7.5%	Libros o docdos procesados	Libros procesados/las habiles del mes	370/52 = 4.51 libros o documentos por día	420/85 = 4.94 libros o documentos por día	210/80 = 2.62 libros o documentos por día	1000/247 = 4.04 libros o documentos por día	75/40 = 1.87 libros día	75/40 = 1.87 libros día	75/40 = 1.87 libros día	75/40 = 1.87 libros día	4	8	0	4.5.2.7.1 - Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.		
UNIDAD DE COMPETITIVIDAD																												
1		Seguimiento a la implementación del Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala, con entidades públicas y privadas	4	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Instituciones gubernamentales que cuentan con un indicador vinculado al PMTS y al REP.	(Número de inst gubernamentales que participan en los espacios de coordinación de la Mesa de Interseccional de Turismo Sostenible que cuentan con indicador / Total de inst. gubernamentales que participan en los espacios de coordinación de la Mesa de Interseccional de Turismo Sostenible) * 100	0.3	0.2	0.1	0.6	0	0	0	0	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible.	1	17	0	Se ha requerido la elaboración de la Mesa Técnica en apoyo a la Mesa Técnica de desarrollo turístico del Gabinete Económico.	
2		Seguimiento a la implementación de la Meta de CONADUR	2	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Inguat cuenta con un indicador que mide las condiciones competitivas del turismo nacional	Número de instituciones que han reportado contribución durante el año / Total de instancias corresponsables del desarrollo del turismo * 100	1	1	1	3	0	0	0	0	4.5.2.6.1 - Fortalecer a Guatemalá como un polo sujeto de inversión de alto nivel y de alta calidad para atraer inversiones, para ello se deberán impulsar acciones en pro de la mejora de negocios, la oferta turística, la seguridad e infraestructura y aumentar la competitividad.	1	17	0	0	
3		Informe del indicador para la medición de la competitividad y sostenibilidad turística a nivel nacional.	2	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	17	0	0	
4		Coordinación, gestión y participación con organismos internacionales para el impulso del turismo en Guatemala.	3	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	17	0	0	Gestión directa desde enero en apoyo a Dirección General de INGUAT, asistencia en reuniones virtuales.

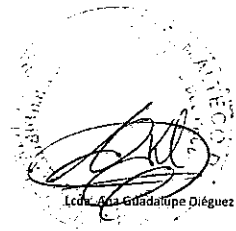
  
 Lidia Ana Guadalupe Dieguez

No.	Producto subproyecto	Servicio/Oactividad	Cant.	Unidad de Medida	Avance del meta por trimestre										Descripción del Indicador	Forma de Medición	Meta 2021				Avance trimestral 2021				RIS	RPM	RDS	Observaciones
					1er Trimestre		2do Trimestre		3er Trimestre		Anual		1er Cuatrimestre				2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		Anual							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%						
5		Apoyo en la gestión y seguimiento de compromisos de INGUAT a nivel territorial	3	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	17	0			
UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS																												
1		Celebración de Bicentenario de la Independencia del País	1	Eventos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	Se ha trabajado en conjunto con la Mesa Clúster.	
2		Proyecto de Política Pública de rescaramiento a las comunidades vulneradas en la construcción de Hidroeléctrica Chetoy	1	Gestión	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	4.2.2.3.1 - Fomento del turismo rural comunitario a través de la promoción del ecoturismo, el impulso de campañas publicitarias para la disposición de información de la oferta de lugares para recibir la construcción de miradores y lugares de estancia respetando el ambiente y la naturaleza.	
3		Coordinación con prestadores de servicios de cada segmento, administradores de destinos turísticos sector académico y personal de primera línea en atención al turista de las diferentes regiones geográficas del país para la identificación de intervenciones en destinos, productos y la práctica de actividades realizadas al turismo.	15	Reuniones	3	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	8	0		
4		Turismo para todos pago de membresía ISTO	1	Membresía	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	2	8	0		
5		Evento de Turismo Social en conjunto con ISTO	2	Eventos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	2	8	0	4.5.2.7.1 - Promover la capacitación y profesionalización en el sector turismo mediante la promoción de carreras técnicas para personal involucrado en el sector turismo.	
6		Membresía de Organización Mando Maya-CMM.	1	Membresía	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
7		Participación en ferias, congresos, capacitaciones, cursos y reuniones en el exterior	2	Eventos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0		
DEPARTAMENTO DE CAMBIO TURÍSTICO UNIDAD DE SUPERVISIÓN DE PROYECTOS Y UNIDAD DE CARTERA DE PROYECTOS																												
1		Mejoramiento orientado a la adecuación integral de facilidades turísticas con accesibilidad universal en el Biólogo del Quetzal -CECON-	1	Proyecto	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	El proyecto actualmente se encuentra en la fase de evaluación de factibilidad.	
2		Mantenimiento y reparación de facilidades turísticas en área arqueológica del Parque Arqueológico Quirigua	1	Proyecto	0.00	0%	0	0.0%	0	0.0%	0.000	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	El proyecto actualmente se encuentra en la fase de evaluación de factibilidad.	

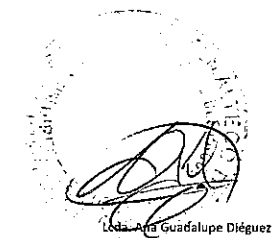




No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2024										Indicador										Ejec. 2015-2022	Ejec. 2023	Observaciones				
			Unidad de Medida		Avance de meta por trimestre					Anual		Descripción de Indicador	Fórmula del Indicador	2021					Avance por trimestre 2022										
			Cantidad	%	1er. trimestre	2do. trimestre	3er. trimestre	4to. trimestre	Cantidad	%	1er. trimestre			2do. trimestre	3er. trimestre	4to. trimestre	Actual	1er. trimestre	2do. trimestre	3er. trimestre	4to. trimestre	Actual							
3		Mantenimiento y reparación en Castillo de San Felipe de Lara	1	Proyecto	0.03	3%	0	0.0%	0	0.0%	0.025	3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	3	8	Se ha iniciado con la elaboración de la parte legal de las bases de licitación	
4		Estudio de prefactibilidad en Castillo de San Felipe de Lara	1	Proyecto	0.30	30%	0	0.0%	0	0.0%	0.3	30%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	3	8	Se ha iniciado con la elaboración de los términos de referencia, los cuales posteriormente serán elevados al portal Gubalecompras.	
SECCIÓN DE ESTUDIOS Y PROYECTOS																													
1		Geoportail turístico de sitios de interés turístico	200	Datos	9	5%	0	0.0%	0	0.0%	9	5%	Actualización de Geoportail Turístico	(Datos ingresados / Total de datos del geoportail) * 100	(60/ 12023) * 100 = 0.5%	(80/ 12103) * 100 = 0.66%	(60/ 12163) * 100 = 0.49%	(200/ 12163) * 100 = 1.64%	(9/11.972) * 100 = 0.075%	11.972 * 100 = 0.07	11.972 * 100 = 0.07	11.972 * 100 = 0.07	4.1.2.6 Aprovechar las condiciones del país para incrementar el turismo, incluyendo una estrategia de Estado conjuntamente con el sector privado	3	8	0			
2		Actualización de la Guía de la Ciudad de Guatemala	1	Guía	0.00	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	3	8	0	
3		Coordinación de solicitudes de municipalidades que solicitan elaboración de murales, actividad del programa "Arte y turismo, un país con más color" El INGUAT adquirirá material de pintura para su realización.	5	Municipios	0.00	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Mejorar la imagen del país y creación de la marca país que nos identifique del resto de países con los que competimos a nivel internacional.	3	8	0	
			50	Murales	0.00	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
4		Revisión (segunda fase) para el mejoramiento de plazas públicas del tramo priorizado (pueblos pintorescos).	9	Tramos priorizados	0.00	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	
5		Mapa a nivel nacional desarrollo GIS (actualización)	1	Documento	0.00	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6 Aprovechar las condiciones del país para incrementar el turismo, incluyendo una estrategia de Estado conjuntamente con el sector privado	3	8	0	



No.	Proyecto subproducto	Servicio o actividad	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre								Descripción del Indicador	Fórmula del Indicador	Avance Trimestral 2021				Avance Cumulativo	Observaciones							
				Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV															
Mapas guías turísticas departamentales																										
6		Mapa guía turístico del departamento de Guatemala en desarrollo GIS con su respectivo casco urbano, textos y fotografías	1	Documento	0.075	8%	0	0.0%	0	0.0%	0.075	8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.5 Aprovechar las condiciones del país para promover el turismo, impulsando una estrategia de Estado conjuntamente con el sector privado	3	8	0	
7		Mapa guía turístico del departamento de Alta Verapaz en desarrollo GIS con su respectivo casco urbano, textos y fotografías	1	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6 Aprovechar las condiciones del país para promover el turismo, impulsando una estrategia de Estado conjuntamente con el sector privado	3	8	0	
8		Mapa guía turístico del departamento de Baja Verapaz en desarrollo GIS con su respectivo casco urbano, textos y fotografías	1	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.8 Aprovechar las condiciones del país para promover el turismo, impulsando una estrategia de Estado conjuntamente con el sector privado	3	8	0	
Planes de Desarrollo Turístico																										
9		Plan de Desarrollo Turístico de San Juan La Laguna, Sololá	1	Plan	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.7.1 Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	3	8	0	
10		Plan de Desarrollo Turístico del municipio de San Pedro La Laguna, Sololá	1	Plan	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.7.1 Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	3	8	0	
SECCIÓN DE PATRIMONIO CULTURAL																										
1	Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Apoyo a las hermandades en actividades propias de la Semana Santa (talleres y elaboración de alfombras)	1	Talleres	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	Inversión en actividades con motivo de la Semana Santa	Inversión / No. de eventos	Q40,000 / 1 = Q40,000.00	0	0	Q40,000 / 1 = Q40,000.00	0	0	0	0	0	3	8	0
2	Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Eventos y otras actividades culturales que se llevan a cabo en diferentes regiones turísticas del país	11	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Inversión en festivales y actividades culturales	Inversión / No. de eventos	Q101,000 / 6 = Q16,833.33	Q480,000 / 13 = Q36,923.08	Q554,000 / 9 = Q61,555.55	Q1,135,000 / 28 = Q40,535.71	0	0	0	0	0	3	8	0



Lidia Am Guadalupe Diéguez


No.	Proyecto o subproyecto	Categoría de actividad	2021										Avance de meta por trimestre										Indicador		Avance cuatrimestral 2021					Observaciones
			1er Trimestre		2do Trimestre		3er Trimestre		4to Trimestre		Anual		Descripción del indicador	Formulas de indicador	2021					POC	COP	OIS								
			Meta	Unidad de medida	Meta	Unidad de medida	Meta	Unidad de medida	Meta	Unidad de medida	Meta	Unidad de medida			1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	Anual											
Acciones del producto/segmento de gastronomía																														
3	Personas individuales y jurídicas beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio	Congreso de Turismo y Gastronomía, en el marco de la Feria Alimentaria, Compra de trofeos o reconocimientos, medallas y figuras para la premiación de los primeros lugares y pago de alimentación	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
4		Festival de Gastronomía de Sacatepéquez	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
5		Cuarto festival gastronómico de Patán	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
6		Cuarto festival gastronómico de Retalhuleu	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
7		Festival gastronómico de Chimaltenango	1	Evento	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
8		Festival de gastronomía de Cobán, Alta Verapaz	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
9		Festival de gastronomía de Quezaltenango (stooctas)	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
10		Festival de gastronomía de Sacajá, Quezaltenango	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
11		Festival de gastronomía de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos (Jitoca)	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
12		Festival de gastronomía de Chiquimula (manía)	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
13		Festival de gastronomía de Sohilá (café)	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
14		Festival del Nepero, San Juan del Obispo, La Antigua Guatemala	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
15		Festival de gastronomía de Huehuetenango	1	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	0	
SECCION DE PATRIMONIO NATURAL																														
1			Impresión de documentos técnicos y normativos para la gestión y manejo de la estación turística del segmento de naturaleza en áreas protegidas y observación de la vida silvestre	2	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 Impulso de nuevos dicter de turismo, como el ecoturismo; la diversificación de la oferta turística; alianzas estratégicas entre las instituciones responsables de el sector privado, la implementación de programas de capacitación. 4.2.2.3.1 Fomento del turismo rural comunitario a través de la promoción del ecoturismo.	8	8	0
UNIDAD DE DISEÑO																														
1		Elaboración de anteproyecto para mejoramiento de facilidades turísticas	1	Proyecto	0.05	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.05	5.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 Impulsar acciones para potenciar el sector turístico por medio del mantenimiento de los centros turísticos, las vías de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las zonas fronterizas.	3	8	En proceso de definición del proyecto a planificar.	


  
 Licda. Ana Guadalupe Dieguez



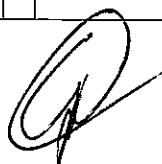
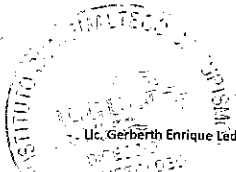
No.	Proyecto o subproyecto	Servicio o actividad	Avance del meta por trimestre										Indicador				PGC	Eje Prioritario	Objetivo	Observaciones										
			2021		1er trimestre		2do trimestre		3er trimestre		Año		Meta 2021								Avance cumplimiento 2021									
			Meta	Unidad de Medida	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	1er trimestre	2do trimestre					3er trimestre	Año	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	Año				
3		Documento de verificación de buenas prácticas sanitarias aplicadas en el turismo	105	Entidad	17	16.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	17	16.2%	Porcentaje de verificación en buenas prácticas sanitarias	No. De empresas verificadas / No. De empresas asesoradas	0	0	(70/1152)*100= 6.076	(70/1152)*100= 6.076	(17/33)*100= 21.21%	0	0	(17/33)*100= 21.21%	5	8	Se realizaron verificaciones remotas a las siguientes empresas: 1. Anastasio Velázquez 2. Chasón Calera 3. Sin. Francisco 4. Hotel Villa Colonial 5. Benji Travel 6. Misa Travel 7. Ramon Berge			
4		Personas jurídicas e individuales socializadas en el Distintivo de Calidad Turística	100	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de empresas socializadas	No. De empresas socializadas/ No. De empresas convocadas * 100	(125/135) = 92.59%	0	0	(125/135) = 92.59%	0	0	0	0	5	8	0			
5	Personas jurídicas e individuales con asistencia técnica en calidad turística	0	3	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de empresas turísticas con Asistencia Técnica en Calidad Turística	No. de empresas con asistencia técnica/ No. de empresas convocadas * 100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	8	0	
6	Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Verificación inicial nuevas empresas	3	Documento (Sello Q y Sello Q Verde)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de verificación inicial/ No. de Asistencias Técnicas * 100	(No. de empresas con verificación inicial/ No. de Asistencias Técnicas) * 100	0	0	(18/3)*100 = 600%	(18/3)*100 = 600%	0	0	0	0	5	8	0			
15			Documento (SICCS)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0			0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	5	8	0		
0		Verificación inicial renovaciones	71	Documento renovaciones (Sello Q y Sello Q Verde)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0		
0			20	Documento renovaciones (SICCS)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0		
0		Verificación final nuevas empresas	3	Documento nuevas empresas (Sello Q y Sello Q Verde)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de entidades con verificación final	(No. de empresas con verificación final/ No. de empresas con verificación inicial) * 100	0	0	(7/15)*100 = 46.67%	(11/3)*100 = 366.67%	(18/18)*100 = 100%	0	0	0	0	5	8	0		
0			15	Documento nuevas empresas (SICCS)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0
0		Verificación final renovaciones	71	Renovaciones (Sello Q y Sello Q Verde)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0		
0			20	Renovaciones (SICCS)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0	
7	Personas jurídicas e individuales con distintivo de calidad turística	Nueva área protegida o sitio arqueológico con Sello Q verde	3	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de eficacia en la implementación del distintivo de calidad turística	(No. Personas jurídicas con distintivo de calidad turística/ No. De personas jurídicas con primer informe de verificación en calidad turística) * 100	0	0	(15/18)*100 = 100%	(18/18)*100 = 100%	0	0	0	0	5	8	0			
		Nuevas empresas con SICCS	15	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0	
		Renovación Sello Q en empresas	70	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0
		Renovación Sello Q verde en área protegida o sitio arqueológico	1	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0
		Renovación SICCS a empresas	20	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0
8		Suspensión Consejo Global de Turismo Sostenible	1	Membresía	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	8	0		

4.12.6.1 Generar condiciones para sacar adelante por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.

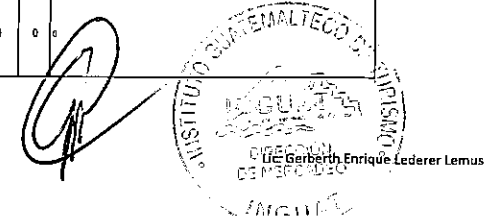
  
Lcda. Ana Guadalupe Dieguez

**Dirección de Mercadeo**  
**Matriz de Gestión por Resultados , Plan Operativo Anual 2021**

No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador				POG	PMTS 2016-2025	ODS	Observaciones				
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021						Avance cuatrimestral			
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1° Cuatrimestre	Anual					1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual
					2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021			2021	2021					2021	2021	2021	2021
1		Informe mensual de avance de la Dirección de Mercadeo	12	informe	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	N/A	0		
<b>DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN</b>																								
1	Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias turísticas		3	Evento (presencial o virtual)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Inversión por negocio potencial y/o concretado	Gasto de participación en ferias / Total de negocios potencializados y/o concretados por el sector privado guatemalteco	$\frac{Q3,000,000}{667} = Q4,497.75$	$\frac{Q4,500,000}{1000} = Q4,500$	0	0	0	0	4.1.2.5.1 - Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	Enero, febrero: No se participó en ninguna feria internacional.
			variable	Hombres participantes del sector privado	0		0		0		0													
			variable	Mujeres participantes del sector privado	0		0		0		0													
2	Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en caravanas y misiones comerciales (ruedas de negocios)		7	Evento (presencial o virtual)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de negocios potencializados y/o concretados en las caravanas turísticas	(Negocios potencializados y/o concretados por sector privado guatemalteco / Contactos mayoristas extranjeros) * 100	$\frac{52/84}{100} = 61.9\%$	$\frac{182/300}{100} = 60.67\%$	0	0	0	0	4.1.2.5.1 - Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	Enero y febrero: no se han realizado caravanas por la emergencia mundial del covid-19
3	Activaciones promocionales BTL (stand con videos, imagen de país y se brinda información al público)		9	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	N/A	N/A	6	8	Enero: No se realizó ninguna activación BTL por asuntos de la emergencia mundial COVID-19. Febrero: No se ejecutó ninguna activación por motivos de las diferentes disposiciones sanitarias que no dejó la realización de eventos promocionales en eventos comerciales.	
4	Campañas Internacionales		5	Campaña	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Índice comparativo de ingresos de visitantes	[(Número de visitantes año n de los mercados en donde se realizó campaña promocional - Número de visitantes año n-1 de los mercados en donde se realizó campaña promocional) / número de visitantes año n-1 de los mercados en donde se realizó campaña promocional] * 100	0	$\frac{(1520000 - 950000)}{950000} * 100 = 57.89\%$	0	0	0	0	4.1.2.5.1 - Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	Enero, febrero: No se ejecutó campaña ni presupuesto.
5	Campañas Nacionales		6	Campañas	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	Enero: No se ejecutó presupuesto. Febrero: inició la campaña. Recomendó Gusto, promocionando los departamentos de Solim y Huehuetenango.	

  
  
 Uc. Gerberth Enrique Lederer Lemus

No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre						Indicador						POG	PMTB 2015-2025	ODB	Observaciones					
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021						Avance cuatrimestral				
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er Cuatrimestre	Anual					1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Anual	
6		Espectáculos (ballet folclórico, marimba y trajes regionales)	250	Presentaciones	5	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	2.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	Febrero: Se portaron en tono de folclóricos y videos para promoción turística en el Tierno Nacional, Solihó y Cobán. Participación de la marimba en inauguración de actividades del Bicentenario de la Independencia.	
7	Material Promocional (impresión de folletos)		10	Folleto	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	4.5.2.6.1 - Promocionar el país, sus productos y el portafolio de proyectos de inversión mediante la disposición de información por diferentes medios, según la planificación de las sedes diplomáticas. Enero: no hubo ningún movimiento. (En febrero) Elaboración de folletos del presupuesto local en Q350,000.00, para en el PDA representar Q750,000.00, cantidad que es el total asignado a la Unidad para el año 2021.	
8		Distribución de material promocional	21	Envíos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	4.5.2.6.1 - Promocionar el país, sus productos y el portafolio de proyectos de inversión mediante la disposición de información por diferentes medios, según la planificación de las sedes diplomáticas.	
9		Compra para distribución de promocionales y regalos especiales que posicionen y diferencien Guatemala en actividades de promoción, presentaciones país, eventos, entre otros.	40	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Febrero: no se realizaron compras de promocionales. Se adquirieron 37 artículos por el presupuesto por un valor de Q24,975.00 para lo cual se utilizó el renglón 20.
10		Marca País	1	Documento	0.001	0.1%	0	0.0%	0	0.0%	0.001	0.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	4.5.2.6.1 - Creación de una marca país que nos identifique, fundamentada en nuestros valores, la calidad de vida y la equidad para los negocios. 4.5.2.7.1 - Mostrar la imagen del país y creación de la marca país que nos identifique del resto de países con los que competimos a nivel internacional. Enero: se redefinió los términos de referencia y bases de cotización para aprobación previo a su publicación. Febrero: se elaboraron las bases de cotización para eventos y Guatemalcompras.	
Conectividad																									
1		Fortalecimiento de la relación interinstitucional con la Dirección General de Aeronáutica Civil para facilitar el ingreso de compañías aéreas.	4	Reuniones	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	4.1.2.6.1 - Impulsar acciones para promover el sector turístico por medio del mejoramiento de los centros turísticos, las vías de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las zonas francas. Así como el impulso de nuevos clusters de turismo, como el ecoturismo y el ingreso de MIPYMES de turismo. 4.1.2.6.1 - Impulsar acciones para promover el sector turístico por medio del mejoramiento de los centros turísticos, las vías de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las zonas francas. Así como el impulso de nuevos clusters de turismo, como el ecoturismo y el ingreso de MIPYMES de turismo. 4.1.2.6.1 - Impulsar acciones para promover el sector turístico por medio del mejoramiento de los centros turísticos, las vías de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las zonas francas. Así como el impulso de nuevos clusters de turismo, como el ecoturismo y el ingreso de MIPYMES de turismo.	
2		Fortalecimiento de la relación interinstitucional con SAT (por tema aduanas) y - Empresas Portuarias (por tema cruceros)	4	Reuniones	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	4.1.2.6.1 - Impulsar acciones para promover el sector turístico por medio del mejoramiento de los centros turísticos, las vías de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las zonas francas. Así como el impulso de nuevos clusters de turismo, como el ecoturismo y el ingreso de MIPYMES de turismo.
3		Trabajo conjunto con MINEX para que a través de sus embajadores se invite a líneas aéreas, líneas de transporte terrestre y líneas de cruceros a operar en el país.	4	Eventos	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	4.5.2.7.1 - Reestructurar y fortalecer la institucionalidad del turismo con el objeto de posicionarlo como un eje estratégico para el desarrollo económico, para ello, se deberá crear el gobierno de turismo, impulsar el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, fortalecer la Red de Consejeros Consultivos del MINEX e impulsar a través de las sedes diplomáticas una estrategia que permita que nuestro país recupere las posibilidades como destino turístico. Febrero: 1. Se hizo acercamiento con el Ministerio de Relaciones Exteriores y se acordó tener nuestra primera reunión el día 4 de marzo y los puntos a tratar en Puertos y Servicios Portuarios.
4		Búsqueda de convenios de cooperación con diferentes compañías aéreas, terrestres y marítimas a fin de promocionar a Guatemala como destino, incrementando la cantidad de interesados que estimulen la ampliación en las frecuencias de los vuelos, rutas y ataqués existentes.	2	Documento	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	0	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de cooperación y el establecimiento de estándares de calidad. Febrero: 1. También se logró contactar al señor Jorge Granados de la empresa de turismo Mundo Maya Travel, con pilotos mexicanos que están interesados en el proyecto de Huehuetenango, dichos pilotos buscan aviones para desarrollar dicho proyecto. 2. Se está en pláticas con la empresa Mundo Maya Holding Group, con Ricardo Sagartiano para el desarrollo de la parte Sur de México con el Mundo Maya del norte de Guatemala con la posible incorporación de la Línea Aérea Aereana. 3. Se está siguiendo el proceso de certificación ante la Dirección General de Aeronáutica Civil para la obtención de su Certificado de Operador Aéreo (COA) de la empresa Aerolíneas Mayas que se encuentra en la Fase 1 de certificación.
5		Participar en eventos internacionales para el fortalecimiento de la conectividad aérea, marítima y terrestre.	2	Evento	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0


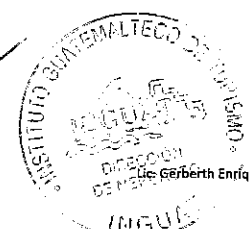


No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								EGG	PMTS 2015-2025	ODS	Observaciones								
					1er cuatrimestre				2do cuatrimestre				3er cuatrimestre				Anual								Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta		Avance cuatrimestral			
					2021		2021		2021		2021		2021		2021		2021		1er cuatrimestre	2do cuatrimestre							3er cuatrimestre	Anual				
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	2021	2021														
6		Diseño e instalación de imágenes en aeropuertos, aeródromos y puestos de control fronterizo	5	Unidad	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	0								
Comunicación Social																																
1		Monitoreo en medios de comunicación nacionales (plataforma)	10	Informe	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se ha realizado la contratación del servicio Febrero: No se ha realizado la contratación del servicio.					
2		Publicaciones en medios nacionales	10	Publicación	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se ha realizado ninguna publicación. Febrero: Publicación en el Diario de Centro América del funcionamiento del archivo de INGUAT					
3		Ruedas de prensa	36	Conferencia	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se han realizado ruedas de prensa Febrero: 1 El compromiso del INGUAT para participar un trabajo responsable durante el 2021					
4		Suscripción en medios de comunicación escritos	44	Periódico	35	80%	0	0.0%	0	0.0%	35	80%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se ha realizado ninguna suscripción					
5		Servicio de agencia de Relaciones Públicas	11	Informe	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se ha realizado ninguna contratación					
6		Adquisición de equipo para ser utilizado en actividades de comunicación social.	10	Equipo	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se ha realizado ninguna compra Febrero: No se ha realizado ninguna compra					
7		Cobertura de actividades de comunicación social de la institución	44	Informes	9	20%	0	0.0%	0	0.0%	9	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: No se realizó ninguna cobertura. Febrero: se realizaron 9 coberturas en el interior de la siguiente manera: 1 Sansepequez, 1 Totonicapán, 1 Ajudaa, 2 Sebila, 1 Izabal y Peten, 1 Alta Verapaz y 2 Quiché					
8		Videos promocionales	36	Videos	27	75%	0	0.0%	0	0.0%	27	75%	0	0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	0	Enfer: 1 Subproducto en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
Mercado Virtual																																
1		Servicios técnicos de actualización y desarrollo de nuevos productos digitales, y generación de contenidos especiales	22	Servicio	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Por temas relacionados a reevaluación de presupuesto, aún no se ha iniciado con la contratación de un programa especial para manejo de redes sociales. FEBRERO: Se trabajaron los informes de actualización relacionados a la actividad en redes sociales de INGUAT. Paseo GT y visit GT.					
2		Publicaciones en la plataforma Instagram INGUAT	525	Publicación	85	16.2%	0	0.0%	0	0.0%	85	16.2%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
3		Publicaciones en la plataforma Instagram Paseo Guatemala	268	Publicación	137	47.6%	0	0.0%	0	0.0%	137	47.6%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
4		Publicaciones en plataforma Instagram Visit Guatemala	288	Publicación	108	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	108	37.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
5		Publicaciones en plataforma Facebook INGUAT	720	Publicación	372	51.7%	0	0.0%	0	0.0%	372	51.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
6		Publicaciones en plataforma Facebook Paseo Guatemala	288	Publicación	158	54.9%	0	0.0%	0	0.0%	158	54.9%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
7		Publicaciones en plataforma Facebook Visit Guatemala	288	publicación	155	53.8%	0	0.0%	0	0.0%	155	53.8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
8		Publicaciones en plataforma Twitter INGUAT	1200	Publicación	229	19.1%	0	0.0%	0	0.0%	229	19.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					
9		Publicaciones en plataforma Twitter Paseo Guatemala	268	Publicación	68	23.6%	0	0.0%	0	0.0%	68	23.6%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	45.261- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0	0	0	ENERO: Se ha otorgado contrato que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como contratos en pilares de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EGE2021, asimismo, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marcó el inicio de actividades del Bicentenario que surgió a través de la campaña #PromoviendoGuatemala y las actividades de acercamiento, llegando por lo tanto al subdirector en reunión con representantes de mujeres tejedoras, 2. Video Guatemala OMA, 3. Video del subdirector a la Oficina del Negro en Frajanes, 4. Nota Guatemalteca se dedica para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en nuestra historia, 6. Nota 2 Resermones de acercamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Resermones de acercamiento nacional de tejedoras, 9. Nota 6 Reunión del INGUAT con el sector turístico, 10. Video logo de gobierno guatemalteco de buenas prácticas, sala de seguridad turística y sala de Seguridad, 11. Video logo de gobierno guatemalteco, sala de Seguridad, Puntos Patrimoniales, 12. Video logo de gobierno campañas nacionales, 13. Video logo de gobierno capacitaciones, formación turística Febrero: 1. Entrega de salidas de seguridad a guías de turismo en Sansepequez, A.J. 2. Recorrido en Lago Güija, Asociación Mira A.J. 3. Subdirector en San Juan Sacatepéquez, 4. Nota 05 de Guatemala turismo GUATECO A.J. 4. Trabajo con el sector turístico en Guatemala durante el Bicentenario, Febrero: 1.					

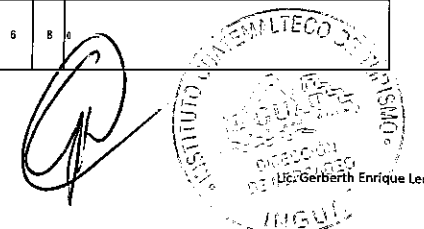
*[Signature]*  
 INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTADÍSTICAS  
 DE GUATEMALA  
 LIC. GERBERTH ENRIQUE LEDERER LEMUS  
 DIBUJADO EN COMPUER  
 DE MERCADERO



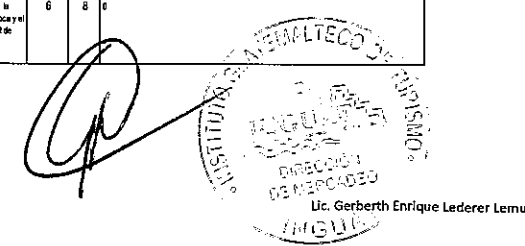
No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre							Indicador							POG	PMTS 2015-2025	ODS	Observaciones						
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021		Avance cuatrimestral											
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er cuatrimestre	Anual	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre					3er cuatrimestre	Anual				
																									2021	2021		
10		Publicaciones en plataforma Twitter Visit Guatemala	288	Publicación	61	21.2%	0	0.0%	0	0.0%	61	21.2%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.5.2.E.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	0	0	ENERO Se ha completado contenido que también va alineado a la promoción de segmentos turísticos, pero con un enfoque más bilingüe, teniendo la elección de videos extranjeros, para que no se olviden de las bellas que Guatemala posee en estos tiempos de pandemia. Se trabajó también con contenido campañas que pertenecen a CATIA Centroamérica, como "Chula de Centroamérica", "Somos Guate Amigos" y "Somos de Centroamérica". FEBRERO Las fotografías de los diferentes segmentos turísticos, se volvieron la principal actividad para las campañas, convirtiéndose en una prioridad para las campañas promocionales.		
11		Programación de Eventos en App Guatemala y perfil de Facebook de Paseo Guatemala	36	Evento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ENERO Las convocatorias de eventos de instituciones relacionadas a las, países que se desea o temas presupuestados, así como por motivos relacionados a la temporada baja por ser inicio de año, se espera que para finales de febrero esto cambie debido a la cantidad de actividades relacionadas al Bicentenario FEBRERO Se aumentará la posibilidad de cambiar entre eventos del PMA por uno que abarque más a la programación de eventos desde el punto de vista de Guatemala, en un formato similar al formato de eventos al momento actual.		
12		Atención a usuarios a través de los mensajes que envían en las distintas plataformas digitales	1,152	Respuestas	250	21.7%	0	0.0%	0	0.0%	250	21.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	ENERO Los mensajes que por lo regular entran a nuestros páginas ya sea INGUAT, Paseo GT o Visit GT, giran en torno a dudas sobre apertura de destinos, paquetes turísticos, procesos internos o etapas relacionadas al servicio al cliente por parte de empresas turísticas FEBRERO Las respuestas a los mensajes en redes sociales continúan, las dudas se mantienen relacionadas a COVID-19, apertura de destinos, paquetes, entre otros.			
Publicidad y Diseño																												
1		Creación y visualización de materiales gráficos y digitales (invitaciones, mapas, postales digitales e impresos, post y animaciones de redes, campañas turísticas, presentaciones, diseño de páginas web, mailings, tarjetas de presentación, diseño editorial, folletos, rollups, valises, mugs, pies de mesa, backs, stands de ferias, logotipos y sus aplicaciones, marca país, diseños para recursos, BTLs, diseños aplicables para webinars, gafetes, cajas de luz, boletines, diseños de playeras y promocionales, infografías, folios y material institucional)	2,400	Pieza Gráfica	595	24.8%	0	0.0%	0	0.0%	595	24.8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	0%	0	0	ENERO Diseño de post para publicación en redes sociales, invitaciones a webinar Reducir el Turismo, propuestas de paquetes turísticos, portales GDA, pauta revista Vive, preguntas tipo cuestionario, iconos por regiones, sticker para mapas, tarjeta de presentación, plantilla para presentación de la Dirección General, diseño para dispositivos móviles, infografía, diseño paginas manual de bioseguridad, entre otros FEBRERO Diseño de post días especiales, post promocionales para publicación en redes sociales, invitaciones a webinar Reducir el Turismo, diseño logos y adhesivos vehiculo Bicentenario, portales GDA, pauta Prensa Libre, iconos recomendados Guate tarjeta de cumpleaños logot, otros unidades, invitaciones a eventos de Turismo (Bioseguridad) Turística, valises exterior logot, portales diseño boletín, flyer día del café, fotos invitaciones y boletines, fichas listas, adaptaciones fotográficas personal Inguat, entre otros.
DEPARTAMENTO DE OPERACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN																												
Viajes de Familiarización y Prensa																												
1	0		36	Giras	11	31.4%	0	0.0%	0	0.0%	11	31.4%	Retorno de la inversión en giras de prensa, televisión y filmación	(Valor total del mercado de las publicaciones de las giras / Gasto por giras prensa, televisión y filmación) *100	(0.5,828,571.00/ 394,286.00)*100 =1,478.26%	(0.17,000,000.00/ 1,150,000.00)*100 =1,478.26%	(0.937,217.08/ 1,117,463.07) * 100 = 797.88%	(0.160,184.00/ 0.5,000.00) * 100 = 3,203.68%	(0.160,184.00/ 0.5,000.00) * 100 = 3,203.68%	(0.937,217.08/ 1,117,463.07) * 100 = 797.88%	6%	6	8	0	ENERO Se realizaron 2 Giras de Apoyo, con un total de 12 mujeres y 13 hombres. Febrero se realizaron 9 giras, siendo 2 de Apoyo y 7 de Prensa, con un total de 11 mujeres y 18 hombres.			
Representaciones en el Exterior																												
1		Seminarios de capacitación del destino dirigidos a agentes minoristas de Norteamérica, Centroamérica, Sudamérica, El Caribe, Asia y Europa	6	Seminarios	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	0	0	0		
Eventos																												
1		Eventos y Marca País	75	Eventos	16	21.3%	0	0.0%	0	0.0%	16	21.3%	Inversión promedio por evento	Inversión mensual / No. de eventos	(400,000.00/ 25) = 16,000 por evento	(1,200,000.00/ 75) = 16,000 por evento	(76,671 / 16) = 4,791.94 por evento	0	0	(76,671 / 16) = 4,791.94 por evento	0%	6	8	0	0	ENERO Durante el mes se realizaron 05 reuniones de trabajo con una inversión total del Q.2,221.00 FEBRERO Durante el mes se realizaron 11 eventos, de los cuales la inversión fue de Q.58,890.00 y de viajes Q. 5,460.00 Se atendió un total de 316 personas siendo estos 286 hombres y 71 mujeres.		
			variable	Hombres participantes	288	76.6%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	288	76.6%	Participantes promedio por evento	Numero de participantes / No. de eventos	0	0	(376 / 16) = 24 personas por evento	0	0	(376 / 16) = 24 personas por evento	0%	4	0	0	0	0		
			variable	Mujeres participantes	88	23.4%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	88	23.4%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	4	0	0	0	0

  
  
 Gerberth Enrique Lederer Lemus

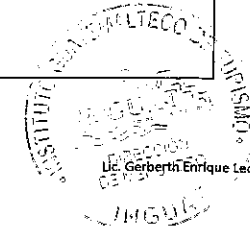
No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								POG	PMTS 2019-2020	ODS	Observaciones
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021		Avance cuatrimestral							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual						
PRODUCTOS / SEGMENTOS																								
Cruceiros																								
1		Número de cruceiros que atracaron en Puerto Quetzal	20	Cruceiros	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Pasajeros por cruceiro	Número de pasajeros / número de cruceiros	(1,500/1) = 1,500	(30,000/20) = 1,500	0	0	0	0	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
2		Cantidad de pasajeros de los cruceiros que atracaron en Puerto Quetzal	30,000	Pasajeros	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Pasajeros por cruceiro	Número de pasajeros / número de cruceiros	(1,500/1) = 1,500	(30,000/20) = 1,500	0	0	0	0	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
3		Cantidad de tripulantes de los cruceiros que atracaron en Puerto Quetzal	18,000	Tripulantes	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Tripulantes por cruceiro	Número de tripulantes / número de cruceiros	(900/1) = 900	(18,000/20) = 900	0	0	0	0	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
4		Número de cruceiros que atracaron en el Puerto Santo Tomás de Castilla	25	Cruceiros	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Pasajeros por cruceiro	Número de pasajeros / número de cruceiros	(5,500/1) = 5,500	(12,500/25) = 500	0	0	0	0	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
5		Cantidad de pasajeros de los cruceiros que atracaron en el Puerto Santo Tomás de Castilla	12,500	Pasajeros	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Tripulantes por cruceiro	Número de tripulantes / número de cruceiros	(3,850/1) = 3,850	(8,750/25) = 350	0	0	0	0	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
6		Cantidad de tripulantes de los cruceiros que atracaron en el Puerto Santo Tomás de Castilla	8,750	Tripulantes	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
7		Participación en Ferias Internacionales de Cruceiros	4	Ferias	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente el país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística
8		Participación en eventos internacionales de cruceiros	6	Eventos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	4.5.2.6.1 - Promocionar a Guatemala como un país seguro de inversión, de visitar y de adquirir sus productos, para ello se deberán impulsar acciones en pro de la mejora de negocios, la certeza jurídica, la seguridad e infraestructura y aumentar la competitividad
9		Coordinación de viajes de familiarización de mercados clave	2	Giras	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	0
10		Asesoría y recepción a cruceristas en terminales de cruceiros	10	Viajeros	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
11		Renovación de accesorios para atención en terminales de cruceiros	2	Contrato	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
12		Renta de audiovisuales para atención en terminales de cruceiros	7	Equipo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
13		Capacitaciones a prestadores de servicios	2	Capacitación	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	0
14		Contratación de grupos garifunas y folclóricos	6	Contratación	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
15		Edicaciones de información turística	6	Apoyo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
16		Uniformes especiales para atención a cruceiros	1	Prendas de Vest	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	0
17		Plaquetas de jade	7	Plaquetas	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	6	8	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
18		Insuamos atención de cruceiros	9	Entención y Hosped	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	Enero y febrero: No se tuvieron atraques de cruceiros
19		Membresía de cruceiros (Florida Caribbean Cruise Association -FCCA-	1	Membresía	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente el país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística
Turismo de Aventura																								
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional	4	Apoyo técnico	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0



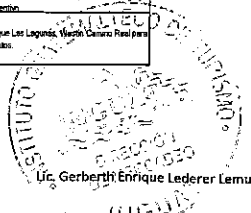
No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								FDO	FNTS 2019-2025	OOS	Observaciones												
					1er cuatrimestre				2do cuatrimestre				3er cuatrimestre				Anual								Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta				Avance cuatrimestral					
					Cantidad		%		Cantidad		%		Cantidad		%		Cantidad		%								2021		1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual	
2		Acciones que generen presencia internacional	2	Textos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico; la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0							
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	2	Giras	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	6	8	0						
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	4	Eventos	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 - Promover mejor la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	6	8		Febrero: presentación de destino donde se mencionaron actividades de aventura con mayorías de EEUU con línea aérea Delta y presentación de destino con mayorías de Costa Rica con línea aérea de Volaris.						
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Apoyo técnico	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado; la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0								
6		Actualización en medios digitales institucionales	20	Actualización	13	65%	0	0%	0	0%	13	65%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	0	0	Ejemplo: posts de Volaris de Panamá, conopy en bicicleta con ruta al Lago, gastronomía en Panamá, volar de San Pedro Tolimán y Atilán. Febrero: 5 de parapente en Lago de Atilán, 1 de volar de Acaticabanoo, 1 de Outback en Trosavaca y 2 de lazo.						
7		Visitas técnicas a empresas	5	Visitas	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	0	0							
Turismo de Boda y Lunas de Miel																																				
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Folleto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	6	8	0						
2		Acciones que generen presencia internacional	2	Pauta	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico; la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0							
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	2	Giras	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado; la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0								
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	3	Gira	2	67%	0	0%	0	0%	2	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 - Promover mejor la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	6	8		Febrero: presentación de destino donde se incluyeron actividades de bodas y lunas de miel con mayorías de EEUU con línea aérea Delta, y presentación de destino con mayorías de Costa Rica con línea aérea Volaris.							
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Reuniones	2	50.0%	0	0%	0	0%	2	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	6	8	Febrero: Se realizará un directorio para ser enviado a la inclusión de empresas de acuerdo a la participación en una capacitación de la implementación de los procesos de seguridad							
6		Actualización en medios digitales institucionales	15	Textos	15	100.0%	0	0%	0	0%	15	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	6	8	Ejemplo: posts de Fines El Amate, Cabañas, Serves, Champney, Lavan, Atilán, Tatal (2), Aubrey, Guatemala (2), Jardines de Provenza en Antigua, Chichostenango con parajes. Febrero: posts de hotel en Solihú, Zap. Antigua, Guatemala y Varadero						
7		Visitas técnicas a empresas	3	Visitas	1	33.3%	0	0%	0	0%	1	33%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	6	8	Ejemplo: visita virtual a Hotel Boutique Las Lagunas, en Izabal						
Turismo de Cultura																																				
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Folleto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		0	6	8	0						
2		Acciones que generen presencia internacional	1	Pautas	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico; la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0							



No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								POG	PMTS 2015 - 2023	ODS	Observaciones
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021		Avance cuatrimestral							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er cuatrimestre	Anual	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual				
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	3	Giras	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	6	Evento	2	33%	0	0.0%	0	0.0%	2	33%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Promocionar activamente el país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	2	Reuniones	1	50%	0	0.0%	0	0.0%	1	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 -Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0
6		Actualización en medios digitales institucionales	20	Textos	9	45.0%	0	0%	0	0.0%	9	45%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0
7	Turismo de Deportes	Visitas técnicas a empresas	6	Evento	0	0.0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	6
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	8	Textos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0
2		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	3	Apoyos	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Promocionar activamente el país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0
3		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	3	Apoyos	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	66.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 -Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	0
4		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	5	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.7.1 -Impulso del turismo interno por medio de eventos deportivos, culturales, sociales, familiares, religiosos y recreativos.	6	8	0
6		Actualización en medios digitales institucionales	20	Textos	11	55.0%	0	0.0%	0	0.0%	11	55%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0
6		Apoyo a actividades deportivas diversas que tengan presencia nivel nacional e internacional.	5	Evento	1	20.0%	0	0%	0	0.0%	1	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0
7	Entretimiento	Visitas a eventos nacionales.	5	Vídeos	1	20.0%	0	0%	0	0.0%	1	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	5	Texto	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0
2		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	3	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0



No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador						PGG	PMTB 2015-2020	ODS	Observaciones			
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del Indicador	Fórmula del Indicador	Meta 2021		Avance cuatrimestral								
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual							
					2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021			1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual							
3		Incluir material e información del segmento en caravanas internacionales.	3	Gras	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0		
4		Actualización en medios digitales institucionales	15	Textos	3	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	6	8	8	0	Enero: posts de museo de Arte Moderno Carlos Mérida. Febrero: Teatro Municipal en Tecunúgan y un tour en San Juan La Laguna de arte y paisaje.
5		Visitas técnicas a empresas	4	Eventos	0	0.0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0		
Turismo Idioma																									
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	5	Apoyo	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0		
2		Coordinación de viajes de familiarización de mercados clave.	1	Coordinación	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística	6	8	0	0	
3		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	2	Coordinación	1	50%	0	0.0%	0	0.0%	1	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	6	8	8	0	Febrero: presentación de destino donde se mencionaron actividades de turismo idiomático con mayoristas de EUII con líneas aéreas Delta
4		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Reuniones	3	75.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	75%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	8	0	Enero: reunión con empresarios representantes del segmento, se acordó solicitar apoyo para participar en la feria EXPOUNGA virtual 2021 y también la actualización de datos de los escuelas para condor cuáles están en funciones todavía. Y reunión con Consejo Comunal de Patate Baja, se acordó realizar un webinar cuando se reanude el país.
5		Actualización en medios digitales institucionales	20	Textos	10	50%	0	0%	0	0.0%	10	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	Enero: posts de aprender el idioma español en Guatemala, los destinos en donde se puede aprender (2) y 5 razones por que venir a Guatemala a aprender idioma español. Febrero: post de beneficiarios (1) destino Bienes culturales escuela (1) de Quetzaltenango y Antigua.
6		Visitas técnicas a escuelas	4	Visitas	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	
Turismo de Industria de Reuniones																									
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Texto	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	0	
2		Acciones que generen presencia internacional	4	Textos	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística	6	8	0	0	
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	2	Gras	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	6	8	0	0	
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	2	Gras	2	100%	0	0%	0	0.0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 - Posicionar a Guatemala como un país seguro de inversión, de visitar y de adquirir sus productos, para ello se deberán regular acciones en pro de la mejora de negocios, la certeza jurídica, la seguridad e infraestructura y aumentar la competitividad.	6	8	8	0	Febrero: presentación de destino donde se mencionaron actividades de la industria de reuniones con mayoristas de EUII con líneas aéreas Delta, y presentación de destino con mayoristas de Costa Rica con líneas aéreas Volaris.
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Reuniones	4	100%	0	0%	0	0%	4	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	8	0	Enero: reunión con el Sur de Convenciones y se acordó realizar convenio entre INCIAT y Sur, el cual ya está en proceso en Departamento de Justicia. También se acordó realizar un webinar el cual se está trabajando en estructura y contenido con Dacelo, se acordó también realizar un video promocional que se estará trabajando en estructura, temas y edición con Comunicación Social. Y se acordó solicitar a ICGA otro nivel de membresía para evaluar costo/beneficio.
6		Actualización en medios digitales institucionales	10	Textos	6	60%	0	0%	0	0.0%	6	60%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	8	8	8	0	Enero: posts de ciudad de Guatemala y los procesos. Y otro del Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias. Febrero: posts de La Amigos Guatemala, Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Misión Zócalo en Patate Baja con actividad de inversión.
7		Visitas técnicas a instituciones, asociaciones o empresas	6	Evento	3	50%	0	0%	0	0.0%	3	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	8	8	8	0	Enero: reunión virtual a hotel Holiday Inn, Hotel Boutique Les Lagunas, Meeting Camino Real para discutir instituciones y nueva modalidad para eventos.



No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								PGG	PMYS 2015 - 2020	ODS	Observaciones		
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta		Avance cuatrimestral									
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			2021	Anual	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual						
															2021											
Turismo de Naturaleza																										
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Textos	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Febrero: distribución de brochura de Turismo en tour de prensa nacional.	
2		Acciones que generen presencia internacional	4	Textos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente el país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	4	Coordinación	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.5.2.5.1 - Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	4	Coordinación	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Febrero: presentación de destino donde se mencionaron actividades de naturaleza con trayectos de EEUU con líneas aéreas Delta, y presentación de destino con trayectos de Costa Rica con línea aérea Volcan.
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Apoyo	1	25.0%	0	0%	0	0.0%	1	25%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.
6		Actualización en medios digitales institucionales	20	Posts	13	65%	0	0%	0	0.0%	13	65%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: posts de la Cafareta de la Igualdad en San Marcos, el Cineasta de Urueta en Josefa, Laguna Magdalena en Ikuhuetanango Febrero, 1 Roca de Manacarrango en Totonicapán, El Interconal de la Maza Blanca, Matorrales San Buenaventura.
7		Coordinación de ferias para promoción de turismo interno de naturaleza.	2	Coordinación	0	0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	
8		Visitas técnicas a empresas	5	Visitas	4	80%	0	0.0%	0	0.0%	4	80%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: visita virtual a Reserva Natural Rin Izu en Baja Verapaz; Febrero: visita a Comarca de Ixil en Guatemala; Febrero: visita al Hotel Boutique Las Lagunas en Guatemala.
Turismo de Salud y Bienestar																										
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	3	Apoyo técnico	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	
2		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	1	Giras	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.1.2.6.1 - Promocionar activamente el país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.
3		Acciones que generen presencia internacional	1	Gira	1	100%	0	0%	0	0.0%	1	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.5.2.6.1 - Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	2	Coordinación	2	100%	0	0%	0	0.0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.
5		Actualización en medios digitales institucionales	15	Posts	12	80%	0	0%	0	0.0%	12	80%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: posts de yoga y spas. Febrero: post de noticias del Forbes, (2) de wellness en Atlán, (2) de wellness en Peten y uno de plantas medicinales, y uno de yoga en Ajijul.
6		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Reuniones	2	50%	0	0%	0	0.0%	2	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: reunión con COMISAR de TIZABO y presentar un curso de "MAYAS DE 10000" en 2020; realizar una encuesta de negocios del segmento por departamento, adicionalmente a actualizar la base de datos de la oferta para realizar la rueda con la mayor cantidad de empresas; Febrero: artículo de wellness en revista de Meeting Alliance en Travel World, el Comercio Exterior, y el Comercio Exterior.
7		Visitas técnicas a empresas e instituciones del segmento.	3	Eventos	1	33%	0	0%	0	0.0%	1	33%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: visita virtual al Hotel Boutique Las Lagunas.

*[Handwritten signature]*

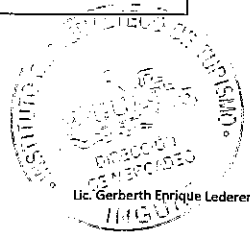
**SECRETARÍA DE ECONOMÍA**  
**PROCESO DE**  
**SEMPREACTIVACIÓN**  
**INSTRUMENTOS**

Lic. Gerberth Enrique Lederer Lemus

No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador						POG	PMTS 2016-2026	ODS	Observaciones			
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del Indicador	Fórmula del Indicador	Meta 2021		Avance cuatrimestral								
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er Cuatrimestre	Anual	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre					3er cuatrimestre	Anual	
Turismo de Voluntariado																									
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Folleto	0	0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	
2		Acciones que generen presencia internacional	1	Gra	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing	6	8	0	
3		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	3	Reuniones	2	67%	0	0%	0	0.0%	2	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística	6	8	0	Evento: reunión con asociaciones y ONG's donde se acordó realizar la actualización del directorio, el cual ya está en proceso. Febrero: realización de un calendario de actividades de una de las asociaciones para promover en redes sociales nacionales.
4		Actualización en medios digitales institucionales	15	Textos	9	60%	0	0%	0	0.0%	9	60%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Generar condiciones para atraer al turismo por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones gubernamentales y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	0	Evento: posts de Instagram y control de huera, actividades e otros después de hacer voluntariado. Febrero: (E) de bienestar en acciones de voluntariado, post de bienestar al Banco en Montecito en temas de seguridad y uso de E) Cuatrimestre referente a la limpieza cuando se realiza turismo.
5		Visitas técnicas a instituciones	5	Eventos	1	20%	0	0%	0	0.0%	1	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Febrero: visita virtual a Reserva El Blanco en Santa Rosa Montecito
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS																									
1		Cuenta Satélite de Turismo de Guatemala	4	Tablas	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	4	8	0	
Estadística																									
1		Medición de Flujos Turísticos: Operación destinada a obtener el número y caracterización de los visitantes que cruzan las principales fronteras terrestres de Guatemala.	24	Documento	4	17%	0	0%	0	0%	4	17%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística	4	8	0	Evento: Boletín de Estadísticas Turísticas Diciembre 2020, Boletín Cuarto Trimestre de Estadísticas de Turismo 2020 y Boletín Anual de Estadísticas de Turismo 2020, Febrero: Boletín de Estadísticas de Turismo Enero 2021. Se realizó supervisión de campo códigos QR
2		Perfil del Visitante Internacional: Estudio que permite obtener el perfil del visitante residente y no residente, estadia y gasto promedio. En cada una de las fronteras Terrestres, Marítimas y Aéreas. Aquí se aprovecha para medir los sitios de visitación y el nivel de satisfacción	24	Documento	4	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	4	16.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promover activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	4	8	0	Enero: Perfil general del visitante internacional a Guatemala 2020, perfil del visitante de Estados Unidos 2020; Febrero: Perfil del visitante internacional de España y Alemania 2020



No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								PGO	PMTS 2015-2026	OD6	Observaciones
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Meta 2021		Avance cuatrimestral									
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	1º cuatrimestre	Anual	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual						
3	Medición de Oferta de Servicios Turísticos: Estudio que permite medir la oferta y la demanda de los diferentes establecimientos de las 5 categorías que afectan directamente al turismo. Al mismo tiempo se aprovecha para medir el empleo y el índice de precios. Para 2021 se recopilará información entre otros a través del proyecto Servidores Cívicos en Medición de la Actividad Turística 2021.		5	Documento	3	60.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	60.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	4	8	Envo: Boletín de Oferta y Ocupación Hoteles Cuarto Trimestre 2020 y Boletín Anual de Oferta y Ocupación Hoteles año 2020. Febrero: Boletín de Oferta y Ocupación Hoteles Serie Histórica 2005-2020.
4	Medición de Turismo Interno: Estudio que permite obtener la caracterización de los visitantes nacionales a los diferentes puntos turísticos Guatemaltecos, permite obtener el perfil, el gasto y estadía promedio del turista nacional. También se mide el nivel de satisfacción.		5	Documento	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	4	8	Envo: perfil del turismo interno de Guatemala 2020.
5	Sistemas de área protegidas (sitios arqueológicos, reservas naturales, biotopos, entre otros)		6	Documento	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	4	8	0
Inteligencia de Mercados																								
1	Inteligencia Turística: Actividad que permite un adecuado conocimiento del mercado en donde se opera, a través del manejo permanente de un flujo de información que confiere una mejor comprensión del comportamiento y tendencias del mercado de viajes y turismo, a través de la generación de documentos analíticos.		36	Documento	7	19%	0	0.0%	0	0%	7	19.4%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 -Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	4	8	Envo: perfil del turismo internacional a los departamentos de Guatemala, Sacatepéquez y Solalá 2020. Febrero: perfiles del turismo internacional a los departamentos de Alta Verapaz, Baja Verapaz, Huehuetenango y Peten.





No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								POG	PMTR 2015-2020	OBS	Observaciones				
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021		Avance cuatrimestral											
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er cuatrimestre	Actual	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Anual								
DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA TURÍSTICA																												
1	Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales		500	Evento (oficio de referencia)	49	9.8%	0	0.0%	0	0.0%	49	9.8%	Cobertura de asistencias en seguridad	Número de visitantes atendidos/ Número de eventos	$(705/204) = 4$	$(2125/500) = 4$	$(1287/101) = 13$	0	0	$(1287/101) = 13$	0	16	7	16	Febrero: Se hizo una migración de los meses anuales y trimestrales para adecuarse a los meses reportados mensualmente. Se atendieron turistas nacionales, extranjeros y prestadores de servicios turísticos.			
			2,000	Personas custodiadas	714	35.7%	0	0.0%	0	0.0%	714	35.7%																
2	Asistencia en eventos a visitantes nacionales e internacionales		100	Evento (informe de asistencia)	52	52.0%	0	0.0%	0	0.0%	52	52.0%	Cobertura de asistencias en seguridad	Número de visitantes atendidos/ Número de eventos	$(705/204) = 4$	$(2125/500) = 4$	$(1287/101) = 13$	0	0	$(1287/101) = 13$	0	16	7	16	Febrero: Se hizo una migración de los meses anuales y trimestrales para adecuarse a los meses reportados mensualmente. Se atendieron turistas nacionales, extranjeros y prestadores de servicios turísticos.			
			125	Personas atendidas	573	458.4%	0	0.0%	0	0.0%	573	458.4%																
3		Apoyo en la gestión de seguridad asistencia en festivales, ferias y diversas actividades en los destinos turísticos	40	Evento (informe de asistencia)	3	0	0	0	0	3	0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	16	7	16	4.5.2.7.1 "Inversión en infraestructura para el turismo, seguridad, la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.			
4		Atención en logística y seguridad para los cruceristas que toman tours en el país.	100	Personas atendidas	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	16	7	16	Febrero: No se atendieron cruceros			
5		Atención a visitantes nacionales e internacionales a través de la Central de Llamadas 1500	10,000	Personas atendidas	1,530	15.3%	0	0.0%	0	0.0%	1,530	15.3%	Cobertura de visitantes internacionales en la central de llamadas 1500	$(\text{Número de visitantes internacionales que llamaron} / \text{Número de llamadas}) * 100$	$(50 / 3528) * 100 = 1.7\%$	$(170 / 10,000) * 100 = 1.7\%$	$(2117/80) * 100 = 27\%$	0	0	$(2117/80) * 100 = 27\%$	0	16	7	16	Febrero: Se atendieron llamadas nacionales y extranjeras sobre información turística y mal			
Sección de Información Turística																												
1	Visitantes nacionales e internacionales atendidos con información turística	Brindar información y orientación a los turistas tanto nacionales como internacionales sobre los atractivos turísticos y los servicios con que cuenta el país.	40000	Personas atendidas	2,348	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	2,348	5.9%	Cobertura de la Información Turística	$(\text{número de turistas extranjeros/ número de turistas ingresados al país}) * 100$	$(5,320 / 636,321) * 100 = 1.0\%$	$(15,990 / 1,908,853) * 100 = 1.0\%$	0	0	0	0	0	0	8	4	8	Febrero: No se hizo abastecer la meta del mes, debido a que aún continuamos en pandemia, donde los turistas que no están viajando. No se cobra información del indicador, debido a que dependemos de la información que nos brinda el Departamento de Investigación de Mercados, que no tiene la información que les brinda Migración y Comercio de la situación, aunque no se cuenta con proyecciones. Se pagó el arrendamiento de la Delegación de Chichucuilanango.		
			variable	Hombres extranjeros	459	19.5%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	459	19.5%																
			variable	Mujeres extranjeras	383	16.3%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	383	16.3%																
			variable	Hombres nacionales	843	35.9%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	843	35.9%																
			variable	Mujeres nacionales	663	28.2%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	663	28.2%																
			variable	Mayas	42	1.8%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	42	1.8%																
			variable	Xincas	0	0%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	0%																
			variable	Garifunas	0	0%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	0%																
			variable	Ladinos	1,464	62%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	1,464	62%																

