

MEMORANDO No.444-2021-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 JULIO DE 2021.

**FECHA:** Guatemala, 11 de mayo 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 julio de 2021.

Atentamente,

/jder

INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO  
UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA

**RECIBIDO**

HORA 13:59 FIRMA 

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

Mensual																															
Nº	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Unidad de Medida	Avance de tiempo, cuatrimestres												Indicador												COP	COP Puntos	COP	COP Referencia
				1er. Cuatrimestre		2do. Cuatrimestre		3er. Cuatrimestre		4to. Cuatrimestre		Anual		1er. Cuatrimestre		2do. Cuatrimestre		3er. Cuatrimestre		4to. Cuatrimestre		Anual									
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%								
1		Informe mensual de avance de la Dirección de Desarrollo del Producto Turístico	12	Documento	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	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.	7,300	Insumo	7,300	100%	0	0%	0	0%	7,300	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	2	8	0	Por error cuatrimestro no se reporta en el mes de marzo 2021		
2		IV Encuentro Turístico del Sector Empresarial	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	N/A	N/A	N/A	1	8	0			
3		Apoyo en la elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Circuito 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%	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	2	8	0			
<b>Oficina Subregional II - Alta Verapaz (y Baja Verapaz)</b>																															
4		Reuniones con el sector empresarial (MDT y seguimiento POTM Cobán y Lanquín turístico de Alta Verapaz y Baja Verapaz	12	Evento	5	42%	4	33%	0	0%	9	75%	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	1	8	0	Reunión con representantes de CAT Purulhá para validación turística interna y reunión con CAT Caltzotz Pokomil para actualizar directorio, ambas de forma virtual.		
5		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en los departamentos de Alta y Baja Verapaz	3	Evento	1	33%	2	67%	0	0%	3	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	1	8	0	Se realizó una práctica virtual, para evaluación de protocolos de bioseguridad, con el objetivo de capacitar a la oficina de turismo de la municipalidad de Otujal.		
6		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	N/A	3	8	0	Se programó apoyo a la Fundación Defensores de la Naturaleza, debido a las manifestaciones.		
7		Actividades de fortalecimiento para la gestión y organización del sector turístico de Alta Verapaz y Baja Verapaz, en relación con la planificación de propuestas de reactivo 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	N/A	5	8	0	No se ha podido realizar ninguna actividad de mercadeo debido a las restricciones por Covid-19. Se espera realizar en septiembre.		



No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2021		2022		2023		2024		2025		2026		2027		2028		2029		Observaciones				
			Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance					
Oficina Subregional II Izabal																									
8	Reuniones con el sector empresarial turístico de Izabal	10	Reuniones	2	20%	0	0%	0	0%	2	20%	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 turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	1	8	0	
9	Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Izabal	3	Evento	2	67%	1	33%	0	0%	3	100%	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 receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	3	8	0	
10	Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Izabal	5	Reuniones	0	0%	2	40%	0	0%	2	40%	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 receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	0	
11	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%	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 turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	5	8	0	
Oficina Subregional III Zacapa																									
12	Reuniones con el sector empresarial turístico de Zacapa	4	Reuniones	0	0%	2	50%	0	0%	2	50%	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 receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	6	8	0	El gasto que implicó la reunión lo cubrió el SONECO de Zacapa.
13	Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Zacapa	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 turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	1	17	0	
14	Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Zacapa	4	Reuniones	1	25%	1	25%	0	0%	2	50%	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 receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	0	0	El gasto que implicó la reunión lo cubrió la Municipalidad de Zacapa.
15	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%	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 turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	0	
Oficina Subregional III Chiquimula																									
16	Reuniones con el sector empresarial turístico de Chiquimula	4	Reuniones	2	50%	1	25%	0	0%	3	75%	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 receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	0	0	El gasto que implicó la reunión lo cubrió el CAT de Chiquimula.



No.	Producto Subproducto	Servicio o actividad	2021										Avance de trabajo trimestral										Indicador										Descripción del indicador	Formalidad del indicador	Unidad de medida	Eje temático	Eje de acción	Eje de resultado	Eje de impacto
			1er Trimestre		2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		4to Cuatrimestre		Anual		1er Trimestre		2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		4to Cuatrimestre		Anual		1er Trimestre		2do Cuatrimestre		3er Cuatrimestre		4to Cuatrimestre		Anual								
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%							
17		Apoyo a festivales gastronómicos naturales 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	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		
18		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Chiquimula	4		Reuniones	2	50%	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	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	0			
19		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	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				
Oficina Regional V Sacatepequez																																							
20		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Sacatepequez en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1		Evento	1	100%	0	0%	0	0%	1	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	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.7.1 - Promover la capacitación y profesionalización en el sector turismo mediante la promoción de carreras técnicas para personas dedicadas en el sector turismo.	5	8	0	La actividad se trasladó para el mes de septiembre debido a la programación de la actividad de intercambios. El monto de Q1,198.00 se utilizó para una reunión con el sector en el mes de abril. En la próxima reprogramación del PQA se corregirá este error			
21		Reuniones con el sector empresarial turístico de Sacatepequez	4		Reuniones	0	0%	1	25%	0	0%	1	25%	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	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	0	Se realizó una reunión en el mes de abril con un gasto de Q1,198.00, por error cronológico se reportó en otra actividad, por lo cual se está reportando en la actividad correcta, hasta el mes de julio.			
Oficina Regional V Escuintla y Santa Rosa																																							
22		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	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				
Oficina Regional V Chimaltenango																																							
23		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	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				



No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	Año	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre								Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021				Avance trimestral 2021				PBI	E.S. P.M.T. 2015-2020	GOS	Observaciones	
					1er trimestre		2do trimestre		3er trimestre		Anual				1er trimestre		2do trimestre		3er trimestre		Anual						
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%					
24		Apoyo a festivales gastronómicos culturales y artesanales de Chimaltenango	2021	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	1.26.1 Promocionar activamente al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing digital. La identificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística	3	8	0	

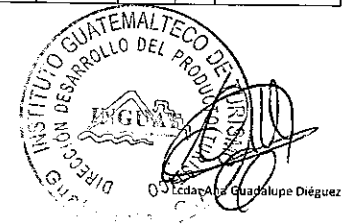


Nº	Producto subproducto	Servicio o actividad	Mora	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre												Múltiplos												PGE	Eje Prioritario	Objetivo	Observaciones
					1º Trimestre		2º Trimestre		3º Trimestre		Año		1º Trimestre		2º Trimestre		3º Trimestre		Año													
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%												
25		Reuniones con el sector empresarial turístico de Chimaltenango	4	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	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	1	8	0						
Oficina Regional V Santa Rosa																																
26		Reuniones con el sector empresarial turístico de Santa Rosa	6	Evento	2	33%	1	17%	0	0%	3	50%	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 - Fortalecer las instituciones rectoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	0	No se utilizaron fondos para realizar las reuniones.					
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	4.1.2.6.1 - Financiar actividades de promoción turística al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral basada en la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	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	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones rectoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	0							
Oficina Regional V Escuintla																																
29		Reuniones con el sector empresarial turístico de San José y Itzapa	4	Reuniones	0	0%	1	25%	0	0%	1	25%	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	1	8	0	Este monto complementa la información que ya se había registrado, por error no se ingresó el monto completo. Este recurso se usó para la reunión de estructuración de los Comités de Autogestión Turística.						
30		Reuniones con el sector empresarial turístico de El Paraiso Spacale	4	Reuniones	0	0%	1	25%	0	0%	1	25%	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	1	8	0	No se agregó estos por error involuntario. Este recurso se utilizó para la reunión de estructuración de los Comités de Autogestión Turística que se realizó en el mes de mayo.						
31		Reuniones para elaboración de la hoja de ruta de El Paraiso Spacale	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	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones rectoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	0							
Oficina Regional VI Quetzaltenango																																
32		Reuniones con el sector empresarial turístico y autoridades municipales y actores claves de Quetzaltenango	10	Evento	2	20%	1	10%	0	0%	3	30%	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	1	8	0	09 de julio 2021 se lleva a cabo reunión con el Comité departamental de autogestión turística de Quetzaltenango, QAT, en el salón de eventos INGUAT por espacio reducido y por lo tanto no se sirven alimentos, no se hizo uso de presupuesto.						
33		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Quetzaltenango Talcaquín, San Marcos Socon, Quiché y Huehuetenango	2	Evento	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Financiar actividades de promoción turística al país en el exterior mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral basada en la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	3	8	0							
34		Festivales culturales del Centro Histórico del PDTM	1	Evento	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	N/A	0	N/A					Programado para septiembre, las condiciones climáticas lo permitan.					



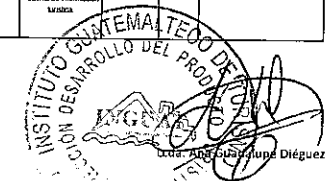


No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por trimestre								Meta		Indicador				Avance Cumulativo 2021				Código	Cant.	Cant.	Observaciones					
			Meta	Unidad de Medida	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	Actual	Porcentaje	Formula de Indicador	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	Actual	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	Actual												
42		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Cobola 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	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.	5	8	0
43		Reuniones de seguimiento a los planes de desarrollo turístico municipales de Panajachel, Santa Catarina Palopó y San Antonio Palopó	9	Reuniones	1	11%	2	22%	0	0%	3	33%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A	0	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	Reunión con Municipalidad de Panajachel para evaluación del PNTM.
44		Reuniones para elaboración de Plan de Desarrollo Turístico de San Pedro la Laguna	4	Reuniones	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A	0	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	5	8	0
45		Comemoración del Día Mundial del Turismo en Panajachel	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	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.	1	8	Programado para septiembre.	
Oficina Subregional VI - Retalhuleu																															
46		Reuniones con el sector empresarial turístico de Retalhuleu	8	Evento	3	38%	3	38%	0	0%	6	75%	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	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	En las 5 primeras reuniones realizadas no se ejecutó gasto financiero. Por error involuntario se colocaron 500,00 en el mes de febrero este monto pertenece a la ejecución de la reunión del CAT, y se complementa en el mes de julio el monto correspondiente.	
47		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Retalhuleu 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	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	5	8	0	
48		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Retalhuleu	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	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.	1	8	0	

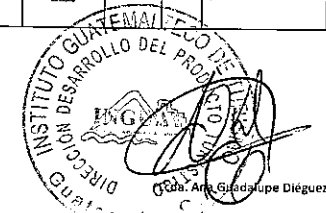




No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	Avance de meta por trimestre										Indicador	Avance cuatrimestral 2021				Eje Prioritario	Objetivo	Observaciones							
			Meta	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV	Meta	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV		Avance	Meta	Avance											
Oficina Subregional VI - Suchitepequez																											
49		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Suchitepequez 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		
50		Reuniones con el sector empresarial turístico de Suchitepequez.	8	Reuniones	2	25%	2	25%	0	0%	4	50%	0	0	0	0	0	0	0	N/A	0	N/A	4.1.2.6.1 - Fortalecer los mecanismos de coordinación intersectorial en el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible.	5	8	5	En la reprogramación se eliminaron los reuniones utilizadas, que se consignaron en el mes de febrero de forma errónea, debido a que no se han utilizado fondos ya que las reuniones han sido virtuales.
51		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Suchitepequez.	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	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		
Oficina Subregional VIII - Peten																											
52		Reuniones con el sector empresarial turístico de Petén	12	Evento	5	42%	3	25%	0	0%	8	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Fortalecer los mecanismos de coordinación intersectorial en el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible.	1	8	8	Modalidad presencial en zona de adyacencia.	
53		Apoyo y fortalecimiento a municipalidades y organizaciones locales para desarrollar actividades vinculadas al turismo en el departamento de Petén	6	Evento	2	33%	3	50%	0	0%	5	83%	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	8	Modalidad virtual.	
54		Apoyo a festivales gastronómicos, culturales y artesanales de Petén	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.	3	8	0		
55		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	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		



No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	2021-2022										Avance de meta por trimestre										Indicador										Observaciones
			2021		2022		I		II		III		IV		I		II		III		IV		Meta	Avance	Observaciones								
			Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado	Meta	Realizado											
56		Seguimiento al Plan de Desarrollo Turístico Municipal del Municipio de Flores 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	N/A	N/A	4.1.2.6.1 Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	3	8	0						
57		Seguimiento al Plan de Desarrollo Turístico Municipal del Municipio de Sayaxché 2019-2022	3	Evento	1	33%	1	33%	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	4.1.2.6.1 Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	3	8	8	Gastos de la reunión a cargo de Grupo HAME					
58		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Peten, en relación con la planificación de propuestas de reactivación de la actividad turística con otras regiones relevantes	1	Evento	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	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 Promover el intercambio de experiencias entre las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	5	8	8	En marzo se realizó un evento en modalidad virtual entre Escuelas de Especialidad. Modalidad presencial pendiente de ejecutar.					
Oficina Subregional VII - Huehuetenango y Quiché																																	
59		Actividades de intercambio para la gestión y organización del sector turístico de Huehuetenango	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	N/A	4.1.2.6.1 Promover el intercambio de experiencias entre las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	8	Debido a reorganización del trabajo de la oficina regional y la reciente asignación del delegado subregional para Huehuetenango, se ha replanteado para continuar con el desarrollo de la actividad se prevé utilizar en el mes de septiembre.					
60		Reuniones para elaboración de Plan de Desarrollo Turístico de los 10 municipios fronterizos de Huehuetenango	3	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	N/A	4.1.2.6.1 Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	8	Debido a la reorganización del trabajo de la oficina regional y la reciente asignación del delegado subregional para Huehuetenango, se ha replanteado para continuar con el desarrollo de la actividad se prevé utilizar en el segundo semestre a partir del mes de agosto.					
61		Reuniones con el sector turístico de Huehuetenango y Quiché	8	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	N/A	4.1.2.6.1 Fortalecer las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	8	Debido a reorganización del trabajo de la oficina regional y la reciente asignación del delegado subregional para Huehuetenango, se ha replanteado para continuar con el desarrollo de la actividad se prevé utilizar en el segundo semestre a partir del mes de agosto.					
62		Festivales culturales con talleres artesanales	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	N/A	4.1.2.6.1 Promover el intercambio de experiencias entre las instituciones receptoras del turismo mediante el impulso del Plan Maestro para el Turismo Sostenible	1	8	8	Debido a reorganización del trabajo de la oficina regional y la reciente asignación del delegado subregional para Huehuetenango, se ha replanteado para continuar con el desarrollo de la actividad se prevé utilizar en el segundo semestre a partir del mes de agosto.					

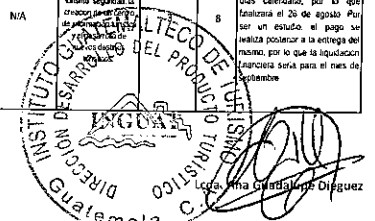


No.	Proyecto subproyecto	Código de actividad	2021-2022										Avance de la meta por trimestre										Indicador										Observaciones
			Unidad de Medida	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje									
1	Información física y virtual a través de CEDITUR y Biblioteca		225	Personas	85	37.8%	136	60.4%	0	0.0%	221	98.2%	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	85/82 = 1.03 usuarios atendidos por día	136/54 = 2.12 usuarios atendidos por día	55/62 = 0.88 usuarios atendidos por día	221/146 = 1.51 usuarios atendidos por día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0							
225			Hombres	58	66.2%	105		0	#DIV/0!	163	74%																						
			Mujeres	27	31.8%	31		0	#DIV/0!	58	26%																						
225			Mayas	0	0.0%	0		0	#DIV/0!	0	0%																						
			Xincas	0	0.0%	0		0	#DIV/0!	0	0%																						
			Ladinas	85	100.0%	136		0	#DIV/0!	221	100%																						
2			60 000	Usuarios virtuales (correos enviados y catálogo electrónico en línea)	21 622	36.4%	16 587	27.6%	0	0.0%	38 409	64%	Atención de usuarios virtuales	Usuarios virtuales/días de atención	20 000/82 = 243.90 usuarios virtuales atendidos por día	20 000/85 = 235.29 usuarios virtuales atendidos por día	20 000/89 = 250 usuarios virtuales atendidos por día	60 000/247 = 242.91 usuarios virtuales atendidos por día	21822/82 = 266.12 usuarios atendidos por día	16567/54 = 259.17 usuarios virtuales atendidos por día	21822/82 = 266.12 usuarios atendidos por día	38409/146 = 263.07 usuarios atendidos por día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	0							
3			25	Empezar acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de Petén	25	100.0%	6	24.0%	0	0.0%	31	124.0%	Libros o documentos 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	25/82 = 0.30 libros día	6/64 = 0.09 libros día	25/82 = 0.30 libros día	31/146 = 0.21 libros día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Se agregaron 6 libros recibidos en calidad de donación.							
4			25	Empezar acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de La Antigua Guatemala	0	0.0%	54	216.0%	0	0.0%	54	216.0%	Libros o documentos 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	54/64 = 0.84 libros día	0	54/146 = 0.36 libros día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Se recibieron publicaciones periódicas en calidad de donación, por lo cual se incrementó la meta propuesta.							
5			25	Empezar acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de Quezaltenango	9	36.0%	54	216.0%	0	0.0%	63	252.0%	Libros o documentos 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	9/82 = 0.10 libros por día	54/64 = 0.84 libros día	9/82 = 0.10 libros por día	63/146 = 0.43 libros día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Se recibieron publicaciones periódicas en calidad de donación, por lo cual se incrementó la meta propuesta.							
6			25	Empezar acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación subregional de Panajachel	0	0.0%	55	220.0%	0	0.0%	55	220.0%	Libros o documentos entregados	Libros entregados/días hábiles mes	0	50/85 = 0.58 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	55/64 = 0.85 libros día	0	55/146 = 0.37 libros por día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Se recibieron publicaciones periódicas en calidad de donación, por lo cual se incrementó la meta propuesta.							
7			25	Empezar acervo bibliográfico de la Biblioteca de la Delegación Regional de Cobán	0	0.0%	55	220.0%	0	0.0%	55	220.0%	Libros o documentos procesados	Libros o documentos/días hábiles mes	25/82 = 0.30 libros día	25/85 = 0.29 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	55/64 = 0.85 libros día	0	55/146 = 0.37 libros por día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Se recibieron publicaciones periódicas en calidad de donación, por lo cual se incrementó la meta propuesta.							
8			25	Coordinar acciones para la implementación de la Biblioteca de la Delegación Regional de Izabal	0	0.0%	54	216.0%	0	0.0%	54	216.0%	Libros o documentos procesados	Libros o documentos/días hábiles mes	0	50/85 = 0.58 libros día	0	50/247 = 0.20 libros día	0	54/64 = 0.84 libros día	0	54/146 = 0.36 libros por día	4.5271 inversión en infraestructura para el turismo seguridad la creación de un centro de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	4	8	Se recibieron publicaciones periódicas en calidad de donación, por lo cual se incrementó la meta propuesta.							
9			4	Gestiones para obtención de ISBN (Número Internacional Normalizado para libros) para los libros o documentos producidos por INGUAT	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	4	8	No hubo solicitudes de ISBN por parte de las oficinas de la institución.						

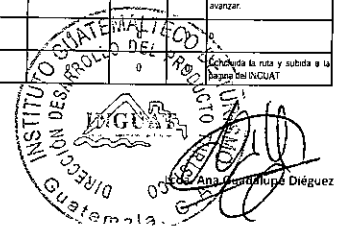




Nº	Producto o Subproducto	Servicio o actividad	2021												Indicador												Riesgo	En PNTS	GUB	Observaciones
			Unidad de Medida		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre		Avance de meta por trimestre											
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%										
2		Guía de actividades de Semana Santa de la Ciudad de Guatemala 2021 "El Pregón" y Alche de Semana Santa 2021	1	Guía	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0	0	0	0	0	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	El pago de la Guía de actividades de Semana Santa de la Ciudad de Guatemala 2021 El Pregón fue realizado por la Sección de Patrimonio Cultural, el trámite se realizó en etnes de p.c.a. Esta actividad se reprograma y trasladará a la Sección de Patrimonio Cultural.				
3		Proyecto de Política Pública de rescate y a las comunidades vulneradas en la construcción de Hidroeléctrica Chusoy	1	Gestión	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	3	8	8	La actividad se trasladó a Sección de Patrimonio Cultural de acuerdo a instrucciones de ODPT				
4		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 productivos y la práctica de actividades realizadas al turismo	15	Reuniones	4	26.7%	0	0%	0	0%	4	26.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	8	8	La actividad se elimina de ODPT y queda solo en DDI, el recurso económico la ODPT lo asigna				
5		Turismo para todos pago de membresía ISTO	1	Membresía	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	8	8	No hubo incremento de monto de membresía por consideración al tema de pandemia.				
6		Evento de Turismo Social en conjunto con ISTO	2	Eventos	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	2	8	8	La actividad se trasladó a la Sección de Estudios y Proyectos, de acuerdo a instrucciones de ODPT				
7		Membresía de Organización Mundo Maya-OMM	1	Membresía	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	No hubo incremento de monto de membresía				
8		Participación en ferias, congresos, capacitaciones, cursos y reuniones en el exterior	2	Eventos	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3	8	La actividad se trasladó a la Unidad de Calidad y Sostenibilidad Turística, de acuerdo a instrucciones de ODPT y el recurso económico lo ODPT lo asigna.				
<b>DEPARTAMENTO DE PLANTEAMIENTO TURÍSTICO UNIDAD DE SUPERVISIÓN DE PROYECTOS Y UNIDAD DE CARTERA DE PROYECTOS</b>																														
1		Mantenimiento y reparación de muro de contención tipo gavión Monumento Castillo de San Felipe de Lara	1	Proyecto	0.03	3%	0.01	10%	0	0%	0.04	4%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3	8	8	El proyecto de bases ya fue realizado y estamos a la espera de iniciar con el proceso de revisión por parte del Departamento Jurídico. Asimismo se necesita contar con el aval del CONAP, MAREN a través de una resolución adjuntar				
2		Estudio y propuesta de diseño estructural para mejoramiento de muro de contención tipo gavión para recuperación de la península del Monumento Castillo de San Felipe de Lara.	1	Proyecto	0.325	33%	0.425	42.5%	0	0%	0.75	75%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3	8	8	El plazo para la realización del estudio inició el 26 de Mayo de 2021 con una duración de 90 días calendario, por lo que finalizará el 26 de agosto. Por ser un estudio, el pago se realiza posterior a la entrega del mismo, por lo que la liquidación financiera será para el mes de septiembre				



Nº	Producto subproyecto	Sector	Modalidad	Año	Avance de meta por trimestre								Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Indicador								Riesgo	Eje	Objeto	Observaciones	
					2021		2022		2023		2024				2021		2022		2023		2024						
					Completado	%	Completado	%	Completado	%	Completado	%			1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre	3º Cuatrimestre	Avance	1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre	3º Cuatrimestre	Avance					
3	Mantenimiento y reparación de plaza primer nivel exterior lobby edificio central de INGUAT		Proyecto	1	0.075	8%	0.035	3.5%	0	0.0%	0.11	11%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.7.1 Iniciar en el mes de mayo la ejecución de un contrato de obra de mantenimiento y reparación de la plaza primer nivel exterior lobby edificio central de INGUAT.	3	8	El evento fue adjudicado por Q.445,000.00, se encuentra en proceso de firma de contrato y emisión de resolución de aprobación previa a iniciar con la ejecución de los trabajos. El tiempo de ejecución es de 3 meses, los pagos se realizarán de la siguiente manera: * 20% de anticipo una vez firmado el contrato y contar con resolución de aprobación.	
4	Mantenimiento y reparación de Museo de Estructuras Zacapa		Proyecto	1	0	0%	0.1	10.0%	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	4.5.2.7.1 Iniciar en el mes de mayo la ejecución de un contrato de obra de mantenimiento y reparación de la estructura del Museo de Estructuras Zacapa.	3	8	Derivado de opinión técnica dada por auditoría interna, el proyecto se enfocará a obtener número de SINP ante SEGEPLAN. Para ello se recibirá la actualización del EIA, se elaborará el Plan de Acción de CONRED, actualización de planificación y presupuesto.	
SECCIÓN DE ESTUDIOS Y PROYECTOS																											
1	Geoportul turístico de sitios de interés turístico		Datos	200	53.00	27%	135	67.5%	0	0.0%	188	94%	Actualización de Geoportul Turístico	$(\text{Datos ingresados} / \text{Total de datos del geoportul}) * 100$	$(60/12023) * 100 = 0.5\%$	$(80/12103) * 100 = 0.66\%$	$(60/12163) * 100 = 0.49\%$	$(200/12163) * 100 = 1.64\%$	$(53/12016) * 100 = 0.44\%$	$(512/151) * 100 = 1.34$	$(12/140) * 100 = 1.42$	$(12/151) * 100 = 1.32$	4.1.2.6 Aprovechar las conexiones del país para incrementar el turismo impulsando una estrategia de Estado permanente con el sector privado.	3	8	0	
2	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.	Departamento	3.00	25%	3	25.0%	0	0.0%	5	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	4.5.2.7.1 Aligned la imagen del país y crear la marca que se exhibe en los que competirá a nivel internacional.	3	8	Este mes de julio no se reportan realizaciones de murales.	
		Murales	40.00	17%	27	11.3%	0	0.0%	67	28%	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	
3	Revalorización del patrimonio del Pueblo Pintoresco de Quezaltenango		Tramos priorizados	1	0.00	0%	0.1	10.0%	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	4.5.2.7.1 Aligned la imagen del país y crear la marca que se exhibe en los que competirá a nivel internacional.	3	8	Se envió un correo a DECORBC MCO de Quezaltenango informando sobre el compromiso de INGUAT en el programa de Pueblos Pintorescos. DECORBC había parado el trabajo pero dio el Voto para continuar con el proceso. Se realizó reunión el 2 de julio para ver los avances de entrega aplicados y otros aspectos relacionados en la ruta y en la agenda cultural. Entregaron el cronograma de aplicación de la primera el 29/7/21. El recurso programado por el Q.41,358.00, adjudicado al sistema Gestecompra Q.41,358.60, saldo disponible Q.5.40.	
4	Mapa virtual Mundo Maya		Mapa	1	0.00	0%	0.1	10.0%	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	0	0	0	Solo se ha recibido información parcial de los 4 gases. Pendiente reunión con la comisión técnica del QUM para definir líneas a seguir para avanzar.	
5	Ruta Bicentenario 3 nivel nacional		Ruta	1	0.10	10%	0.25	25.0%	0	0.0%	0.35	35%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	Se envió un correo a DECORBC MCO de Quezaltenango informando sobre el compromiso de INGUAT en el programa de Pueblos Pintorescos. DECORBC había parado el trabajo pero dio el Voto para continuar con el proceso. Se realizó reunión el 2 de julio para ver los avances de entrega aplicados y otros aspectos relacionados en la ruta y en la agenda cultural. Entregaron el cronograma de aplicación de la primera el 29/7/21. El recurso programado por el Q.41,358.00, adjudicado al sistema Gestecompra Q.41,358.60, saldo disponible Q.5.40.	
6	Ruta Bicentenario de la Ciudad de Guatemala		Ruta	1	0.50	50%	0.5	50.0%	0	0.0%	1	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	Se envió un correo a DECORBC MCO de Quezaltenango informando sobre el compromiso de INGUAT en el programa de Pueblos Pintorescos. DECORBC había parado el trabajo pero dio el Voto para continuar con el proceso. Se realizó reunión el 2 de julio para ver los avances de entrega aplicados y otros aspectos relacionados en la ruta y en la agenda cultural. Entregaron el cronograma de aplicación de la primera el 29/7/21. El recurso programado por el Q.41,358.00, adjudicado al sistema Gestecompra Q.41,358.60, saldo disponible Q.5.40.	



Nº	Producto o subproducto	Servicio o actividad	2021	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre						Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Indicador								PGE	Fin. PNTS 2018-2023	2008	Observaciones		
						1º trimestre		2º trimestre		3º trimestre				Anual		Avance trimestral 2021				Avance cuatrimestral 2021							
						Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Cantidad	%	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	Anual	1º trimestre	2º trimestre					3º trimestre	Anual
7		Programa para el monitoreo y captura de datos para fortalecer el inventario turístico por parte de los Delegados Regionales	12	Espacio de trabajo	1.00	8%	1.4	117%	0	0.0%	2.4	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	Se concluyó el visor para el monitoreo y captura de datos del territorio de Peten y Quetzaltenango.		
8		Programa de Turismo Interno	9	Transporte tipo pulman	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	0	0	0	Previsto para realizarse en los meses de septiembre a noviembre. Asignación Q.60,000.00 más en recurso financiero		



No.	Proyecto subproyecto	Sustentabilidad	2021										Avance de meta por trimestre										Avance de meta por trimestre										PGR	PUNTO DE CORTES	OBSERVACIONES
			Unidad de medida	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance	Meta	Avance						
<b>Mapas guías turísticas departamentales</b>																																			
9		Mapa guía turístico del departamento de Guatemala en desarrollo GIS con su respectivo casco urbano, textos y fotografías	1	Documento	0.3	30%	0.7	70.0%	0	0.0%	1	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	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6 Aprovechar las condiciones del país para acrecentar el turismo impulsando un turismo de Estado juntamente con el sector privado	3	8	Se concluyó el desarrollo del mapa guía en GIS, los textos, el Departamento de Promoción se hará cargo del diseño gráfico	
10		Mapa guía turístico del departamento de Alta Verapaz en desarrollo GIS con su respectivo casco urbano, textos y fotografías	1	Documento	0	0.0%	0.3	30.0%	0	0.0%	0.3	30.0%	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	4.1.2.6 Aprovechar las condiciones del país para acrecentar el turismo impulsando un turismo de Estado juntamente con el sector privado	3	8	0		
<b>Planes de Desarrollo Turístico</b>																																			
11		Plan de Desarrollo Turístico de municipio de Santiago Atitlán, Soledad	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	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 al turismo, seguridad al turismo, seguridad al turismo y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	3	8	El Sr. Alcalde envió el oficio de rúbrica. Se envió la invitación para concertar. Se recibieron los oficios el viernes 18 de junio Del 21 al 25 de junio se realizaron las ofiadas. El 29 de junio se entregó la evolución de las ofiadas. Primera semana de julio se equivo la consulta y se inicia el proceso de contratación. De agosto a noviembre 14 meses el desarrollo del PDTM.			
<b>SECCION DE PATRIMONIO CULTURAL</b>																																			
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	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	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	800 00 / 1 = Q7 800	0	0	Q7 800.00 / 1 = Q7 800.00								Impulsar acciones para potenciar el sector turístico por medio del mantenimiento de los centros turísticos, las zonas de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la implementación de la infraestructura aeroportuaria y las zonas turísticas. Así como, el impulso de nuevos destinos de turismo como el ecoturismo y el turismo de MIPYMES de turismo.	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	3	27.3%	2	18.2%	0	0.0%	5	45.5%	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	Q21 750 / 3 = Q7 250	Q9 975 / 2 = Q4 987.50	0	Q31 725 / 5 = Q6 345.00								Compra de tres reconocimientos para un Reto cultural organizado por la Municipalidad de Guatemala.	3	8			

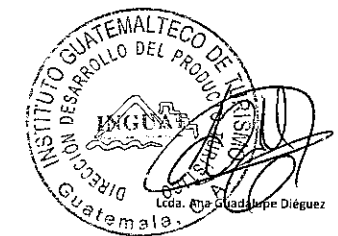




No.	Producto Subproducto	Servicio/Actividad	Avance de meta por Cuatrimestre										Indicador										POO	Iniciado 2021	Cierre 2021	Observaciones			
			2020		I		II		III		IV		2021		I		II		III		IV								
			Meta	Unidad de Medida	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%							
Acciones del productor/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%	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		Festival de Gastronomía de Sacatepéquez	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
5		Cuarto festival gastronómico de Petén	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
6		Cuarto festival gastronómico de Retalhuleu	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
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 Cocán 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 Quetzaltenango (chocolate)	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 Salcajá, Quetzaltenango	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 (sheca)	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 (marías)	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 Solá (café)	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
14		Festival del Nispero, 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
SECCIÓN DE PATRIMONIO NATURAL																													
1			Impresión de documentos técnicos y normativos para la gestión y manejo de la visita 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	41261 Impulso de nuevos clubes de turismo como el ecoturismo la diversificación de la oferta turística alianzas estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado la implementación de programas de cooperación. 41221 Fomento del turismo rural comunitario a través de la promoción del ecoturismo.	8	8	La impresión de estos documentos se ha planificado como cooperación con las instituciones de CONAP e INAB, entidades que aun están pendientes de ingresar sus solicitudes de forma oficial al INGUAT con los respectivos antes finales. Por los atrasos de parte de las instituciones interesadas la ejecución de estos fondos serán efectivos en el 3er. cuatrimestre
UNIDAD DE DISEÑO																													
1		Elaboración de proyecto para mejoramiento de facilidades turísticas en diferentes regiones de la república. Realizado por profesionales de la Unidad de Diseño y Supervisión del Departamento de Planeamiento Turístico	4	proyectos	12	30.0%	16	40.0%	0	0.0%	28	70.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	41261 Impulsar acciones para potenciar 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, incorporación y las zonas turísticas.	3	8	Proyectos finalizados * Anteproyecto nuevo gimnasio trabajadores de INGUAT * Anteproyecto nuevo módulo de información Aeropuerto La Aurora * Proyecto plaza central de INGUAT * En proceso el diseño de facilidades del Parque Nacional Castillo de San Felipe de Lara	



No.	Producto subproducto	Estado de actividad	2021										Indicador		RCC	Eje MTR 2016-2022	OBSERVACIONES									
			Meta		Avance de meta por cuatrimestre				Avance de meta por trimestre																	
			Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Descripción del indicador	Fórmula del indicador	1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre				3º Cuatrimestre	Anual	1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre	3º Cuatrimestre	Anual			
2	Elaboración de proyecto para mejoramiento de facilidades turísticas en diferentes regiones de la república. Realizado mediante la modalidad de compra directa por oferta electrónica	2	proyectos	0.2	10.0%	0.7	35.0%	0	0.0%	0.9	45.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.1 Impulsar acciones para promover el sector turístico por medio del mantenimiento de los caminos rurales, las vías de acceso y la señalización, el fortalecimiento de la seguridad turística, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las zonas turísticas.	3	8	En ejecución el proyecto de Restauración del Monumento Castillo de San Felipe de Lara, para un tiempo de 90 días calendario contados a partir del 04 de mayo de 2021. Se impidió el proyecto de Refugio del Ceibal en San Rafael Pie de la Cuesta, se inicio planificación, plazo de 90 días.  Adicionalmente se adjudicaron 2 proyectos: * Proyecto de facilidades turísticas en el Cerro El Buel Quetzaltenango. * Realización de topografía en Parque Nacional Castillo de San Felipe de Lara.





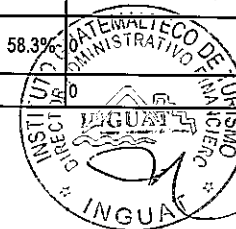
No.	Producto o subproducto	Servicio o actividad	Avance de hitos por trimestre										Indicadores										Observaciones	Estatus	Fecha	Otras acciones					
			Meta	Unidad de medida	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV											
4	Informe de verificación en calidad turística a personas jurídicas e individuales	Verificación inicial nuevas empresas	11	Documento (Sello Q y Sello Q Verde)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de verificación en Calidad turística	(No. de empresas con verificación inicial / No. de Asistencias Técnicas) * 100	0	(18/16)*100= 100%	0	(18/16)*100= 100%	0	0	0	0	41261-Generar contenidos para arranque de negocio por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones inspectores y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad	5	8	Se está a la espera de la firma del convenio entre INGUAT e INTECAP para dar inicio con el proceso de los Sellos de Calidad Turística.					
			5	Documento (SICCS)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
		Documento de verificación de buenas prácticas sanitarias aplicadas en el turismo	300	Entidad	136	45.3%	17	5.7%	0	0.0%	153	51.0%	Porcentaje de verificación en buenas prácticas sanitarias	No. De empresas verificadas / No. de empresas asesoradas que no han sido verificadas	(136/1064)*100= 12.78%	(100/1402)*100=7.133%	(100/1402)*100=7.133%	(300/1402)*100=21.398%	(136/1064)*100= 12.78%	(17/1686)*100= 1.008%	0	(153/1886)*100= 9.075%									
			Verificación inicial renovaciones	31	Documento (Sello Q y Sello Q Verde)	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					5	8	Se está a la espera de la firma del convenio entre INGUAT e INTECAP para dar inicio con el proceso de los Sellos de Calidad Turística.		
		Verificación final nuevas empresas	11	Documento nuevas empresas (Sello Q y Sello Q Verde)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	Porcentaje de empresas que llegan a la verificación final	(No. de empresas con verificación final / No. de empresas con verificación inicial) * 100	(11/16)*100=68.75%	(5/16)*100= 31.25%	(16/16)*100=100%	(16/16)*100=100%	0	0	0	0									
			5	Documento nuevas empresas (SICCS)	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	5	8	0	
		Verificación final renovaciones	71	Renovaciones (Sello Q y Sello Q Verde)	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		
			20	Renovaciones (SICCS)	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
		5	Personas jurídicas e individuales con distintivo de calidad turística	Nuevas empresas con Sello Q	10	Entidad	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	0	0	0	0	0	0					0	41261-Generar contenidos para arranque de negocio por medio de alianzas estratégicas entre las instituciones inspectores y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad	5	8	Se está a la espera de la firma del convenio entre INGUAT e INTECAP para dar inicio con el proceso de los Sellos de Calidad Turística.
					Nueva área protegida o sitio arqueológico con Sello Q verde	1	Entidad	0	0.0%	0	0.0%	0			0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0					0				
Nuevas empresas con SICCS	5			Entidad	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	5	8	0								
Renovación Sello Q en empresas	70			Entidad	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	5	8	Se está a la espera de la firma del convenio entre INGUAT e INTECAP para dar inicio con el proceso de los Sellos de Calidad Turística.							
Renovación Sello Q verde en área protegida o sitio arqueológico	1			Entidad	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	5	8	0							
Renovación SICCS a empresas	20			Entidad	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						



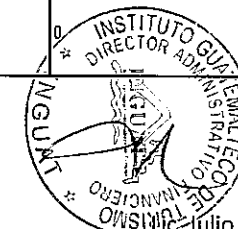
**Actividades Centrales**  
**Matriz de Gestión por Resultados , Plan Operativo Anual 2021**

Julio acumulado

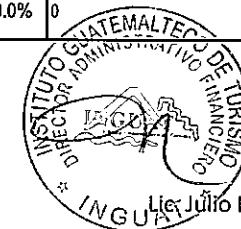
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
1	Informes cuatrimestrales de gestión para SEGEPLAN.	3	informes	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	2	67%	Enero: se subió al SIPLAN y se entregó el 3er. informe cuatrimestral 2020. Mayo: 1er. Informe cuatrimestral 2021 (SIPLAN).
2	Participar en diferentes reuniones, como mesas, Dirección, GABECO, etc.	Variable	Reuniones	15		13		0		28		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	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	Se solicitó la memoria de labores 2020 a las unidades administrativas a través de memorándum 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		1		0		6		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. Mayo: Informe rendición de cuentas, I cuatrimestre.
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	3		0		0		3		0
	Realizar presentaciones al despacho superior.	variable	Documento (s)	1		0		0		1		0
	Modificaciones.	variable	documento	1		0		0		1		0
	Definir formatos a utilizar para el seguimiento anual.	variable	Formatos	6		0		0		6		Se realizó una matriz para cada Dirección
	Informe mensual de avance del Programa de Actividades Centrales.	12	Matrices	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	
	Matriz tipo semáforo	variable	Matrices	0		3		0		3		



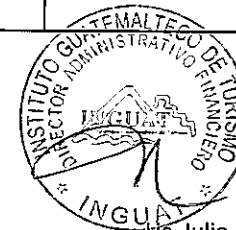
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
6	Plan Operativo Anual y Multianual 2022-2026											
	Llevar a cabo las acciones previas a la planificación, participación en reuniones de trabajo con la SEGEPLAN y Dirección de Presupuesto del Ministerio de Finanzas Públicas.	variable	Documento(s)	1		0		0		1		0
	Reuniones comisión POA.	variable	reuniones	3		1		0		4		0
	Presentación del Plan Operativo Anual y Multianual 2022-2026	1	Plan	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	0
7	Brindar apoyo técnico para la elaboración y actualización de los procedimientos.	variable	Procedimientos aprobados	6		2		0		8		<p>Marzo: MP-PRO-01 v4, Procedimiento de contratación de productos y/o servicios de promoción y publicidad en el extranjero. MP-PRO-03 v1, Procedimiento de contratación y pago de servicios para la participación del INGUAT en ferias internacionales en el extranjero.</p> <p>Abril: MP-PRO-01 v5, Procedimiento de contratación y solicitud de pago de productos y/o servicios de promoción y publicidad en el extranjero. MP-PRO-03 v2, Procedimiento de contratación y pago de servicios de área de exhibición y participación, uso de plataforma virtual, servicio de diseño, montaje, decoración y desmontaje de stand, relaciones públicas, actividades BTL y publicidad de Guatemala para la participación como destino turístico del INGUAT en ferias internacionales. MP-DA-03 v1, Procedimiento para el control de la telefonía móvil y equipos electrónicos. MP-DA-04 v1, Procedimiento para la contratación de arrendamientos de edificios y locales</p> <p>Julio: MP-DF-10, v2, Procedimiento para el reconocimiento de gastos por servicios técnicos y profesionales prestados por contratistas en el interior y/o exterior de la República. MP-DF-12, v1, Procedimiento de viáticos al interior y exterior del país.</p>
8		variable	Reuniones de procedimientos en proceso	10		22		0		32		



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	Atender las recomendaciones formuladas en los hallazgos y girar las instrucciones a las jefaturas correspondientes de esta dirección.	variable	Documento(s)	38		16		0		54		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	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
2	Pagar servicios de mensajería y fletes	12	Eventos de pago	3	25%	2	16.7%	0	0.0%	5	41.7%	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%	1	100%	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%	1	100%	0
6	Seguro para equipo electrónico de la institución.	1	Requisición	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	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%	1	100%	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	3	25.0%	3	25.0%	0	0.0%	6	50.0%	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	3	25.0%	4	33.3%	0	0.0%	7	58.3%	0
11	Realizar compras emergentes de bienes y servicios del Departamento Administrativo.	12	Informes	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	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	12	33.3%	9	25.0%	0	0.0%	21	58%	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

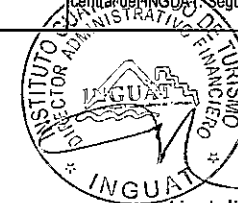


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones	
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual			
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%		
14	Compra de mobiliario	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	
15	Compra 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	4		3		0		7		0	Julio: Servicio de mantenimiento de aires acondicionados, desodorizadores, elevadores, fumigación y lavandería del edificio central del INGUAT
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	2		1		0		3		0	
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 Saravia, el Centro Recreativo para Trabajadores del INGUAT-CRI-, delegaciones nacionales, oficinas regionales y subregionales.	12	Informe	4		3		0		7		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	4		3		0		7		0	Julio: 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. (Las cantidades del Museo son cantidades estimadas ya que aun no se han emitido las facturas)

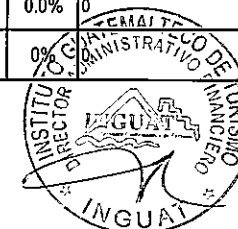




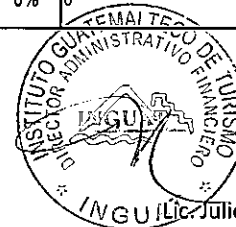
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
21	Servicio de extracción de basura en el edificio central INGUAT, Mercado de Artesanías, Delegaciones nacionales, Regionales y Sub Regionales.	12	Eventos de pago	4		3		0		7		Junio: extracción de la basura del edificio central de INGUAT, Mercado de Artesanías y CRI.
22	Cargo por servicio de agua potable	12	Requisición	4		3		0		7		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	4		3		0		7		Abastecimiento de agua purificada a los empleados del edificio central del INGUAT.
24	Servicio de cable para el edificio central de INGUAT.	12	Requisición	4		3		0		7		Servicio de cable en la sala de reuniones y Jefatura de la Dirección de Mercadeo y en la Garita del sótano 1 del edificio central del INGUAT
25	Contratación externa para los servicios de conserjería.	12	Requisición	4		3		0		7		Julio: servicio de conserjería del edificio central del INGUAT, Oficina de información Turística de Chichicastenango, Oficina de información Turística de Esquipulas y Modulo de Turismo del Aeropuerto
26	Compra de material eléctrico, material de fontanería, insecticidas, plantas, pintura, material para trabajos de tablayeso, materiales de construcción, madera, materiales para cielo falso, material de ferretería y cualquier otro material para tener en existencia para realizar reparaciones y mantenimiento del edificio central de INGUAT, delegaciones nacionales, oficinas regionales y subregionales.	11	Requisiciones	4		3		0		7		18 Tablas de cedro cepillado de 12**1**9", grosor de 1" terminado, 12 Tablas de pino cepillado de 12**1**10", grosor de 1" terminado, 8 Tablas de ciprés cepillado de 12**1**10", grosor de 1" terminado y 6 Planchas de plywood tipo sangre de 4**1/4**8" la compra de madera para realizar trabajos en el taller de carpintería del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.
27	Servicio de Desinfección para el Edificio Central de INGUAT y vehículos	22	Requisiciones	7		2		0		9		Desinfección del edificio central y delegaciones departamentales del Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT.
28	Servicio de recolección de desechos médicos, en la clínicas médica y odontológica del edificio central de INGUAT.	12	Eventos de pago	4		3		0		7		Por el servicio de recolección de desechos biológicos de las clínicas del edificio central de INGUAT.
29	Servicio de alcantarillado en el edificio central de INGUAT.	12	Requisición	3	25.0%	4	33.3%	0	0.0%	7	58.3%	Junio: servicio de alcantarillado del edificio central de INGUAT. Según contador No. 80050



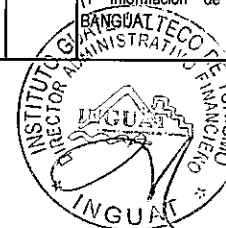
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>SECCIÓN DE ALMACÉN</b>												
30	Operar el módulo de Almacén General en el Sistema de Gestión Administrativa -SIGAD-	12	Informes	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	0
31	Empacar material promocional para diferentes actividades nacionales e internacionales.	Variable	Requisición	128		127		0		255		0
32	Compra de útiles de oficina	Variable	Compra directa	2		1		0		3		0
33	Compra de útiles de limpieza y productos sanitarios	Variable	Compra directa	2		8		0		10		0
34	Elaborar formas 1H, ingresos al almacén.	Variable	Informe	23		83		0		106		0
<b>SECCIÓN DE TRANSPORTES</b>												
35	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	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	Se realizaron 144 comisiones en el mes de Julio 2021 y se gasto Q11,600.00 en combustible.
36	Monitorizar a través del sistema del Global Positioning System -GPS- los vehículos pertenecientes a la institución.	12	Requisición	3	25%	3	25.0%	0	0.0%	6	50%	0
37	Compra de vales de combustible para los vehículos de la institución.	1	Cotización	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	0
38	Realizar mantenimiento y reparación a los vehículos de la institución.	Variable	Requisición	22		10		0		32		0
39	Compra de lubricantes, llantas y neumáticos entre otros para los vehículos de la institución.	Variable	Requisición	8		0		0		8		0
<b>UNIDAD DE PREVENCIÓN DE RIESGOS</b>												
40	Contratación externa para los servicios, seguridad y vigilancia.	12	Eventos de pago	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	0
41	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
42	Servicio y reparación de cámaras y grabadores NVR	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
43	Servicio y reparación del sistema de alarma de intrusión	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0



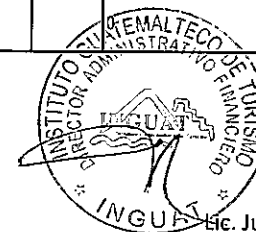
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
44	Servicio y reparación de arcos de detector de metales	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
45	Servicio y reparación del sistema de alarma de evacuación	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
46	Servicio de mantenimiento y reparación de otras maquinarias y equipo . (sistema de cámaras, alarma de intrusión, control de acceso, alarma de evacuación, alarma detección de incendios, arcos de detector de metales entre otras).	Variable	Requisiciones	4	0.0%	1	0.0%	0	0%	5	0%	0
47	Compra de cilindros de gas propano para uso en las diferentes delegaciones de la Unidad de Prevención de Riesgos	36	Requisiciones	12	33.3%	8	22.2%	0	0%	20	56%	0
48	Servicio de impresión de tickets para el control de ingresos y egresos de los vehículos en el Mercado de Artesanías.	1	Requisición	1	100.0%	0	0.0%	0	0%	1	100%	0
49	Compra de tarjetas electrónicas para uso de control de acceso en el sistema para los trabajadores y visitantes del edificio central de INGUAT.	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
50	Compra de una cámara PTZ 360 grados para el Mercado de Artesanías.	1	Requisiciones	1	100.0%	0	0.0%	0	0%	1	100%	0
51	Compra enrolador digital de huella para uso del sistema del control de acceso en Lobby del edificio central de INGUAT.	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
52	Compra de banderas de Guatemala para uso en las astas de la plazuela del edificio central de INGUAT y las diferentes delegaciones	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
53	Compra de rótulos de información informativa para el edificio central de INGUAT y las oficinas regionales de la institución.	1	Requisición	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
54	Compra de bebidas hidratantes para el personal que trabaja durante el Plan de Semana 2021 en el Castillo de San Felipe.	1	Requisición	1	100.0%	0	0.0%	0	0%	1	100%	0
55	Desarrollar el Plan de Prevención, Seguridad y Atención al Turista, Semana Santa 2021.	1	Plan	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
56	Informes de atención a visitantes en Semana Santa 2021.	Variable	Informe	1	0.0%	0	0.0%	0	0%	1	0%	0



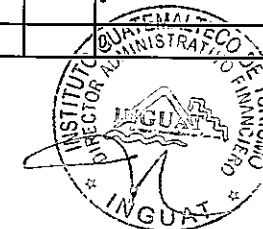
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
57	Informe de la comisión de emergencia.	Variable	Informes	0	0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	0
58	Reportes de incidentes.	Variable	Informes	1	0%	0	0.0%	0	0%	1	0%	0
59	Informes de supervisiones, comisiones.	Variable	Informes	4	0%	5	0.0%	0	0%	9	0%	0
<b>DEPARTAMENTO FINANCIERO</b>												
1	Tramitar pago por servicios Gubernamentales de Fiscalización	12	Requisición	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	0
2	Tramitar pago comisiones y gastos bancarios	Variable	Requisición	16		19		0		35		0
3	Publicar en el Diario de Centroamérica	Variable	Requisición	1		1		0		2		0
4	Tramitar pago de servicios envío de valores recaudados en el Castillo de San Felipe de Lara.	12	Requisición	2	16.7%	1	8.3%	0	0.0%	3	25.0%	Primer trimestre se pagó enero, febrero y marzo los meses de abril y mayo la empresa no ha facturado; julio no prestaron el servicio se esta realizando contrato administrativo
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	2		1		0		3		Autorización y habilitación libro de actas para inventarios, cuenta corriente. 50,000 formularios de pago 10% de hospedaje (mayo)
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	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	Compra de boleto aéreo Lcda. Ana Regina Consuegra
8	Pago parqueos de colizadores 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%	1	100%	0	0.0%	1	100%	0
10	Tramitar pago por servicios técnicos contables y otros estudios y/o servicios	Variable	Requisición	6	0.0%	9	0.0%	0	0.0%	15	0.0%	Servicios prestados del 15 al 28 de febrero 2021. Abril se paga mes completo de marzo
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	6	50.0%	3	25.0%	0	0.0%	9	75.0%	marzo (1 información mensual de la Sección de Cobros al Banco de Guatemala y 2 solicitudes adicionales de información de planta telefónica y compras de Mercadeo del renglón 121) abril (1 Información de oficio de Cobros a



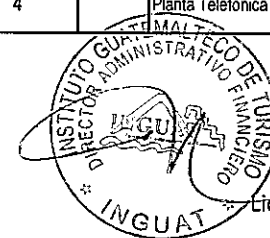
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
13	Informes de avances de proyectos	3	Informes	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	Se envió por correo electrónico
14	Comisiones al interior personal Departamento Financiero	21	Comisiones	4	19.0%	11	52.4%	0	0.0%	15	71.4%	Marzo, (Comisión al Castillo de San Felipe de Lara donde se atendió a asesores del Banco CHN con el objetivo de implementar mini agencia bancaria para el cobro de ingreso al atractivo.) Abril comisión a Petén por Inventarios. Mayo Rancho Nimajay inventarios, Julio Rancho Niaja
<b>SECCIÓN DE COBROS</b>												
1	Operar el sistema E-INGUAT.	12	Meses	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	0
2	Tramitar, elaborar y entregar solvencias de pago a empresas de hospedaje	Variable	No. de solvencias entregadas	70		39		0		109		0
3	Calcular Intereses por mora en ajustes de auditorías realizadas por el Departamento de Fiscalización	Variable	Documento	31		15		0		46		0
4	Elaborar reconocimientos de deuda	Variable	Convenios	5		6		0		11		0
5	Notificar multas generadas por la Sección de Registro y Verificación de Servicios Turísticos	Variable	Documento de Notificación	145		24		0		169		0
6	Realizar el cobro de intereses por pago extemporáneo del 10% sobre hospedaje	Variable	Operación registrada	26		62		0		88		0
7	Enviar recibos para el pago del Impuesto del 10% sobre hospedaje	Variable	Registro de cantidad de hoteles	75		449		0		524		0
8	Administrar la venta de tickets de ingreso al Castillo San Felipe de Lara.	Variable	Tickets de ingreso adultos	38,950		26,160		0		65,110		0
9		Variable	Tickets de ingreso niños	5,390		4,420		0		9,810		0
10		Variable	Tickets de ingreso extranjeros	510		620		0		1,130		0
11	Elaborar el traslado de Ingresos percibidos en el Castillo de San Felipe de Lara	Variable	Informe	50		12		0		62		0
12	Trasladar información solicitada a través de la Unidad de Acceso a la Información Pública.	Variable	Documento	5		3		0		8		0
13	Revisar y aplicar cargos y abonos por cambios de operaciones en el Sistema e-Inguat.	Variable	Informe	100		107		0		207		0



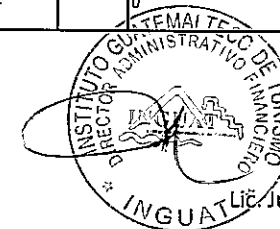
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
14	Emitir Informe mensual de ingresos por 10% de hospedaje, impuesto de salida del país vía aérea y marítima, Ingresos al Castillo de San Felipe de Lara y otros	12	Informe	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
15	Enviar notas de cobros a establecimientos morosos en el pago del 10% de Impuesto de Hospedaje	Variable	Notas de cobro	408		2788		0		3196		0
16	Elaborar reporte de estatus de arrendamientos de inmuebles propiedad de INGUAT	Variable	Oficios	9		35		0		44		0
17	Elaborar actualización de cuenta corriente por pago de Reconocimiento de Deuda	Variable	Documento	22		214		0		236		0
18	Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas.	Variable	Documento	3		5		0		8		0
<b>SECCIÓN DE CAJA</b>												
1	Administrar y manejar las cuentas bancarias del INGUAT.	Variable	Manejos	22		35		0		57		0
2	Realizar el pago a proveedores y empleados de la Institución.	Variable	Cheque emitido/pago realizado	492		524		0		1016		0
3	Atender los requerimientos de documentación de ingresos y egresos que solicite Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna.	Variable	Documentos entregados	19		13		0		32		0
4	Realizar la rendición de formas utilizadas por medio electrónico	12	Constancia de rendición	4	33.3%	4	33.3%	0	0%	8	67%	0
5	Rendición de la Caja Fiscal forma electrónica.	Variable	Documento	4		3		0		7		0
6	Generar reportes de tesorería conforme requerimientos específicos	Variable	Reporte electrónico	14		16		0		30		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
8	Realizar trámite de devolución de divisas.	Variable	Trámites realizados	0		0		0		0		0
9	Elaborar reporte de archivo de expedientes	8	Documento	0		3		0		3		En el primer trimestre se atendieron solicitudes de la CGC y Auditoría Interna.
10	Enviar oficios a entidades bancarias por las transferencias realizadas	Variable	Envíos	49		40		0		89		0
11	Recepcionar ingresos varios	Variable	Operaciones	893		647		0		1540		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 COMPRAS</b>												
SIGES, REGISTRO DE:												
Orden de compra, COM-DEV o CYD:												
1	Compras baja cuantía	Variable	OC, Com-Dev o CYD	147		157		0		304		0
2	Compras cotización	Variable	OC, Com-Dev o CYD	1		0		0		1		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		2		0		2		0
6	Arrendamientos	Variable	OC, Com-Dev o CYD	2		46		0		48		0
7	Honorarios (subgrupo 18)	Variable	OC, Com-Dev o CYD	36		156		0		192		0
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
Anexo orden de compra o COM-DEV:												
10	Pagos periódicos mensuales	Variable	Documento	109		218		0		327		0
<b>PROVIDENCIAS</b>												
11	Elaboradas para realizar contratos.	variable	Providencias	79		14		0		93		0
<b>GUATECOMPRAS (publicaciones)</b>												
12	Plan de Compras	Variable	Constancia publicación	1		2		0		3		0
13	Modificaciones internas Plan de compras	Variable	Documento	51		127		0		178		0
<b>NOG Cotización. De Q90,000.01 a Q900,000.00:</b>												
14	Apoyo en la elaboración de bases	Variable	Documento	1		9		0		10		Plazuela del Bicentenario en el edificio del INGUAT
15	Proyecto	Variable	Constancia publicación	1		5		0		6		0
16	Bases	Variable	Constancia publicación	2		2		0		4		Planta Telefónica

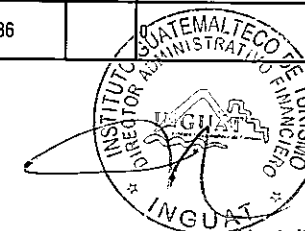


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
17	Adquisición directa por ausencia de ofertas	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
18	Contrato entregados por el Depto. Jurídico para publicar	Variable	Constancia publicación	2		2		0		4		0
19	Actas de juntas	Variable	Constancia publicación	1		4		0		5		0
20	Resoluciones	Variable	Constancia publicación	0		1		0		1		Seguro de vida y gastos médicos
21	Nombramientos	Variable	Constancia publicación	1		2		0		3		0
<b>NOG Licitación. De Q900,000.00 en adelante:</b>												
22	Apoyo en la elaboración de bases	Variable	Documento	2		6		0		8		Marca país y Museo de Estanzuela Zacapa
23	Proyecto	Variable	Constancia publicación	2		4		0		6		0
24	Bases	Variable	Constancia publicación	2		2		0		4		0
25	Adquisición directa por ausencia de ofertas	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
26	Contratos entregados por el Depto. Jurídico para publicar	Variable	Constancia publicación	1		2		0		3		0
27	Actas de juntas	Variable	Constancia publicación	3		4		0		7		0
28	Resoluciones	Variable	Constancia publicación	2		2		0		4		0
29	Nombramientos	Variable	Constancia publicación	1		6		0		7		0
30	Subasta inversa	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>Publicaciones varias:</b>												
31	Negociaciones entre Entidades Públicas.	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>NOG</b>												
32	Contrato exento de cotización (energía eléctrica)	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
33	Contratos de arrendamientos. Crear NOG	Variable	Constancia publicación	2		2		0		4		0

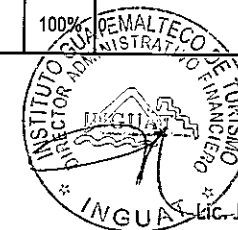




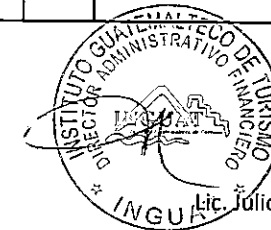
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
34	Anexos a NOG	Variable	Constancia publicación	98		152		0		250		0
35	Pagos al exterior NOG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		Unidad de Pagos al exterior, abrí no se gestionó pago.
36	Negociaciones entre Entidades Públicas NOG	Variable	Constancia publicación	0		0		0		0		0
<b>NPG:</b>												
37	Contratos de honorarios, compras modalidad baja cuantía, servicios básicos. Crear NPG	Variable	Constancia publicación	220		172		0		392		0
38	Anexos a NPG	Variable	Constancia publicación	38		240		0		278		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	2		10		0		12		0
35	Compra directa con oferta Electrónica NOG o NPG (Art. 32 LCE)	Variable	Constancia publicación	51		55		0		106		0
36	Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE). NOG o NPG	Variable	Constancia publicación	15		2		0		17		0
37	Contratos entregados por el Depto. Jurídico para publicar. NOG o NPG	Variable	Constancia publicación	21		5		0		26		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	13		10		0		23		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
<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	14		22		0		36		



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	%	
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	1		0		0		1		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	72		58		0		130		0
8	Tramitar reposición del Fondo	Variable	Documento	0		24		0		24		0
9	Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas.	Variable	Documento	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	449		400		0		849		0
2	Reposiciones del Fondo Rotativo de Viáticos	Variable	Reposiciones	18		15		0		33		0
3	Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas.	Variable	Documento	1		1		0		2		0
4	Número de cheques emitidos por el fondo rotativo interno de viáticos al exterior	Variable	Cheques	6		16		0		22		0
5	Reposiciones del Fondo Rotativo de Viáticos exterior	Variable	Reposiciones	1		2		0		3		0
<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%	1	100%	0

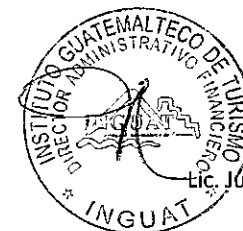


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
3	Elaborar y presentar Anteproyecto del Presupuesto para el ejercicio fiscal 2022.	1	Anteproyecto	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
4	Ejecutar en SIGES el ingreso de información mensual sobre metas.	12	Informes	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	0
5	Elaborar presentación de informes de gestión (reportes SICOIN).	3	Informes	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	2	66.7%	0
6	Traslado de informe cuatrimestral de los clasificadores temáticos género-población beneficiada (SEPREM, SEGEPLAN, Congreso de la República, Contraloría General de Cuentas).	3	Documento	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	2	66.7%	0
7	Ejecutar en SIGES Y SICOIN, modificaciones presupuestarias.	Variable	Modificaciones	10		7		0		17		(Aprobación modificación presupuestaria externa No.1)
8	Trasladar reporte de Ejecución Analítica Cuatrimestral (Contraloría General de Cuentas, Congreso y Contabilidad del Estado)	3	Informes	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	2	66.7%	0
9	Atender los requerimientos de documentación que solicite la Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna.	Variable	Oficios	5		3		0		8		0
10	Actualización en el control interno, de las asignaciones presupuestarias por ejecución de modificaciones presupuestarias, requeridas.	Variable	Documentos	8		7		0		15		0
11	Emisión de constancia de asignación presupuestaria para adquisición de bienes o contratación de servicios, en sus diferentes modalidades, conforme la legislación vigente.	Variable	Documentos	9		22		0		31		0
12	Creación y envío de pre-órdenes en sistema SIGES.	Variable	Documentos	265		203		0		468		0
<b>SECCIÓN DE CONTABILIDAD</b>												
1	Preparación de cierre contable y presupuestario.	1	Informes	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	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%	1	100%	0
3	Presentación de estados financieros correspondiente al ejercicio fiscal anterior (Publicación en Diario de Centro América)	1	Informes	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1	100%	0
4	Registrar CUR Contable	Variable	Cantidad de CUR Contable	126		130		0		256		0
5	Registrar CUR de Ingreso	Variable	Cantidad de CUR Ingreso	75		114		0		189		0

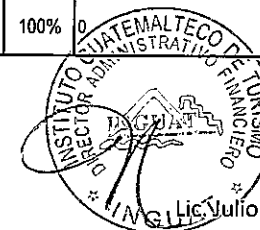


Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

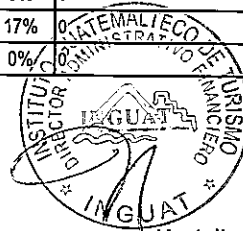
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
6	Registrar CUR de egresos (gasto)	Variable	CUR emitido de devengado	395		473		0		868		0
7	Aprobar la solicitud de pago por reposición de Fondo Rotativo Institucional	Variable	Cantidad de Reposiciones	6		9		0		15		0
8	Conciliación de impuestos retenidos de IVA e ISR a pagar	12	Conciliación de Impuesto retenido	4	33%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
9	Declaración anual de ISR	1	Declaración	1	100%	0	0.0%	0	0.0%	1	100%	0
10	Emitir certificación de resoluciones de cobro de impuesto 10% hospedaje	Variable	Certificaciones	184		188		0		372		0
11	Conciliaciones Bancarias de Cuentas	Variable	Conciliaciones	48		36		0		84		0
12	Cálculo de prestaciones laborales	Variable	Expediente	26		0		0		26		0
13	Informe de Inventario a Bienes del Estado (inventario).	1	Informe	1		0		0		1		0
14	Informes de Inventario Registros de bienes en el SICOIN (inventario).	Variable	Cantidad de Bienes registrados	6		51		0		57		0
15	Atender los requerimientos de documentación que solicite la Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna	Variable	Documentos	17		1		0		18		0
SIGES, REGISTRO DE:												
16	Indemnizaciones	Variable	OC, Com-Dev o CYD	45		9		0		54		0
17	IGSS	Variable	OC, Com-Dev o CYD	3		3		0		6		0
18	Montepío	Variable	OC, Com-Dev o CYD	3		3		0		6		0
19	Cargos bancarios	Variable	OC, Com-Dev o CYD	12		11		0		23		0
20	Nómina de horas extras	Variable	OC, Com-Dev o CYD	0		3		0		3		0
21	Gastos funerarios,	Variable	OC, Com-Dev o CYD	1		2		0		3		0
22	Gastos de Representación	Variable	OC, Com-Dev o CYD	4		0		0		4		A partir de abril 2021 RRHH paga los gastos de representación a través de GUATENOMINAS



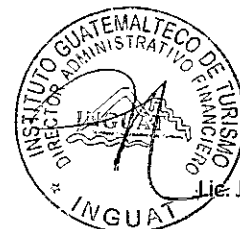
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
<b>DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN</b>												
<b>SECCIÓN DE COMPUTACIÓN</b>												
1	Enlaces de Internet para navegación institucional primario	12	Unidad	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
2	Segundo enlace de Internet para navegación institucional	12	Unidad	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
3	Tercer enlace de Internet para navegación institucional	12	Unidad	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	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	2	16.7%	2	16.7%	0	0.0%	4	33%	0
5	Licencias de virtualización para clúster de servidores	15	Licencia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
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%	1	100%	0	0%	1	100%	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%	1	100%	0	0%	1	100%	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%	3	150%	0	0%	3	150%	0
25	Servidor dedicado para visitguatemala.com y sus micrositos	1	Unidad	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0



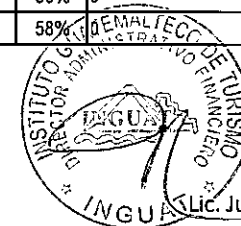
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
26	Servidor dedicado para inguat.gob.gt y sus microsítios	1	Unidad	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0
27	Dominios 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
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
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%	4	17%	0	0%	4	17%	0
39	Mantenimiento preventivo de escáner	6	Unidad	3	50%	0	0%	0	0%	3	50%	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-Ingua	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 microsítios	2	Soporte	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
47	Servicios técnicos para soporte página web visitguatemala.com y microsítios	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	9	15%	1	2%	0	0%	10	17%	0
50	Equipo de seguridad eléctrica UPS para usuarios	10	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	%	
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%	14	140%	0	0%	14	140%	0
53	Equipo de cañioneras 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%	13	65%	0	0%	13	65%	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%	1	25%	0	0%	1	25%	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
61	Relojes biométricos	1	Unidad	0	0%	3	300%	0	0%	3	300%	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	6	18%	4	12%	0	0%	10	30%	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%	1	50%	0	0%	1	50%	0
70	Cartucho de tinta multicolor.	200	Unidad	4	2%	94	47%	0	0%	98	49%	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%	5	50%	0	0%	5	50%	0
73	Tóner varios colores.	30	Unidad	4	13%	11	37%	0	0%	15	50%	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	2	4%	0	0%	0	0%	2	4%	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>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%	En proceso		0	0.0%	En proceso		En proceso
2	Desarrollar programas culturales y sociales.	14	Actividades	1	7.1%	2	14.3%	0	0.0%	3	21.4%	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	63		12		0		75		0
2	Aplicar e interpretar pruebas psicométricas y generar informes.	Variable	Informe	53		42		0		95		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
<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	19		9		0		28		0
2	Nómina de salarios	12	Nómina	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
3	Nómina de tiempo extraordinario	12	Nómina	0	0.0%	2	17%	0	0%	2	16.7%	0
4	Nómina de gratificación	1	Nómina	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	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%	1	100%	0	0%	1	100%	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%	1	50%	0	0.0%	1	50%	0
11	Nómina de bono médico	2	Nómina	0	0%	1	50%	0	0.0%	1	50%	0
12	Honorarios con cargo al renglón 029	12	Nómina	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	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	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	40		14		0		54		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		1		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		2		0		2		Se hizo una programación para el 2022 de Q27,111,794.62
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		1		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	1		2		0		3		Se hizo una programación para el 2022 de Q6,480,000.00
18	Archivo virtual	Variable	Archivo	16		13		0		29		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; y elaboración de cálculo de liquidación laboral para el pago correspondiente a través del Departamento Financiero.	Variable	Expedientes	34		15		0		49		0
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	6		4		0		10		0



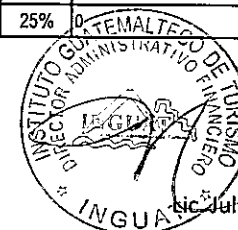
Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

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	%	
SECCIÓN DE CAPACITACIÓN												
1	Capacitación orientada a conocimientos administrativos	16	Cursos	2	12.5%	0	0.0%	0	0%	2	13%	Se pagó el curso de Planeación Estratégica y Prospectiva realizado en marzo 2021. En memorando No. 251-2021-DAF de fecha 6 de mayo de 2021, el Director Administrativo Financiero, solicita la reducción en la inversión en el Plan de Capacitación. En cursos de conocimientos quedan asignados 4 cursos. Se realizó la reprogramación en el PAC.
		Variable	Cursos gratuitos	13	0.0%	13	0.0%	0	0%	26	0%	Capacitaciones gratuitas: "Asesoría técnica en el proceso de priorización, negociación y contratación de la cooperación para el desarrollo" Módulo II: Sistema de control interno y gestión de riesgo en las entidades", "Primeros apoyos psicológicos en tiempos de Covid", "Cultura tributaria".
2	Diplomado de gerencia pública	4	Módulos	1	25.0%	2	50.0%	0	0%	3	75%	El diplomado de Gerencia Pública, consta de 4 módulos, INAP informo el 23 de julio que había concluido el módulo 3. El pago se realizará previo a finalizar el último módulo .
3	Curso de inglés	2	Módulos	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	0	0%	En memorando No. 329-2021-DAF de fecha 18 de junio de 2021, el Director Administrativo Financiero autoriza reprogramar dicho curso para el siguiente año.
4	Capacitación orientada a habilidades y/o destrezas	7	Cursos	3	42.9%	0	0.0%	0	0%	3	43%	Se publicó el evento de la contratación de una empresa que desarrolle la capacitación en línea de Excel, Word y Power Point el cual se declaró anulado, debido a que ninguna empresa cumplía con los términos de referencia. Próxima publicación en Guatecompras en proceso. Según reprogramación solicitada solamente quedarán 2 cursos.

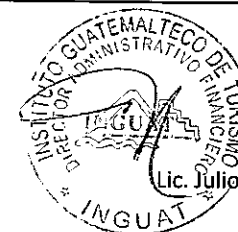


Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

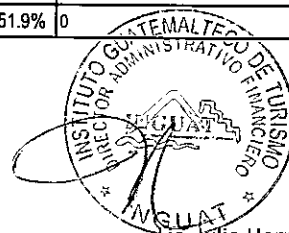
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
5	Capacitación orientada a actitudes	3	Cursos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	En memorando No. 251-2021-DAF de fecha 6 de mayo de 2021, el Director Administrativo Financiero, solicita la reducción en la inversión en el Plan de Capacitación. En cursos de actitudinal queda asignado 1 curso. Se realizó la reprogramación en el PAC
6	Programa de inducción general para el personal de nuevo ingreso, así como para personal que ha sido ascendido.	Variable	Talleres	8		5		0		13		Inducción al personal de nuevo ingreso y a personeros de la Contraloría General de Cuentas.
7	Diagnóstico de Necesidades de Capacitación	1	Diagnóstico	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0%	Durante los meses de junio y julio 2021, se ha publicado en Guatecompras, oferentes no cumplen con lo solicitado. Se están evaluando empresas para contratación directa.
8	Realización de actividades que fortalezcan la aplicación de los estándares y valores de la institución.	Variable	Actividad	3	0.0%	4	0.0%	0	0.0%	7	0%	Para las actividades se ha utilizado recurso humano. Se reforzó el valor de la Honestidad, enviando diapositivas con las conductas esperadas y se cerró el mes con el envío por correo electrónico de un video de youtube relacionado con el tema. Capacitación gestionada por el Comité de la Cultura de Servicio al Departamento de Tecnología de la Información sobre el "Uso de correo electrónicos Microsoft Outlook 2010".
9	Boletines de Recursos Humanos.	4	Boletines	1	25.0%	1	25.0%	0	0.0%	2	50%	Se realizó y publicó el boletín trimestral de abril a junio del 2021..
10	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	803		442		0		1245		0
2	Atención odontológica a los trabajadores y familiares directos.	Variable	Personas	150		88		0		238		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%	1	25%	0	0%	1	25%	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	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		2		0		2		0
8	Realizar requisiciones para útiles menores médico quirúrgicos	Variable	Solicitud de compras	1		3		0		4		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	4		3		0		7		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		2		0		3		0
12	Informe de los inventarios	12	Inventarios	1		2		0		3		0
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	1		0		0		1		0
15	Acciones para evitar en contagio de la COVID-19	12	Informes	1		7		0		8		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	98	49.0%	60	30.0%	0	0.0%	158	79.0%	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	98	49.0%	60	30.0%	0	0.0%	158	79.0%	0
3	Control en base a los mecanismos procedimentales internos.	Variable	Documento	4		3		0		7		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	97		60		0		157		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

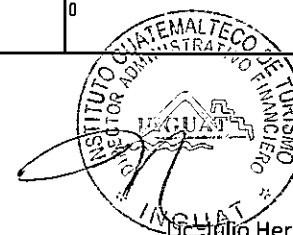


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
6	Efectuar la actualización mensual en el portal de transparencia, con la información 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	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	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	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58%	0
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
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	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	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	55	40.7%	36	26.7%	0	0.0%	91	67.4%	
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	55	40.7%	36	26.7%	0	0.0%	91	67.4%	0
3	Realizar informes de fiscalización.	135	Informes	36	26.7%	34	25.2%	0	0.0%	70	51.9%	0

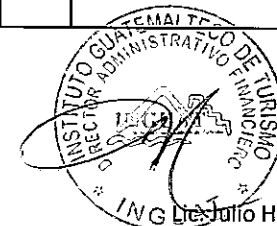


Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

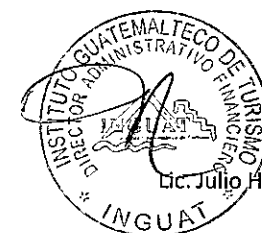
No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
4	Realizar presencias fiscales sorpresivas a los establecimientos de hospedaje con el fin de constar el correcto y oportuno traslado del impuesto del 10% sobre hospedaje	variable	Nombramientos	8		0		0		8		0
		variable	Presencias	417		0		0		417		0
		variable	Informes	3		0		0		3		0
5	Gestionar la autorización de resoluciones.	variable	Resolución	27		25		0		52		0
6	Atender consultas a empresarios hoteleros sobre el cálculo, retención y traslado del impuesto del 10% por hospedaje.	variable	Consultas atendidas	27		18		0		45		0
7	Elaboración de informes para la DAF	12	Informes	4		3		0		7		0
8	Foros Virtuales de Cultura Tributaria, impartidos a propietarios y personal administrativo de establecimientos de hospedaje de los diferentes departamentos del país.	3	Capacitaciones	0		1		0		1		En coordinación con el Ministerio de Economía, en febrero en la página <a href="https://asisehace.gt/">https://asisehace.gt/</a> , se habilitó dentro de servicios de hospedaje la explicación del cálculo del impuesto del 10% sobre hospedaje (contribuyente normal y del pequeño contribuyente).
9	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	5		18		0		23		0
2	Viáticos al interior y exterior del país.	Variable	Documentos	325		289		0		614		0
3	Viáticos liquidación al interior y al exterior del país.	Variable	Documentos	293		321		0		614		0
4	Liquidaciones y prestaciones laborales de personal que ya no labora para INGUAT.	Variable	Documentos	28		16		0		44		0
5	Planillas para reintegro de caja chica, pago a proveedores y liquidación de vales	Variable	Documentos	111		169		0		280		0
6	Liquidaciones de fondos en avance al interior y exterior.	Variable	Documentos	1		2		0		3		0
7	Revisión Procedimiento para el tramite de pago de Convenios de Aportes Económicos	Variable	Documentos	2		4		0		6		0
8	Realizar consultas con otras unidades administrativas de esta institución durante el proceso de revisión de documentos	Variable	Documentos	7		5		0		12		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>AUDITORIA INTERNA</b>												
1	Auditorías Financieras (incluyendo evaluaciones de control interno)	18	Informes de Auditoría	2		3		0		5	0	
2	Auditorías de Cumplimiento	6	Informes de Auditoría	1		4		0		5	0	
<b>DEPARTAMENTO JURIDICO</b>												
1	Asesorar en temas legales al Director General y Subdirector General.	Variable	Documento	39		31		0		70	0	
2	Brindar asesoría jurídica a todas las direcciones y departamentos del INGUAT.	Variable	Documento	38		92		0		130	0	
3	Emitir Opiniones Jurídicas solicitadas por los Despachos Superiores, Direcciones, Departamentos y Secciones de la Institución.	Variable	Documento	31		21		0		52	0	
4	Evacuar consultas y dictámenes legales, sobre cualquier asunto de interés para el INGUAT.	Variable	Documento	16		7		0		23	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	17		7		0		24	0	
6	Asesorar a las Direcciones y Departamentos de INGUAT en la redacción de anteproyectos de leyes y reglamentos.	Variable	Documento	19		2		0		21	0	
7	Elaborar contratos administrativos.	Variable	Documento	190		74		0		264	0	
8	Analizar, revisar y dar Visto Bueno cuando proceda a los acuerdos de Dirección General que trasladan los departamentos del INGUAT.	Variable	Documento	125		112		0		237	0	
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		5		0		18	0	
10	Elaborar demandas y/o denuncias y presentarlas en asuntos litigiosos del INGUAT.	Variable	Documento	130		236		0		366	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	152		482		0		634	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	%	
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	8		20		0		28		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	47		31		0		78		0
14	Dar seguimiento a los procesos penales en los cuales el INGUAT interviene.	Variable	Documento	8		10		0		18		0
15	Elaborar resoluciones de aprobación y rescisión de contratos.	Variable	Documento	182		74		0		256		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	8,842		3,518		0		12,360		0
17	Análisis, revisión y aprobación de las Bases de Cotización y/o Licitación.	Variable	Documento	22		38		0		60		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	151		58		0		209		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	192		63		0		255		0
20	Legalizar firmas y documentos oficiales solicitados por Dirección General y Departamento Administrativo de INGUAT	Variable	Documento	16		3		0		19		0
21	Certificar documentos a solicitud de la parte interesada.	Variable	Documento	17		5		0		22		0
22	Realizar trámite para inscripción y renovación de marcas a nombre de INGUAT.	Variable	Documento	9		12		0		21		0
23	Nombramiento por comisión en el exterior de la República en representación de INGUAT (Viático Exterior).	Variable	Documento	0		1		0		1		0
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	9		13		0		22		0



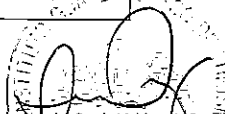


No.	Servicio o actividad	2021		Avance de meta por cuatrimestre								Observaciones
		Meta	Unidad de Medida	1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		Anual		
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
25	Sustanciar el trámite de los recursos de revocatoria y reposición interpuestos en contra de las resoluciones emitidas por los jefes de departamento y Director General del INGUAT.	Variable	Documento	11		6		0		17	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		3		0		4	0	
27	Alimentar la base de datos de los procesos administrativos y judiciales.	Variable	Documento	305		464		0		769	0	
28	Elaborar dictámenes que se deriven de procedimientos administrativos sancionatorios que se tramitan en el Departamento de Fomento Turístico.	Variable	Documento	141		178		0		319	0	
29	Elaborar resoluciones que se deriven de procedimientos administrativos sancionatorios que se tramitan en el Departamento de Fomento Turístico.	Variable	Documento	176		222		0		398	0	

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

Mercadeo Julio ac

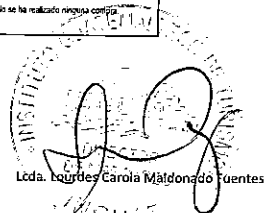
No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	Meta 2021	Unidad de medida	Avance del cumplimiento						Avance del cumplimiento	Descripción del indicador	Formulación del indicador	Avance del cumplimiento				Observaciones						
					1º trimestre		2º trimestre		3º trimestre					Avance del cumplimiento	2021		2020							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%					Cantidad	%	Cantidad		%					
1		Informe mensual de avance de la Dirección de Mercadeo	12	Informe	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	7	58.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	N/A	0		
<b>DESEMPEÑO DE PERSONAS</b>																								
1	Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias turísticas	Evento (presencial o virtual)	12	Evento	4	33.3%	1	8.3%	0	0.0%	5	41.7%	Inversión por negocio potencial y/o concretado	Gasta de participación en ferias / Total de negocios potenciales y/o concretados por el sector privado guatemalteco	Q339,500 / 250 = Q1,358.00	Q4,500,000 / 1,070 = Q4,205.61	0	S/D	0	S/D	4.12.6.1 - 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	Evento, febrero: No se participó en ninguna feria internacional. Marzo: Se realizaron 4 ferias virtuales. 1. Sembrar Cereza 2. ITB Berlin Now 3. Adventure Element 4. Espérgueta. No se reporta la inversión de cada una de las ferias por motivo que no han enviado las facturas originales con se debió apostilla para realizar los pagos. Así mismo, se debiera actualizar las indicaciones cuando se tengan los datos de la inversión de cada una de las 4 ferias virtuales. Abril: No se tuvo programado ferias internacionales en este mes. Aún están pendientes los trámites y datos correspondientes a las ferias de marzo. Mayo: Se participó en la feria internacional FITUR 2021 en Madrid, España del 19 al 23 de mayo de 2021. Asistieron 11 empresarios y 4 delegados de Guatemala, cobrando un total de estas potenciales de 185, 106 hombres y 80 mujeres internacionales. No se cubrió el monto monetario ya que, no se ha liquidado valores y no han enviado la factura por parte del proveedor. Junio: No se realizaron ferias internacionales en ninguna modalidad y no se tienen metas programadas para este mes. Julio: No haberse ferias internacionales y no estaban en planificación. Siguen datos pendientes por expedientes de pago en proceso.
			variable	Hombres participantes del sector privado	153		111		0		264													
			variable	Mujeres participantes del sector privado	98		86		0		164													
2	Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en caravanas y misiones comerciales (ruedas de negocios)	Evento (presencial o virtual)	4	Evento	2	50.0%	7	175.0%	0	0.0%	9	225.0%	Porcentaje de negocios potenciales y/o concretados en las caravanas turísticas	(Negocios potenciales y/o concretados por sector privado guatemalteco / Contactos mayoristas extranjeros) * 100	(19/26)*100= 73%	(45/60)*100= 75%	(83/7)*100= 900%	(33/72)*100= 44%	0	(9/79)*100= 12%	4.12.6.1 - 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	Evento y Febrero: no se han realizado caravanas por la emergencia mundial del covid-19. Marzo se realizó una rueda de negocios virtual con empresarios de Guatemala y Costa Rica acompañados de la Línea Aerea Volar. Se realizó exposición presentación de diseño de la mesa del Encuentro Empresarial y Rueda de Negocios con CAMATUR, Abril y Mayo no se realizó ninguna rueda de negocios. Junio se realizaron 5 ruedas de negocios (una virtual con empresarios de República Dominicana y 4 presenciales con empresarios de El Salvador en los diferentes destinos de: La Antigua Guatemala, Panajachel, Ciudad de Guatemala y Retalhuleu). Abril se realizaron dos ruedas de negocios de modalidad virtual, la primera con tour operadores de El Salvador y Hoteles de Guatemala. La segunda con empresarios del subsector de aviturismo (naturaleza) de Guatemala, Países Bajos y España. En las ruedas virtuales no se invierten recursos financieros. Las presenciales han sido cubiertas con recursos de Evento.
3	Activaciones promocionales BTL (stand con videos, imagen de país y se brinda información al público)	Evento	8	Evento	4	50.0%	1	12.5%	0	0.0%	5	62.5%	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 turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	Evento: No se realizó ninguna actividad BTL por la emergencia mundial COVID19. Febrero: no se ejecutó ninguna activación por las disposiciones sanitarias que no dejan la realización de eventos promocionales en centros comerciales. Marzo, se realizaron 2 activaciones de Guatemala en Cayala y 2 en Miraflores, por Semana Santa. La inversión la reporto eventos. Abril y Mayo: no se realizó ninguna activación BTL. Julio: activación en El Salvador, previo a las Fiestas Agrícolas, con inversión a 600 personas (pública directa); pendiente la inversión por temas de liquidación.	
4	Campañas Internacionales	Campaña	4	Campaña	1	25.0%	2	50.0%	0	0.0%	3	75.0%	Índice comparativo de ingreso 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	S/D	S/D	((158,485-475,691)/475,691)*100= -66.63%	(90,367-0)/0*100	0	((248,852-475,691)/475,691)*100= -47.69%	4.12.6.1 - 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	Evento, febrero: No se ejecutó campaña ni presupuesto. Marzo: No se ejecutó presupuesto. Se inició con la campaña de Semana Santa en El Salvador. Abril: Temática campaña de Semana Santa. El pago se efectuó como entrega de expedientes a conformidad en el siguiente mes. Mayo: Se ejecutó 1 pago a CINECINCO TV LLC (redes de empresas de abastecimiento en Avance 2020-2021). Inició la campaña en Estados Unidos, México y El Salvador en medios impresos, digitales, exteriores y televisivos, creatividad y acciones para campañas publicitarias. Junio: inició la campaña en Estados Unidos en medios digitales. Julio: seguimiento de campaña Digital y Campaña en Estados Unidos, México y El Salvador en medios impresos, digitales, exteriores y televisivos, creatividad y acciones para campañas publicitarias; primero y segundo pago de cinco, en trámite. Las campañas ejecutadas y en ejecución son: 1. Semana Santa, en El Salvador- 2. Respira en Guatemala y 3. Destina tus vacaciones.
5	Campañas Nacionales	Campañas	8	Campañas	3	37.5%	1	12.5%	0	0.0%	4	50.0%	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 turístico, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	Evento: No se ejecutó presupuesto. Febrero: inició la campaña Recomendó Guate, promocionando los departamentos de Solá y Huehuetenango. Marzo: Se realizaron los pagos de la promoción de Solá y Huehuetenango, así como algunos expedientes de la campaña "Guatemala en compras de todo Guate". Abril: Concluyeron las campañas "Amor por Guate y Recomendó Guate". Los pagos se realizaron al momento de ser recibidos y aprobados las evidencias correspondientes. Mayo: Se condujeron los pagos para la campaña Guatemala y Recomendó Guate, por lo que se reportan los gastos de abril y mayo en la cuenta de mayo. Junio: Se realizaron materiales correspondientes a las regiones de Ixil y Peten y se subió evento de Licencia para realizar publicidad digital. Julio se prepara estrategia de publicidad nacional.	

  
 Lcda. Tardes Carola Maldonado Fuentes

No.	Producto o subproducto	Nombre del producto	Cant.	Unidad Medida	Avance del material por trimestre						Indicador										Observaciones						
					1º Trimestre		2do Trimestre		3er Trimestre		4º Trimestre		Descripción del indicador	Unidad Medida	2021		2022		Avance del trimestre			Unidad Medida	Unidad Medida	Unidad Medida	Unidad Medida		
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			2021	%	2022	%									
6		Espectáculos (ballet folclórico, marimba y trajes regionales)	200	Presentaciones	28	14.0%	23	11.5%	0	0.0%	51	25.5%	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 participó en feria de fotografías y videos para promoción turística en el Teatro Nacional, Solá y Cobán. Participación de la marimba en inauguración de actividades del Bicentenario de la Independencia. Marzo: se participó en feria de fotografías y videos en promoción turística, presentaciones en evento de Miquite, Cahabón. Abril: participaciones en feria de fotografía y video para promoción turística, inauguración de ingreso de nuevas líneas aéreas a Guatemala, en evento del día de la danza y en congreso de café. Mayo: Presentaciones de Marimba para el aniversario de Educación. Grabación de Trajes para embajada de Japón, apoyo en campaña turística Conociendo Guatemala. Junio: grabación video para el Museo de marimba y trajes regionales. Grabación de video promocional Recreando Guatemala en Quiché. Inauguración videos de TAG.	
7	Material Promocional (impresión de folletos)		10	Folleto	0	0.0%	3	30.0%	0	0.0%	3	30.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enero: no hubo ningún movimiento. (En el mes de febrero de folletos el presupuesto total es Q150,000.00, pero en el PDA se agotaron Q150,000.00, cantidad que en el total asignado a la Unidad para el año 2021). Marzo: no hubo ninguna empresa de folletos. Abril: no se realizaron impresiones de material promocional. Mayo: Junio: no se realizó ninguna impresión. Julio: se realizaron tres impresiones 50,000 serigrafías de Semana Santa, 20,000 Acetatos de recomendación de viajes, 50,000 Tirulatas de Equipos.	
8		Distribución de material promocional	20	Envíos	13	65.0%	1	5.0%	0	0.0%	14	70.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	4.5.2.6.1 - Promocional al país, sus productos y el portafolio de proyectos de inversión mediante la disposición de información por diferentes medios según la planificación de las redes diplomáticas. Marzo: se realizaron 12 envíos a las embajadas de Guatemala en Costa Rica, España, Alemania, Corea, Tailandia, Bélgica, India, Chile, Panamá, Australia, Países Bajos, Turquía. Abril: se realizó un envío de material promocional a nuestra Embajada de Guatemala acreditada en Madrid, España, para ser utilizado en FITUR 2021. Mayo: No se realizó ningún envío de material promocional. Junio y Julio: no se realizaron envíos.	
9		Compra para distribución de promocionales y regalos especiales que posicionen y diferencien Guatemala en actividades de promoción, presentaciones país, eventos, entre otros.	8	Requisición	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	37.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	Febrero: no se realizaron compras de promocionales. Se adquirieron 37 antorchas por el Bicentenario por un valor de Q24,975.00 para la cual se usó el mes de febrero 26. Marzo: Se realizó relación vehicular, transportistas, y gases de aviones. Abril: no se realizaron compras de promocionales. Junio: no se realizaron compras de promocionales.
10		Marca País	1	Evento (licitación)	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	N/A	N/A	0	5	8	4.5.2.6.1 - Creación de una marca para que nos identifique, fundamentada en nuestros valores, la calidad de vida y la ayuda para los negocios. 4.5.2.7.1 - 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. Enero: se redefinieron los formatos de relevancia y bases de cotización para proveedores previo a su publicación. Febrero: se elaboraron las bases de cotización para proveedores a Guatemala. Marzo: el evento se usó a Guatemala, aún no se han recibido ofertas. Abril: según Guatemala el evento está considerado como desierto. Mayo: se elevaron las bases de cotización con el NOG. 15/04/2021. Junio: por que una licitación en ese mes estuvo publicado el evento en Guatemala. Julio: el 14 de julio se realizó la recepción y apertura de pliegos por lo que aún está en proceso de adjudicación por parte de INSIAT.	
Conectividad																											
1		Fortalecimiento de la relación interinstitucional con la Dirección General de Aeronáutica Civil para facilitar el ingreso de compañías aéreas.	3	Reuniones	2	66.7%	1	33.3%	0	0.0%	3	100.0%	N/A	N/A	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 potenciar el sector turístico por medio del mantenimiento de los canales de comunicación, la mejora de la infraestructura aeroportuaria y las rutas turísticas. Así como, el impulso de nuevos circuitos de turismo, como el ecoturismo, y el agrotecnológico de turismo. Enero: 1- Acercamiento con el encargado de transporte aéreo de la Dirección General de Aeronáutica Civil-DGAC, para ver el avance del convenio bilateral entre Guatemala y México. 2- También se trata sobre el convenio multilateral del Hemisferio Maya entre Guatemala, El Salvador, Honduras y el sur de México, esto para hacer atractivo el ingreso de nuevas rutas para las líneas aéreas. 3- Con el departamento de Aeronáutica de la DGAC, se han tenido reuniones, para consultar la situación y mejoramiento de los aeródromos de la parte sur occidente del país, para tomar que las aerolíneas nacionales amplíen sus rutas a estos destinos. 4- Se está en pláticas con empresarios guatemaltecos para que impulsen el acercamiento hacia la DGAC, para empezar el proceso de certificación de una nueva línea aérea y mejorar el turismo hacia el Altiplano Maya. Febrero: 1. Reuniones con el departamento de Aeronáutica de la DGAC, para el fortalecimiento de los aeródromos del país en especial el área de Occidente. 2. Con la DGAC, en especial con el departamento de aeródromos y el de infraestructura, se está considerando la posible construcción de una pista de aterrizaje en el depto. de Solalá, para el desarrollo del lago de Atitlán, por disposición presidencial. Marzo: se realizaron reuniones y se coordinaron las actividades para el inicio de operaciones de JetBlue y Frontier Airlines. Abril: 12 de abril Frontier inicia vuelos Guatemala y el 15 JetBlue inicia vuelos NY-GUA. Julio: reunión con gerente comercial de Vía Aerechub, aerolínea mexicana que está considerando iniciar operaciones en Guatemala, participó también al Gerente de Transporte Aéreo de la DGAC. TAG: GUA-Fraguato-Gua inicia operaciones 13.03.21.	
2		Fortalecimiento de la relación interinstitucional con SAT (por tema aduanero) y - Empresas Portuarias (por tema cruceros)	3	Reuniones	0	0.0%	3	100.0%	0	0.0%	3	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	8	Julio: se realizó reunión de la Mesa de Cruceros, en donde participaron representantes de la Empresa Portuaria Oriental y Portuaria Santa Tomás de Castilla, se trataron los siguientes temas: Situación actual del tema de cruceros, Protocolo de bioseguridad en portuarias, inicio de temporada de cruceros. Además se realizó visita a Puerto Santa Tomás para dar seguimiento a los temas que se están viendo en la Mesa de Cruceros.	



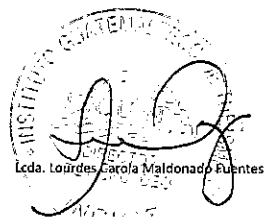
Nº	Proyecto Subproyecto	Servicio/Actividad	Mesa	Unidades Medida	Avance de meta por trimestre						Indicador						Observaciones							
					1er trimestre		2do trimestre		3er trimestre		Anual		1er trimestre		2do trimestre			3er trimestre		Anual				
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Descripción del Indicador	Meta	Valor	%		Descripción del Indicador	Meta	Valor	%			
3		Trabajo conjunto con MINEX para que a través de sus embajadores se invite a líneas aéreas, líneas de transporte terrestre y líneas de crueros a operar en el país.	2	Eventos	0	0%	2	100.0%	0	0.0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	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 gabinete de turismo, impulsar el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, fortalecer la Red de Consejos Comerciales del MINEX e impulsar a través de las sedes diplomáticas una estrategia que permita que nuestro país mejore las posibilidades como destino turístico.	5	8	Febrero: 1. Se tuvo acercamiento con el Ministerio de Relaciones Exteriores y se acordó tener la primera reunión el 4 de marzo, y los planes a tratar en Puertos y Servicios Fronterizos. Marzo: se tuvieron reuniones y contacto con MINEX al inicio de operaciones de JetBlue y Frontier Airlines, en las reuniones participaron los consejeros comerciales.
4		Realizar actividades de promoción y comercialización para la reactivación de las líneas aéreas, líneas de transporte terrestre y líneas de crueros, incluye webinar de país y ruedas de negocios.	6	Eventos	4	67%	2	33.3%	0	0.0%	6	100%	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.	5	8	Febrero: 1. Se contactó al señor Jorge Granados de la empresa de turismo Mundo Maya Uxela, con ciertos avadores que están interesados en el proyecto de Huehuetenango, dichos viajes serán semanales para desarrollar el proyecto. 2. Se está en pláticas con la empresa Maya Itinerario Guano, con Ricardo Sagastume 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 Aerovial. 3. Se está siguiendo el proceso de certificación ante la DGAC para la obtención del Certificado de Operador Aéreo (COA) de la empresa Aerolíneas Mayas que se encuentra en la Fase 1 de certificación. Marzo: webinar en conjunto con Delta Airlines con la participación de 10 agentes de viajes de los Estados Unidos, webinar en conjunto con Videtur con la participación de 25 mayoristas y agentes de Costa Rica, Rueda de negocios anual con la participación de 9 empresas de Costa Rica. Abril: webinar de presentación para el conjunto con JetBlue a 8 mayoristas de Estados Unidos. Mayo: webinar de presentación para 3 agencias de viaje de Costa Rica, en conjunto con Avianca.
5		Diseño e instalación de imagen en aeropuertos, aeródromos y puestos de control fronterizo	2	Unidad	0	0%	2	100.0%	0	0.0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	0	0	Julio: colocación de rotulación con información de Asistencia al Turista para recibir a viajeros salvadoreños por el Pasaje de Fiestas Agrícolas. Se colocó en las fronteras de Valle Nueva y Pedro de Alarcón.
Comunicación Social																								
1		Monitoreo en medios de comunicación nacionales (plataforma)	10	Informe	2	20%	3	30.0%	0	0.0%	5	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enero y febrero: No se ha realizado la contratación del servicio. Marzo: Pago 1 de servicio de monitoreo. Abril: Pago 2 de servicio de monitoreo. Mayo: Pago 3 de servicio de monitoreo. Junio: Pago 4 de servicio de monitoreo. Julio: Pago 5 de servicio de monitoreo.
2		Publicaciones en medios nacionales	5	Publicación	2	40.0%	4	80.0%	0	0.0%	6	120.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enero: No se ha realizado ninguna publicación. Febrero: Publicación en el Diario de Centro América del funcionamiento del archivo de INGUAT. Marzo: Publicación en el Diario de Centro América de contratación de levantamiento de estadísticas. Mayo: el pago reportado en mayo correspondiente al mes de abril. Junio: 1. Publicaciones de convocatoria personal y individuales y jurídicas para la creación de banca para Guatemala HOD: 146-0305. 2. Convocatoria para una persona jurídica que presente reportes de movimientos turísticos HOD: 14658492 en el Diario de Centro América. Julio: 1. Publicación de invitación para ofrecer el servicio de publicidad integral nacional. 2. Publicación en el evento denominado para implementación de un "Sector Documental".
3		Ruedas de prensa	24	Conferencia	7	29.2%	3	12.5%	0	0.0%	10	41.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enero: No se han realizado ruedas de prensa. Febrero: 1. El congreso del INGUAT para reactivar su turismo responsable durante el 2021. Marzo: 1. Invitación para hacer del turismo interno responsable este verano 2021 y presentación en Presidencia de la Campaña #Guatemala. 2. Proyectos de turismo responsable de Semana Santa 2021. 3. Nuevos embajadores y presentadores de turismo se suman en el sello de Seguridad Turística del INGUAT y Safe Travel. Abril: 1. Turismo que más de mil quinientos millones de turistas en la semana santa 2021. 05/04/2021. 2. Primer avión suiza operaciones con vuelos sin escalas entre la ciudad de Miami y Guatemala, 15/04/2021. 3. JetBlue conectará a la ciudad de Nueva York con Guatemala 16/04/2021. Mayo: No se realizó ninguna conferencia de Prensa. Junio: 1. Nuevos servicios de la cadena de valor del turismo obtienen el sello de Seguridad Turística. Julio: 1. Asesinica cañera el décimo aniversario de su ruta Ciudad de México - Guatemala. 2. Presentan la marca turística de Huehuetenango.
4		Suscripción en medios de comunicación escritos	44	Periódico	42	95%	0	0.0%	0	0.0%	42	95%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enero: No se han realizado ninguna suscripción. Febrero: se realizaron las siguientes suscripciones: 2 de Abasco, 5 de Heraldo Diario, 3 de Prensa Libre, 12 de El Periódico. Marzo: 7 suscripciones de la Hora (en suscripción en febrero). Abril: 1 suscripción del Diario de Centro América. Mayo: no se realizó ninguna suscripción. Junio: no se realizó ninguna suscripción. Julio: no se realizó ninguna suscripción.
5		Servicio de agencia de Relaciones Públicas	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	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio: 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	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio: No se ha realizado ninguna compra.


  
 Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

Nº	Producto subproducto	Nombre de actividad	Meta 2021	Unidades producidas 2021	Avance de meta por trimestre								Indicador								OBSERVACIONES			
					1er Trimestre		2do Trimestre		3er Trimestre		Anual		Descripción del indicador	Fórmula del indicador	Meta 2021		Avance por trimestre							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	Anual						
7		Cobertura de actividades de comunicación social de la Institución	44	Informes	29	66%	21	47.7%	0	0.0%	50	114%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	ENER: No se realizó ninguna cobertura. Febrero: se realizaron 9 coberturas en el exterior de la siguiente manera: 1 Sacatepéquez, 1 Totonicapán, 1 Jutiapa, 2 Solalá, 1 Escuintla y Peten, 1 Alta Verapaz y 2 Chimaltenango. Marzo: 2 Jutiapa, 2 Escuintla, 1 Solalá, 1 Peten, 1 El Salvador, 2 Chimaltenango, 1 Alta Verapaz y 1 Santa Rosa Atitlán. Coberturas realizadas en 1 Sacatepéquez, 1 Chimaltenango, 1 Retalhuleu, 1 Escuintla, 1 Zacaque, 1 San Marcos, 1 San Marcos, Quetzaltenango, Solalá, Chichicastenango, Quezaltenango, 1 Jutiapa, Jutiapa y Chiquimula, 1 Retalhuleu. Mayo: Se realizaron 6 coberturas a: 2 en Chiquimula, 2 en Escuintla, 1 Santa Rosa y 1 en Retalhuleu y Escuintla. Junio: 5 coberturas en Amiguá Guatemala, en Retalhuleu, 1 en Escuintla, 1 en Quetzaltenango y 1 en Solalá. Julio: 2 Chimaltenango, 1 Quetzaltenango, 1 Quiché, 1 Solalá y 1 Huehuetenango.
8		Videos promocionales	100	Videos	83	83%	118	118.0%	0	0.0%	201	201%	0	0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	ENER: 1. Subdirector revisor con representantes de mujeres líderes, 2. Testimonios UMAT, 3. Visita del subdirector a la Oveja del Negro en Frajanes, 4. Nota Cronista se usó para el Bicentenario, 5. Nota 2 Avances en materia turística, 6. Nota 3 Revisiones de funcionamiento, 7. Nota 4 La OMT y su perspectiva, 8. Nota 5 Revisión movimiento nacional de bicicletas, 9. Nota 6 Revisión del INGIAT con el sector turístico, 10. Video bajo de gobierno guías de buenas prácticas, sesión de hospedaje turística y sesión Safe Travel, 11. Logro de gobierno infraestructura, arte y turismo. Puntos Puntacero, 12. Logro de gobierno compañías nacionales, 13. Logro de gobierno capacitaciones, formación turística. Febrero: 1. Entrega de sellos de biodiversidad a guías de turismo en Sacatepéquez ALB, 2. Recorrido en Lago Gijón, Asociación Mta ALB, 3. Subdirector gira en San Juan Sacatepéquez, 4. Mesa de Desarrollo turístico GABECO ALB, 5. Testimonios y año Guatemala final HD, 6. Video propuesta Fotocapta Final HD, 8. Anso por Guatemala final, 7. Anso por Guatemala Peten, 8. Subdirector reunión con el GATS de Escuintla y Peten, 9. Bienes INGIAT 19 FEB 01, 10. Bienes INGIAT FEB 02, 11. Bienes febrero 25 01, 12. Bienes febrero 25 02, 13. Pájaros Moteneca, 14. Solalá Final HD, Marzo: 1. Acto cinco 01 marzo, 2. Entrega de sellos de biodiversidad y antena de biocentrismo en san Juan Comalapa, 3. Foro turístico, 4. Lanzamiento guías, 5. Presentación guías, 6. Quetzaltenango, 7. Resumen semana 2 festivales de recuperación turística 19 marzo, 8. Sacatepéquez turístico, 9. Mensaje director del INGIAT al sector, 10. INGIAT hora del planeta, 11. Entrega del centro de visitantes del sitio Volcán Pacaya, 12. Subdirector con cars de alta y baja Verapaz, 13. Video retroalimentación guías, emprendimientos comunitarios, Alta Verapaz, 14. Hermandades 2025-2021, 15. Casos de éxito de la campaña de turismo verde guatemala, 16. Testimonios nuda de negocios, 17. Mundo maya vuel, 18. Entrega sellos Sacatepéquez recorrido guías, 19. Entrega de sellos de biodiversidad en INGIAT central, 20. Almorzo zona 1, 21. A. Almorzo Cayula, 22. Nota INGIAT se inaugura empresa, 23. Mensaje del director final, 24. Revisión subdirector con los integrantes de los cat, 25. Resumen de la semana actividades biocentrismo. Abril: 1. 2 videos Guatemala final, 2. Acto cinco 2 y 3 nivel, 3. 4 videos Testimonios sinapsis diferentes regiones de Guatemala 2021, 4. Retención guías santa rosa, 5. Video informativo para pantalla festival de reactivación turística, 6. Fábula antigua Guatemala, 7. Rediseño Guatemala, 8. Fábula la reactivación, 8. Rediseño Guatemala, 9. Jardines de Provocosa, 10. Turismo de reuniones, 11. Entrega sumarios delegados, 12. Escuelas de español cules mayas, 13. Videos de escuelas de español abel itzamal, 14. Escuelas de español mundo español school, 15. Escuelas de español sp spanish school, 16. Frutas adonis video spot, 17. Entrega de informes delegados departamentales, 18. JéÑue eica operaciones, 19. Escuelas de español chimaltenango spanish academy, 20. Festival del café Chimaltenango, 21. Mico con cambios, 22. Recorrido guías, escuela, 23. 5000 arqueólogos vea del Cobán, 24. Fábula la reactivación, 25. Casos de éxito INGIAT día de la danza, 27. Casos de éxito INGIAT día de la danza 2, 28. Casos de éxito INGIAT día de la danza 3, Mayo: 1. Rediseño Guate (Porta Antigua), 2. 13 videos, Bicentenario Chiquimula 3. Aniversario final, 4. Resumen 2020-2021, 4. Resumen Final 2021, 6. Informe de Gobierno Primer semestre, 7. Mensaje Director INGIAT FITUR, 8. Resumen FITUR día 1, 9. Resumen FITUR día 2, 10. Resumen FITUR día 3, 11. TRANSFORMACIÓN DIGITAL, PASAJA LA PASADORA DE NUESTRAS TURISTAS, 11. Resumen del INGIAT Bicentenario.
1		Informes técnicos de actualización y desarrollo de nuevos productos digitales, y generación de contenidos especiales	10	Servicio	6	60.0%	11	110.0%	0	0.0%	17	170.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	ENER: Por tener rubricados a maduración de presupuestos, 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 INGIAT, Pases GT y Vot GT, MARZO: Al no tener la contratación de un programa especial para el manejo de redes sociales, se trabajaron dos informes, 1. Informe sobre el alcance de la campaña #ReactivaciónGuatemala y los informes relacionados a la actividad mensual en redes sociales, ABRIL: por no contar con un programa especial para el manejo de redes sociales se trabajó, 1. Informe sobre el alcance de la campaña #ReactivaciónGuatemala e informes relacionados a la actividad mensual en redes sociales. JUNIO: Se realizaron tres informes relacionados a la actividad mensual en redes sociales. JULIO: El informe sobre el alcance de la visita de los actores Actor Derbez y Yachi Derbez a Guatemala. El tercer informe fue sobre el alcance y el control de todas las redes sociales que maneja el INGIAT. JULIO: Se realizaron informes semanales sobre el rendimiento de las redes sociales y sobre el alcance de las publicaciones de los departamentos de Escuintla, San Marcos, Quetzaltenango.

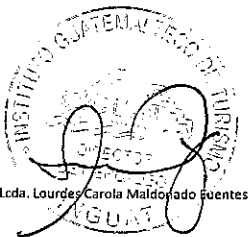
Lcd. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

No.	Producción subproyecto	Objetivo específico	Meta 2024	Unidad de medida	Avance de meta por trimestre								Indicador								Categoría	Código	Observaciones
					1er trimestre		2do trimestre		3er trimestre		Anual		Descripción del indicador	Forma del indicador	Meta 2024		Avance trimestral						
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Trimestre	Trimestre	Trimestre	Anual					
2		Publicaciones en la plataforma Instagram INGUAT	443	Publicación	170	38.4%	165	37.2%	0	0.0%	335	75.6%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	ENERO: Se ha diseñado contenido que de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de planes de prevención, promoción e institucionalidad, comenzando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtag como #ELEGIR, asimismo, promoviendo el bienestar en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marzo el inicio de actividades del Bicentenario, que junto a la campaña #RecomendoGuatemala y las publicaciones de segmentos, hicieron que la actividad se mantuviera consistente. MARZO: Se trabajaron publicaciones sobre los beneficios de instituciones turísticas, campaña #RecomendoGuatemala, campaña SINAPRESE de Semana Santa, Publicaciones del recorrido "Semana Santa en sus manos", Campaña de Caravanas Seguras y testimonios de uso de los campamentos de SINAPRESE, post de promoción para la feria de turismo y la campaña de Semana Santa #Guatemala y Nacional la campaña contra la trata de niños y adolescentes. ABRIL: Se diseñó contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionalidad, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, empresas nuevas certificadas con el Sello de Bienestaridad, además se realizó un congreso por reconocimientos con derechos de autor con el vídeo del concierto Mi País del cantante Ricardo Aldas, se suspendieron publicaciones por una semana entre las fechas del 19-20. JUNIO: Se diseñó contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionalidad, empresas nuevas certificadas con el Sello de Bienestaridad, promoción de Fira de semana larga y descanso del empleado bancario. También se compartió invitaciones para webinars virtuales y campañas de esta y CATA comensales. JULIO: se diseñó contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionalidad, comenzando la importancia de viajar de manera responsable, empresas nuevas certificadas con el Sello de Bienestaridad, actividades del Bicentenario, gran de negocios con hermanos salacateños, publicaciones sobre caravanas seguras.
3		Publicaciones en la plataforma Instagram Paseo Guatemala	441	Publicación	206	46.7%	157	35.6%	0	0.0%	363	82.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	4.5.2.6.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing. ENERO: Se han compartido contenidos que giran en torno a la diversidad de segmentos turísticos existentes acorde a la planificación institucional, trabajo de mesa temática de Bicentenario, eventos científicos, ocupación postales y fotografías de turismo con gran talento para capturar imágenes evocativas, lo cual nos ayuda para aumentar alcance e interacción. FEBRERO: La campaña #RecomendoGuatemala, promocionando a Totonicapán y a Solá, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MARZO: La campaña #RecomendoGuatemala, promocionando a Sacatepéquez y Alta Verapaz, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. ABRIL: La campaña #RecomendoGuatemala, promocionando Escuintla y Santa Rosa, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MAYO: La campaña #RecomendoGuatemala, promocionando San Marcos, Suchitepéquez y Retalhuleu, también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JUNIO: La campaña #RecomendoGuatemala, promocionando Itzamal y Chiquimula, también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JULIO: La campaña #RecomendoGuatemala, promocionando Chiquimula, Itzamal y se presentó un recuerdo de los 11 departamentos que se han promocionado durante el año, también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.



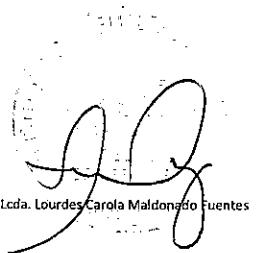
Nº	Código de Producto o Subproducto	Nombre de Actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre								Descripción del Indicador	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre				Observaciones		
					1º Trimestre		2º Trimestre		3º Trimestre		4º Trimestre				Avance de meta		Avance de meta				
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Cantidad	%	Cantidad	%			
4		Publicaciones en plataforma Instagram Visit Guatemala	420	Publicación	155	36.9%	114	27.1%	0	0.0%	259	64.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	<p>ENERO: Se ha compartido contenido que va alineado a la promoción de segmentos turísticos, pero con un enfoque bíblico, lanzando la atención de viajeros extranjeros, para que no se olviden de las bellas que Guatemala posee en estos tiempos de pandemia. Se publicó también compartido campaña de la CATA Centroamérica, como "Dulces Centroamericanos", "Sweet Central America" y #SweetCentralAmerica. FEBRERO: Las fotografías de los diferentes segmentos turísticos, se volvieron la principal actividad para Visit Guatemala, compartiendo contenidos relacionados a campañas regionales como #PaisesDeCentroamerica y #SweetCentralAmerica, siempre tratando de dar el toque bíblico en los hashtags como en las descripciones. MARZO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, se volvieron la principal actividad para Visit Guatemala, compartiendo siempre contenidos relacionados a campañas regionales como #PaisesDeCentroamerica y #SweetCentralAmerica. Con un toque bíblico en los hashtags como en las descripciones. ABRIL: Se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA y FBUR 2021. Tratando de dar el toque bíblico en los hashtags como en las descripciones. MAYO: Se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA y FBUR 2021. Tratando de dar el toque bíblico en los hashtags como en las descripciones. JUNIO: Se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA, también se compartió contenido de la promoción Guatemala Muy Cerca de ti. Bienvenida a los salvadoreños y la bienvenida a las personas vacunadas, publicaciones de promoción de Asistencia al turista y caravanas seguras. Tratando de dar el toque bíblico en los hashtags como en las descripciones.</p>
5		Publicaciones en plataforma Facebook INGUAT	825	Publicación	823	99.8%	345	41.8%	0	0.0%	1168	141.6%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	<p>ENERO: Se ha difundido contenido que de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #EBER2021, además promoviendo el Bicentenario en varias publicaciones. FEBRERO: Se publicó el inicio de actividades del Bicentenario, que junto a la campaña #RecomendosGuatemala y las publicaciones de segmentos, hacen que la actividad se mantenga constante. MARZO: Se trabajaron publicaciones sobre los festivales de reactivación turística, campaña #RecomendosGuatemala, campaña SINAPRESSE de Semana Santa. Publicaciones del recorrido "Semana Santa en sus raíces". Campaña de Caravanas Seguras y invitación de uso de las caravanas de SINAPRESSE, post de promoción para la feria de ambientación, campaña de Semana Santa #Coozoo y la campaña contra la trata de niños y adolescentes. ABRIL: Se compartió contenido de los actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, empresas nuevas certificadas con el Sello de Bioseguridad, se realizó un comunicado por inconvenientes de los derechos de autor del vídeo del concierto Mi País del cantante Ricardo Arjona, se suspendieron publicaciones por una semana entre las fechas del 19-25 JUNIO: Se difundió contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionales, empresas nuevas certificadas con el Sello de Bioseguridad, promoción de Fin de semana largo y descanso del empleado bancario. También se compartió invitaciones para webinars virtuales y campañas de compra y CATA conmemorando. JULIO: se difundió contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenido de prevención, promoción e institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, empresas nuevas certificadas con el Sello de Bioseguridad, actividades del Bicentenario, giras de negocios con hermanos salvadoreños, publicaciones sobre caravanas seguras.</p>

4.5.2.8.1- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.



Lda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

Código de subproyecto	Nombre de actividad	Meta	Unidad de medida	Avance de métricas cuatrimestrales								Indicador								2021	2020	Observaciones
				1º Cuatrimestre		2º Cuatrimestre		3º Cuatrimestre		4º Anual		Disponibilidad del indicador	Cambio de indicador	2021		Avance Cuatrimestral		Actual				
				Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			2021	Actual	2021	Actual					
6	Publicaciones en plataforma Facebook Paseo Guatemala	462	Publicación	306	66.2%	180	39.0%	0	0.0%	486	105.2%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	ENERO: Se ha difundido contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de promoción, promoción e institucionales, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #SEGURO, asimismo promoviendo el bienestar en nuestras publicaciones. FEBRERO: La campaña #RecomiendoGuate, promocionando a Totonicapán y a Sobalá, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MARZO: campaña #RecomiendoGuate, promocionando a Sacatepéquez y Alta Verapaz, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. Se compartió contenido de la campaña de Semana Santa, #Guatemala. ABRIL: campaña #RecomiendoGuate, promocionando Escuintla y Santa Rosa, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, también se realizó creación de contenido para generar conciencia de valor. JUNIO: La campaña #RecomiendoGuate, promocionando Itzamal y Chupiquel también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad con post automáticos para viajeros, también se realizó promoción de la campaña de Fin de semana largo y el descanso del empleado bancario, se compartió contenido de la visita de Adelin Derbez y Yacht Derbez a Guatemala. JULIO: La campaña #RecomiendoGuate, promocionando Chiquimula, trabajo y se presentó un resumen de los 11 departamentos que se han promocionado durante el año, también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.
7	Publicaciones en plataforma Facebook Visit Guatemala	467	publicación	258	55.2%	143	30.6%	0	0.0%	401	85.9%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	ENERO: Se ha compartido contenido alineado a la promoción de segmentos turísticos, pero con un enfoque #Mejor, buscando la creación de nuevos subsegmentos, para que no se olviden de las bellezas que Guatemala posee en estos tiempos de pandemia. Se trabaja también compartiendo campañas de CATA Centroamérica, como "¡Dileta Centroamérica!", "Secret Central America" y #PuertesDeCentroamérica. FEBRERO: Las fotografías de los diferentes segmentos turísticos, se volvieron la principal actividad para Visit Guatemala, compartiendo contenidos relacionados a campañas regionales como #PuertesDeCentroamérica y #SecretCentralAmerica, tratando de dar el toque bilingüe tanto en los hashtags como en las descripciones. MARZO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, se volvieron la principal actividad para Visit Guatemala, se compartió contenido relacionado a campañas regionales como #PuertesDeCentroamérica y #SecretCentralAmerica, con toque bilingüe en los hashtags y descripciones. ABRIL: Se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMÉRICA, tratando de dar el toque bilingüe en los hashtags como en las descripciones. MAYO: Se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMÉRICA y FUTUR 2021. Tratando de dar el toque bilingüe en los hashtags como en las descripciones. JUNIO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMÉRICA, tratando de dar el toque bilingüe en los hashtags como en las descripciones, también se compartió contenido para promoción del viaje de las actrices Adelin Derbez y Yacht Derbez. JULIO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMÉRICA, también se compartió contenido de la promoción Guatemala May Casa de ti, invitando a los colaboradores y la bienvenida a las personas vacacionistas y publicaciones de promoción de Asistencia al turista y caravanas regulares. Tratando de dar el toque bilingüe en los hashtags como en las descripciones.



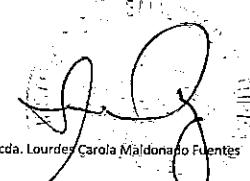


No.	Producto subproducto	Servicio actividad	Año	Unidad de Medida	Avance del Indicador								Indicador								Año	Mesa	Fecha	Observaciones		
					2021				2022				Dotación del Indicador	Formulación del Indicador	2021				2022							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Trimestral	Anual	Trimestral	Anual	Trimestral	Anual					Trimestral	Anual
8		Publicaciones en plataforma Twitter INGUAT	2021	Publicación	704	58.6%	458	38.1%	0	0.0%	1162	96.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	<p>ENERO: Se ha difundido contenido que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como centrado en planes de contenidos tanto de Prevención, como de Promoción e Incentivación, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #RECORD1, así como, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: Este mes, marzo el inicio de actividades del Bicentenario, que junto a la campaña #RecomiendoGuatemala y las publicaciones de segmentos, hicieron que la actividad se mantuviera constante. ABRIL: Se difundió contenido de las actividades de las autoridades del INGUAT, y de un plan de contenido de prevención, promoción e Incentivación, comunicando la importancia de viajar de manera responsable; empresas nuevas certificadas con el Sello de Seguridad, además se realizó un comunicado por recomendaciones con derechos de autor del video del concepto Mi País del cantante Ricardo Arjona, se promocionaron publicaciones por una semana entre las fechas del 19-21. JUNIO: Se compartió contenido de historias de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA, tratando de dar el toque bilingüe en los hashtags como en las descripciones, también se compartió contenido para promover del viaje de los actores Adelin Diez y Vacher Diez. JULIO: Se compartió contenido de historias de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA, también se compartió contenido de la promoción Guatemala Muy Cerca de ti, bienvenida a los saludos y la bienvenida a las personas vacunadas y publicaciones de promoción de Acciones afirmadas y campañas seguras. Tratando de dar el toque bilingüe en los hashtags como en las descripciones.</p>			
9		Publicaciones en plataforma Twitter Paseo Guatemala	2021	Publicación	141	49.5%	169	59.3%	0	0.0%	310	108.8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	8	<p>ENERO: Se ha difundido contenido que va desde las actividades de las autoridades del INGUAT, así como de los planes de contenidos de prevención, promoción e Incentivación, comunicando la importancia de viajar de manera responsable, utilizando hashtags como #RECORD1, así como, promoviendo el Bicentenario en nuestras publicaciones. FEBRERO: La campaña #RecomiendoGuatemala, promoviendo a Totonicapán y a Solalá, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MARZO: Campaña #RecomiendoGuatemala, promoviendo a Sacatepéquez y Alta Verapaz, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave. También se compartió contenido de la campaña de Semana Santa, incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave, también se realizó creación de contenido para generar contenido de valor. JUNIO: La campaña #RecomiendoGuatemala, promoviendo Itzamal y Cozumel también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad con post inspirativos para viajeros, también se realizó promoción de la campaña de Fin de semana largo y el descanso del empleado bancario, se compartió contenido de la mesa de Adelin Diez y Vacher Diez a Guatemala. JULIO: La campaña #RecomiendoGuatemala, promoviendo Chelem, Itzamal y se presentó un recorrido de los 11 departamentos que se han promocionado durante el año, también se incrementó la interacción en Paseo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.</p>			

4.5.2.6.1 - Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.

  
 Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

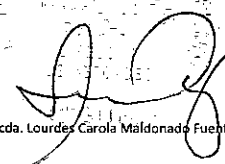
No.	Producto o subproducto	Objeto Operativa	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre						Indicador				Observaciones								
					I Trimestre		II Trimestre		III Trimestre		Anual		Descripción del Indicador	Cant. del Indicador		Avance 2020		Avance Trimestral					
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%				Trimestre	Anual	Trimestre	Anual				
10	Publicaciones en plataforma Twitter Visit Guatemala		288	Publicación	118	41.0%	132	45.8%	0	0.0%	250	86.8%	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.	0	0	ENERO: Se ha compartido contenido que también va alineado a la promoción de segmentos turísticos, pero con un enfoque más blando, llamado la atención de viajeros extranjeros, para luego ser acción de los hoteles que Guatemala posee en otros tiempos de pandemia. Se trabaja también compartiendo campañas que pertenecen a CATA Centroamérica, como "Difusión Centroamérica", "Secret Central America" y #PaisesDeCentroamerica. FEBRERO: Las fotografías de los diferentes segmentos turísticos, se volvieron la principal actividad para Visit Guatemala, compartiendo contenidos relacionados a campañas regionales como #PaisesDeCentroamerica y #SecretCentralamerica. Siempre tratando de dar el toque blando tanto en los hashtags como en las descripciones. MARZO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, compartiendo contenidos relacionados a campañas regionales como #PaisesDeCentroamerica y #SecretCentralamerica. Tratando de dar el toque blando en los hashtags y en las descripciones. ABRIL: Se compartió contenido de las fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, compartiendo contenidos relacionados a campañas regionales como #PaisesDeCentroamerica y #SecretCentralamerica. Tratando de dar el toque blando en los hashtags y en las descripciones. Se realizó la publicación de 5 videos relacionados con El Día Internacional del Kiwi Español. MAYO: Se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA y FUTUR 2021. Tratando de dar el toque blando en los hashtags como en las descripciones. JUNIO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA, con toque blando en los hashtags como en las descripciones. También se compartió contenido para promoción del viaje de los actores Adán Derbez y Yachi Derbez. JULIO: se compartió contenido de fotografías de los diferentes segmentos turísticos, principal actividad para Visit Guatemala, con contenidos relacionados con CATA CENTROAMERICA, contenido de la promoción Guatemala Muy Cerca de ti, bienvenida a los saludos y la bienvenida a las personas vacunadas y publicaciones de promoción de asistencia al turista y campañas semanales. Con toque blando en los hashtags como en las descripciones.
11	Programación de Eventos en App Guatemala y perfil de Facebook de Paseo Guatemala		246	Evento	0	0.0%	4	1.6%	0	0.0%	4	1.6%	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.	0	0	ENERO: Las convocatorias de eventos se mantuvieron relativamente neutra, puede que se deba a temas presupuestarios, así como por motivos relacionados a la temporalidad por ser inicio de año, se espera que para finales de febrero cambie drásticamente la cantidad de actividades relacionadas al Bicentenario. FEBRERO: Se analizará la posibilidad de cambiar este inicio del PCA por uno que relacione más a la programación de eventos desde Facebook de Paseo Guatemala, ya que han cambiado personal relacionado al manejo visual de páginas web y app. MARZO: no se realizó ninguna programación de eventos en App Guatemala por parte de Mercadeo visual. ABRIL: No se realizó ninguna programación de eventos en App Guatemala por parte de Mercadeo visual. Debido a la situación en la que se encuentra el país por el aumento de casos de Covid se han suspendido actividades del Bicentenario. MAYO: no se realizó ninguna programación de eventos en App Guatemala por parte de Mercadeo visual. JUNIO: no se realizaron eventos a través de las aplicaciones. JULIO: se realizó la programación de 4 eventos relacionados, con recorridos virtuales con el área de segmentos.
12	Atención a usuarios a través de los mensajes que envían en las distintas plataformas digitales		1,800	Respuestas	800	44.4%	650	36.1%	0	0.0%	1,450	80.6%	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	ENERO: Los mensajes que por lo regular entran a nuestras páginas ya sea INGUAT, Paseo GT o Visit GT, giran en torno a dudas sobre apertura de destinos, paquetes turísticos, procesos internos o quejas relacionadas a 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. MARZO: Respuestas a los mensajes en redes sociales continúan, las dudas se mantienen relacionadas a COVID-19, apertura de destinos, paquetes, ofertas de viajes y consultas sobre la disposición de las oficinas centrales y regionales. En INGUAT el índice de mensajes subió considerablemente pero en oficinas regionales con respecto a recientes situaciones y crisis. MAYO: Continúan las respuestas a los mensajes en redes sociales las dudas se mantienen relacionadas a COVID-19, apertura de destinos, paquetes, ofertas de viajes y consultas sobre la disposición de las oficinas centrales y regionales. JUNIO: continúan las respuestas a los mensajes en redes sociales, las dudas se mantienen relacionadas a COVID-19, apertura de destinos, paquetes, ofertas de viajes y consultas sobre la disposición de las oficinas centrales y regionales. JULIO: continúan las respuestas a los mensajes en redes sociales, las dudas se mantienen relacionadas a COVID-19, apertura de destinos, paquetes, ofertas de viajes y consultas sobre la disposición de las oficinas centrales y regionales. En INGUAT el índice de mensajes subió considerablemente pero en oficinas regionales con respecto a recientes situaciones y crisis.

  
 Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

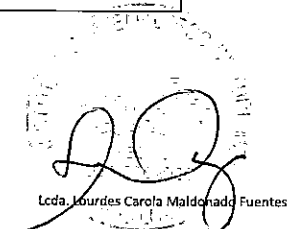




No.	Producción Subproyecto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre										Indicador								2021	2022	2023	Observaciones
					I Trimestre		II Trimestre		III Trimestre		IV Trimestre		Subtotal Indicador	Cumm. Indicador	Avance anual		Avance cuatrimestral		2021	2022	2023					
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			2021	2022	2021	2022								
					Actual	Meta	Actual	Meta	Actual	Meta	Actual	Meta			Actual	Meta	Actual	Meta								
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	2	Giras	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Marzo: gira de prensa del segmento de naturaleza pero se incluyeron actividades de aventura como bicicleta de montaña y kayak.			
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	4	Eventos	3	75.0%	1	25.0%	0	0.0%	4	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	4.5.2.6.1- Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.			
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	0	6	8	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	40	Actualización	29	73%	21	53%	0	0.0%	50	125%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	Evento: posts de Volcán de Pacaya, conopy en bicicleta con vista al Lago, gastronomía en Pacaya, volcán de San Pedro Totulima y Antón. Febrero: 5 de parques en Lago de Atitlán, 1 de volcán de Acatenango, 1 de Quetzal en Totonicapán y 2 de kayak. Marzo: posts de Volcán Cotacumal, 1 de Totonicapán, Volcán de Guila, Comandó, Finca Amate, Volcán Pacaya, Volcán Acatenango. Abril: 3 videos de volcánes, 1 de rapel y 1 de camping en volcán. Mayo: Post 1 de rapel, 1 volcán Acatenango, 1 rap de los volcán Pacaya y la zona de Champsy. Julio: 1 volcán de pacaya, parques, 4 Acatenango, Finca El Amate, volcán de fuego.			
7		Visitas técnicas a empresas	5	Visitas	1	20%	2	40%	0	0.0%	3	60.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Marzo: visita a Finca La Escondida donde se puede realizar Kayak con vista a los volcanes.			
Turismo de Bodas 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%	0	0%	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%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	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.		
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	2	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	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.		
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	3	Gira	2	67%	0	0.0%	0	0.0%	2	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	4.5.2.6.1- Promover mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.		
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Reuniones	2	50.0%	2	50%	0	0.0%	4	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Febrero: Se realizó un escritorio pero se anuló la inclusión de empresas de acuerdo a la participación en una capacitación de la implementación de los protocolos de seguridad. Mayo: generación de boletín informativo del segmento para mercado nacional e internacional. E identificación de nuevos destinos en el interior para desarrollarlos.		
6		Actualización en medios digitales institucionales	30	Textos	22	73.3%	6	20.0%	0	0.0%	28	93%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: posts de Finca El Amate, Cataratas, Semco Champey, Lanquin, ACTVA, TAJI (2), Antigua Guatemala (2), Jardines de Provenza en Antigua, Chichicastenango con parajes. Febrero: posts de rindas en Sochil, 2 en Antigua Guatemala y Verapaz. Marzo: post de viajes de luna de miel en Verapaz. Abril: 2 posts de bodas y 4 de luna de miel. Mayo: dos posts en destinos de Antigua Guatemala. Julio: 3 posts de Bodas de destino y uno de Lunas de Miel.		
7		Visitas técnicas a empresas	3	Visitas	1	33.3%	3	100%	0	0.0%	4	133%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	0	Evento: visita virtual a Hotel Boutique Las Lagunas, en Sochil. Abril: visita técnica a Hotel Las Americas, visita virtual a Hotel Las Posadas.		

  
 Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

No.	Código de producto subproducto	Servicio/actividad	Meta	Unidad de medida	Avance de meta por cuatrimestro								Desempeño por indicador	Forma de indicador	Avance de meta por año				Observaciones					
					1er. Cuatrimestro		2do. Cuatrimestro		3er. Cuatrimestro		4to. Cuatrimestro				2021		2022			Anual				
					Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje						
					2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021			2021	2021	2021	2021						
<b>Turismo de Cultura</b>																								
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Folleto	2	50%	0	0%	0	0%	2	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Marzo: Distribución de guía de actividades para Semana Santa virtualmente por redes sociales. Envío de brochure de Gastronomía a MINEX para un evento del segmento.
2		Acciones que generen presencia internacional	1	Pautas	0	0%	2	200.0%	0	0.0%	2	200%	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 turística, la diversificación de la oferta turística y el impulso del sistema nacional de información turística.	6	8	Julio: Envío de información del segmento en general para consejeros consular de Países Bajos para publicación en medio de comunicación.
3		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	3	Giras	0	0%	2	66.7%	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 - 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	Mayo: Giras de influenciadores y prensa en el extranjero de Guatemala, vistando San Juan la Laguna y sus actividades culturales.
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	6	Evento	3	50%	3	50.0%	0	0.0%	6	100%	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	Marzo: presentación del segmento de Cultura Maya Viva en evento de CATA "Best of the Best" con mayoristas europeos.
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	2	Apoyo técnico	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 - Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	Evento: reunión con empresa de Mr. Meni en donde se acordó realizar rutas gastronómicas en terna de café, las cuales se estarán trabajando.
6		Actualización en medios digitales institucionales	35	Textos	21	60.0%	25	71%	0	0.0%	46	131%	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	Evento: posta de rollos, platos y tortillas de masa negra. Febrero: posta de alfombra en Antigua Guatemala; de marfil en San Juan La Laguna, Tikal, Guatemala, Tikal en vídeo, un plato en vídeo Playax. Marzo: posta de gastronomía, iglesia, historia y arqueología. Abril: 2 posta de Tikal, 2 de monumentos históricos y 2 de castillos de cultura. Mayo: Post de Tikal, Abaj, Palenque maya, Tikal, San Juan la Laguna y Cerro Miraflores en San Juan la Laguna. Junio: Mitoq'na concert, teatro Tzucucujub, Chob' Negro, Tapach, gastronomía, Ocuq'ul, Cuzco San Felipe, Acaj, Mirador de San Juan Laguna.
7		Visitas técnicas a empresas	5	Evento	4	80.0%	2	40%	0	0.0%	6	120%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Marzo: visitas virtuales a tours de turismo religioso en la ciudad de Guatemala relacionados a Semana Santa, en terna procedimientos, mitos, videos emblemáticos, gastronomía, imaginaria y arte. Año: Visita virtual Castillo de San Felipe.
<b>Turismo de Deportes</b>																								
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	8	Textos	0	0.0%	7	87.5%	0	0.0%	7	87.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Año: Distribución de material a carrera Ispiro Kaq'uk'ul, Rolo del Arca, tristes trabajo, distribución de calendario julio deportes.
2		Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.	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	4.1.2.6.1 - 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	Febrero: Envío de oferta de alto nivel para competencia Triatlón Gova Jaguar 70.3 en Peten, Víctor Arroyo. Marzo: apoyo a corredor con capacitaciones especiales en Tikal, Peten.
3		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	3	Apoyos	2	66.7%	1	33.3%	0	0.0%	3	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.5.2.6.1 - Procurar mejorar 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 deportes con mayistas de EEUU con línea aérea Delta, y presentaciones de destino con mayistas de Costa Rica con línea aérea Volcan.
4		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	5	Apoyo técnico	0	0%	4	80%	0	0%	4	80%	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 educativos.	6	8	Mayo: Reunión con CDAG, se obtiene programación de eventos para realizar calendario anual. Año: Elaboración de calendario de julio.

  
 Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

Nº	Producto subproducto	Servicio o actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por trimestre							Indicador							Observaciones								
					I Trimestre		II Trimestre		III Trimestre		IV Trimestre		Desempeño del indicador	Cumplimiento del indicador	I Trimestre		II Trimestre			III Trimestre		IV Trimestre					
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Cantidad	%	Cantidad	%		Cantidad	%						
5		Actualización en medios digitales institucionales	25	Textos	15	60.0%	15	60.0%	0	0.0%	30	120%	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	Enero: posts de cadena (2), carreras de mountain (2), actualización en Logo de Peten Itza y Golf. Febrero: natación, Fútbol, 2 de bicicleta de montaña y 10 días Puntos para casa de Gran Jaguar 78.3, Marzo: posts de bicicleta de montaña. Abril: 2 posts de surf. Mayo: Post de bicicleta de montaña en vestiguetes. Año: 3 viajes y 3 Olimpiadas Tokio.			
6		Apoyo a actividades deportivas diversas que tengan presencia nivel nacional e internacional.	5	Evento	3	60.0%	5	100%	0	0.0%	8	160%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Febrero: Apoyo a competencia Triatlón Gran Jaguar 70.1. Abril: dos posts de surf. Mayo: Apoyo en evento Two con Auro. de la Federación nacional tri con arco y carrera luego de Ejercicios Luctivos. Año: Apoyo evento Imperio Cacchiquel.			
7		Visitas a eventos nacionales.	5	Viajeros	1	20.0%	3	60%	0	0.0%	4	80%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Febrero: representación de delegada regional para competencia Triatlón Gran Jaguar 70.1. Mayo: apoyo a Competencia de Ciclismo de Mujeres. Año: Teñido hombre maya, parqueo categoría de Dora.			
Entrenimiento																											
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	5	Texto	0	0%	3	60%	0	0.0%	3	60%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Año: distribución de material a concesionarios comerciales de MINEC. Año: Distribución de material promocional a empresarios del sector turístico privado de Guatemala y envío de material a empresarios internacionales convocados a la presentación para el GMM.			
2		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	3	Apoyo técnico	0	0%	2	67%	0	0.0%	2	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	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	Mayo: realización de promoción de tours virtuales de museos. Año: 1ra reunión con el ministro de Cultura y Deportes para la promoción de museos en ciudad de Guatemala.
3		Incluir material e información del segmento en caravanas internacionales.	3	Giras	0	0%	2	67%	0	0.0%	2	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Año: Distribución de material promocional a empresarios internacionales que participaron en feria de negocios con El Salvador y República Dominicana.			
4		Actualización en medios digitales institucionales	15	Textos	3	20.0%	19	126.7%	0	0.0%	22	147%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	4.2.2.1- Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.	6	8	Enero: posts de museo de Arte Moderno Carlos Mirón. Febrero: Teatro Municipal en Totonicapán y un tour en San Juan La Laguna de arte y textiles. Mayo: 2 posts de Teatro Nacional. Otro Post, Castillo de San Felipe, Museo en San Marcos, San Juan La Laguna. Día Internacional de los Museos, Cerro Kukulcán. Año: Post de teatro, natación Fiesta La Escondida en Yajé Canjel, lugares de distracción en Astigua Guatemala, Parque Central de Chiquemul, Castillo de San Felipe, Resaca de Monasteranga, Zoológico.
5		Visitas técnicas a empresas	4	Eventos	0	0.0%	2	50%	0	0.0%	2	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Año: Tour virtual de Parque Chuitán, Tour virtual de Castillo de San Felipe.			
Turismo Idiomatico																											
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	5	Apoyo	2	40%	3	60%	0	0.0%	5	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Maestro actualización del brochure al francés. Y distribución del brochure del segmento a los participantes que visitaron el stand de Guatemala en Feria Ecológica. Mayo: envío de directorio de escuelas de español en línea, a revista Study Travel. Año: envío de información general del segmento en forma de artículo para congreso comercial de Países Bajos, para publicación en medio de comunicación.			
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	N/A	0	6	8	4.1.2.6.1-Promocionar activamente al país en el exterior, mediante el diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la identificación 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	Coordinación	3	100%	0	0.0%	0	0.0%	3	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	4.5.2.6.1- Procurar mejorar 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 turismo alternativo con imágenes de EEUU con línea aérea Delta. Marzo: participación en Feria Exponexa con 4 empresarios. Abril: presentación de destino y de alojamiento con universidades Países Bajos por medio de la embajada de Guatemala en Francia con MINEC.
4		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	5	Apoyo técnico	3	60.0%	1	20.0%	0	0.0%	4	80%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	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	Enero: reunión con empresarios representantes del segmento, se acordó solicitar apoyo para participar en la feria EXPOINQUIA virtual 2021 y también la actualización de datos de las escuelas para donar cuáles están en funciones todavía. Y reunión con Consejero Comercial de Países Bajos, se acordó realizar un webinar cuando se apertura el país. Mayo: Reunión con San Pedro Spanish School para ver lo de la revista Study Travel, en la cual se logró espacio.

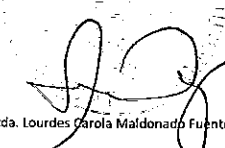
Lcd. Lourdes Carala Maldonado Fuentes

Nº	Producto o servicio	Categoría	Meta	Unidad	Avance del meta por trimestre								Avance por trimestre								Observaciones							
					I		II		III		IV		I		II		III		IV									
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%								
5	Actualización en medios digitales institucionales		25	Textos	16	64%	3	12%	0	0.0%	19	76%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	Enero: post de aprender el idioma español en Guatemala, los destinos en donde se puede aprender (2) y 5 razones por qué venir a Guatemala a aprender idioma español. Febrero: post de seguridad (2), destino Peten ofreciendo excursas (2), de Escuintela y Atigua Guatemala. Marzo: post de la feria de Escuintela. Abril: post para el día del idioma Español. Julio: Dos post escrito de español La Aventura, uno video.				
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	N/A	0	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%	1	25%	0	0.0%	1	25%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	Julio: envío de material del segmento a consejos comercial en Chile para promoción del segmento con congresos para realizar seguimiento de actividades comerciales futuras.	
2	Acciones que generen presencia internacional		4	Textos	0	0%	2	50%	0	0.0%	2	50%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	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	Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.		2	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	0	0	0	0	0	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.		3	Gira	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	0	0	0	0	0	0	4.5.2.6.1 Posicionar a Guatemala como un país sujeto de inversión, de turismo 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.	
5	Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.		6	Apoyo técnico	5	83%	1	17%	0	0%	6	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	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		15	Textos	7	47%	9	60%	0	0.0%	16	107%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	Enero: posts de ciudad de Guatemala y los protocolos. Y otro del Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias. Febrero: posts de La Antigua Guatemala, ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Museo Fibarte en Peten Itza con actividad de incentivo. Abril: un post de la ciudad de Guatemala. Mayo: posts de Ciudad de Guatemala, Antigua Guatemala y del Festival de Guatemala. Julio: Quetzaltenango, Hotel Casa Santos Domingo, Antigua Guatemala y Hotel Las Américas, Ciudad de Guatemala.	
7	Visitas técnicas a instituciones, asociaciones o empresas		6	Evento	3	50%	2	33%	0	0.0%	5	83%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	Enero: visita virtual a Hotel 1600 Cay Inn, Hotel Boutique Las Lagunas, Visión Camino Real para conocer establecimientos y nueva modalidad para eventos. Julio: visita al Hotel Las Américas y reunión con pin de banqueros.
Turismo de Naturaleza																												
1	Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.		4	Textos	2	50.0%	2	50.0%	0	0.0%	4	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	Febrero: distribución de brochures de Anturismo en tour de prensa nacional. Marzo: distribución de brochure de Anturismo en viaje de prensa con medios nacionales. Julio: distribución de material de Anturismo para estudiantes de guías comunitarios de Sipacapa, por parte de WCS.	
2	Acciones que generen presencia internacional		4	Textos	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	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	Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave.		4	Coordinación	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	4.5.2.6.1 -Procurar mejorar la percepción de nuestro país en el exterior mediante la implementación de una estrategia de marketing.

*[Handwritten Signature]*  
 Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes



No.	Producto subproducto	Servicio/actividad	Meses	Unidades medidas	Avance de meta(s) o cumplimiento						Indicador						Observaciones							
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		4to cuatrimestre		Descripción del indicador	Forma de medición	2023			Avance cuatrimestral						
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Planes/programas	Acción		Cuatrimestre	Anual					
4		Coordinación y realización de evento de promoción para el país.	4	Coordinación	3	75.0%	2	50.0%	0	0.0%	5	125.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Febrero: presentación de destino donde se mencionaron actividades de naturaleza con mayoristas de EEUU con línea aérea Delta, y presentación de destino con mayoristas de Costa Rica con línea aérea Volara. Marzo: presentación de destino que incluyó segmento de Naturaleza puntualmente para mayoristas europeos en evento de GATA Best of the Best. Julio: presentación de Guatemala un país ideal para la observación de aves, realizada a mayoristas de Europa. Y fiesta de negocios con mayoristas internacionales en Naturaleza y Ambiente.	
5		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Apoyo técnico	1	25.0%	2	50%	0	0.0%	3	75%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	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.  Evento: se sostuvo reunión de la mesa de Naturaleza en donde se acordó presentar una carta para apoyar puntualmente para San en la feria de Bird Fair, la cual se le dio seguimiento por parte de la coordinación del segmento. Marzo: entrega de folletos para coordinadores y participantes de Bird Fair y generación de información para post. Julio: mesa de negocios especializada en turismo con mayoristas Europeos y empresas guatemaltecas.
6		Actualización en medios digitales institucionales	40	Posts	25	63%	40	100%	0	0.0%	65	163%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Evento: posts de la Cataratas de la Igualdad en San Marcos, la Cataratas de Uspulután en Jalapa, Laguna Magdalena en Huehuetenango. Febrero: 1 Folleto de Montserrat en Flores. Día Internacional de la Biología, Margarita San Buenaventura promoviendo la biodiversidad, Misorol de San Juan La Laguna en Lago de Atitlán, Lago de Atitlán y Avistamiento de Colibris, Ecoturismo y Biodiversidad de Ecosistemas en Guatemala, Mirador de Lago de Atitlán, Parque Ecológico Chul Chuxan y El Quetzal. Marzo: posts de Atitlán, Playa Blanca, Semuc Champey, Día Biosfera, Centros de Ciencia, Río Negro, Laguna Apatz, Abril: 4 posts de mariposas, uno de cataratas y otro de fauna. Mayo: Conmemoración de día de aves, cataratas la Igualdad, Semuc Champey, río Chuy, Rio Achi, Corozal, día del árbol y picnic de Cumbre. Julio: Mirador naz del indio, centro San Gil, Hacienda Tija, Cerro Negro, Playa Blanca, Jocotenú catavío, Mulesito, Riscos de Montserrat, Lago de Atitlán, Semuc Champey, Isla de la Paloma, Salchón, San Rafael Pie de la Cuesta, Finca Sacrooc, Finca San Cayetano, Finca La Escondida, veda maquila, Bimpo de Quetzal, Laguna Bawa, Finca El Zapote, San Miguel Hospitán, El Quetzal, Laguna Masché.
7		Coordinación de ferias para promoción de turismo interno de naturaleza.	2	Coordinación	0	0%	2	100.0%	0	0%	2	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	
8		Visitas técnicas a empresas	15	Visitas	8	53%	2	13.3%	0	0.0%	10	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Evento: visita virtual a Reserva Natural Ran Tzol en Baja Verapaz. Febrero: visita a Orquídeas, Bioparque El Quetzal, Bioparque del Quetzal y Estación Biológica El Balam en Motul. Marzo: visita virtual a Finca La Escondida y Reserva Natural La Orquídea y presencial a Finca El Zapote y Jardines de Provenza. Julio: visita virtual a parque Chitún.
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%	2	67%	0	0.0%	2	67%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Julio: Distribución de folletos de bienestar a MIBEX y a empresas guatemaltecas.
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	0	6	8	4.1.2.6.1 - 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		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	0	6	8	4.5.2.6.1 - Promover mejor 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	3	75%	1	25%	0	0.0%	4	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	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.  Febrero: presentación de destino donde se mencionaron actividades de salud y bienestar con mayoristas de EEUU con línea aérea Delta, y presentación de destino con mayoristas de Costa Rica con línea aérea Volara. Marzo: presentación de destino que incluyó segmento de Bienestar puntualmente para mayoristas europeos en evento de GATA Best of the Best.
5		Actualización en medios digitales institucionales	35	Posts	22	63%	10	29%	0	0.0%	32	91%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Evento: posts de yoga y spas. Febrero: posts de retiro del Forster, (1) de wellness en Atitlán, (2) de wellness en Peten y uno de talleres matutinos, y uno de yoga en Atitlán. Marzo: posts de: 1 de yoga, 2 de aguas termales, 2 de cataratas de agua y 1 del destino de Lago de Atitlán. Abril: (1) Día mundial de la salud, (2) yoga en Escuintla, San Marcos La Laguna. Julio: tres posts de yoga, Ayur, spa Casa Santo Domingo, Indio.

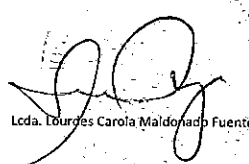
  
 Lcd. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

No.	Producto subproducto	Servicio/Actividad	Cant.	Unidad de Medida	Avance/meta por trimestre							Indicadores								Observaciones				
					1er Trimestre		2do Trimestre		3er Trimestre		4to Trimestre		Desempeño Indicador	Forma de Medición	2021		Avance Trimestral		2022		2023			
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			Avance	%	Avance	%						
6		Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones.	4	Apoyo técnico	2	50%	1	25%	0	0.0%	3	75.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enfer: reunión con Comisión de Salud y Bienestar de ACEXPOR en donde se acordó realizar una visita de negocios del segmento por equipamiento, adecuamiento a actualizar la base de datos de la oferta para realizar la visita con el mayor cantidad de empresas. Febrero: artículo de whatsapp en revista de Meeting Alliance en Travel Writer & Content Strategies. Mayo: Se realizó directorio de Salud y Bienestar por la reunión con Guianá de ACEXPOR.
7		Visitas técnicas a empresas e instituciones del segmento.	3	Eventos	1	33%	4	133%	0	0.0%	5	167%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Enfer: visita virtual al Hotel Boutique Las Lagunas. Julio: visita virtual a spa de Casa Santo Domingo. Ajuste espacio de atención. BTOG.
Turismo de Voluntariado																								
1		Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional.	4	Folleto	1	25%	2	50%	0	0.0%	3	75%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Marzo: actualización de directorio del segmento en versión digital.
2		Acciones que generen presencia internacional	1	Gira	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.2.6.1 -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	Apoyo técnico	2	67%	1	33%	0	0.0%	3	100%	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	Enfer: reunión con asociaciones y ONGs 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. Julio: se realizaron los tour virtuales de redes sociales por reunión con empresas del sector.
4		Actualización en medios digitales institucionales	15	Textos	9	60%	4	27%	0	0.0%	13	87%	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 acciones estratégicas entre las instituciones responsables y el sector privado, la implementación de programas de capacitación y el establecimiento de estándares de calidad.	6	8	Enfer: posts de empresa y control de basura, actividades estas después de hacer voluntariado. Febrero: (3) de seguridad en acciones de voluntariado; post de Reserva el Banco en Montecito en temas de cuidado de las tortugas y uso de El Quetzal referente a la limpieza cuando se realiza turismo. Julio: posts de Glaswings y Anual AWARE.
5		Visitas técnicas a Instituciones	5	Eventos	1	20%	2	40%	0	0.0%	3	60%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	6	8	Febrero: visita virtual a Reserva El Banco en Santa Rosa Montecito. Julio: visita virtual con Glaswings y Anual AWARE.
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	Julio: técnicos del BANQUAT, Instituto de Migración e INGUAT participaron en el V Taller de Fortalecimiento de las cuentas satélites de turismo, organizado por Sica.
Estadística																								
1		Medición de Flujos Turísticos: Operación destinada a obtener el universo y caracterización de los visitantes que cruzan las principales fronteras terrestres de Guatemala.	24	Documento	9	38%	6	25%	0	0%	15	63%	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	Enfer: 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. Marzo: Boletín de Estadísticas de Turismo Febrero 2021. Boletín Semo Histórica de Registros Internacionales 2009-2020. Abril: Boletín de Estadísticas de Turismo Marzo 2021. Boletín de Estadísticas de Turismo Primer Trimestre 2021. Boletín de Visitantes Internacionales Semana Santa 2021. Trabajo de campo Semana Santa, Mayo: Boletín de Estadísticas de Turismo Abril 2021. Ajuste: Boletín de Estadísticas de Turismo Mayo 2021. Julio: Boletín de Estadísticas de Turismo Junio 2021. Boletín de Estadísticas de Turismo Segundo Trimestre 2021. Boletín de Estadísticas de Turismo Primer Semestre 2021. Medición por trienio largo 30 de junio 2021.



Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

No.	Producto/ Subproducto	Servicio/Actividad	Meta	Unidad de Medida	Avance de meta por cuatrimestre								Indicador								RPO	CPS	GOS	Observaciones		
					1er cuatrimestre		2do cuatrimestre		3er cuatrimestre		4to cuatrimestre		Anual		Descripción del Indicador	Formula del Indicador	Meta 2021		Avance por Cuatrimestre							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Anual						
					2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021			2021	2021	2021	2021					2021	
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, Maritimas y Aereas Aqui se aprovecha para medir los sitios de visitación y el nivel de satisfacción		24	Documento	8	33.3%	4	16.7%	0	0.0%	12	50.0%	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	Evento: Perfil general del visitante internacional a Guatemala 2020, perfil del visitante de Estados Unidos 2020, Perfil del visitante internacional de España y Alemania 2020, Perfil del visitante internacional de Argieria y Australia 2020, Abril: Perfil del visitante internacional de Italia y Canadá 2020, Levantamiento de campo por medio de encuestas de gasto y emisor en Semana Santa, Mayor perfil del visitante internacional de Belice, Autor perfil del visitante internacional de Costa Rica, Autor perfil del visitante internacional de El Salvador y de Honduras. El presupuesto es por requestadores.		
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 recolectará información entre otros a través del proyecto: Servidores Civicos en Medición de la Actividad Turística 2021.		6	Documento	4	66.7%	4	66.7%	0	0.0%	8	133.3%	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	Evento: Boleto de Oferta y Ocupación Hotelera Cuarto Trimestre 2020 y Boleto Anual de Oferta y Ocupación Hotelera Año 2020, Fomento: Boleto de Oferta y Ocupación Hotelera, serie histórica 2009-2020, Abril: Boleto de Oferta y Ocupación Hotelera Primer Trimestre 2021, Mayo: Boleto de Oferta Hotelera Primer Trimestre 2021 y Boleto de Oferta de Marzo 2021, Julio: Boleto de Oferta Hotelera Segundo Trimestre 2021, Boleto de Oferta de Turismo Segundo Trimestre 2021. Para su supervisión de los servidores civicos se ha recibido el apoyo de Oficinas Regionales y Asstur, por medidas de prevención.		
4	Medición de Turismo Interno: Estudio que permite obtener la caracterización de los visitantes nacionales a los diferentes puntos destinos Guatemaltecos, permite obtener el perfil, el gasto y estadia promedio del turista nacional. También se mide el nivel de satisfacción		5	Documento	2	40.0%	1	20.0%	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	Evento: perfil del turismo interno de Guatemala 2020, Abril: Boleto de movimientos internos Semana Santa 2021, Levantamiento de información por medio de BIGDATA en Semana Santa, Levantamiento de información por medio de censo vehicular en Semana Santa y Servicios técnicos en monitoreo y control estadístico fiscales 2020 y principios 2021, Julio: Boleto de vacaciones de medio año 2021, Presupuesto por levantamiento de información por medio de BIGDATA, primer cuatrimestre 2021		
5			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			

  
 Lda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

Núm.	Producto subproducto	Unidad de actividad	Mes	Unidad de medida	Avance de meta por trimestre								Indicador								Observaciones			
					1er. Trimestre		2do. Trimestre		3er. Trimestre		Anual		Meta		Avance		Criterio							
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%				
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 conlleva una mejor comprensión del comportamiento y tendencias del mercado de viajes y turismo, a través de la generación de documentos analíticos.		44	Documento	14	32%	10	22.7%	0	0%	24	54.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1.2.6.1 - Promoción activa al turista en el extranjero: monitoreo al diseño e implementación de una estrategia de marketing integral turística, la diversificación de la oferta turística y el impacto del sistema nacional de información turística.	4	8	Evento: perfiles del visitante internacional a los departamentos de Guatemala, Salavador y Sicilia 2020; Febrero: perfiles del visitante internacional a los departamentos de Alta Verapaz, Baja Verapaz, Huehuetenango y Peten; Marzo: perfiles de visitantes internacionales a departamentos de Chiquimula y Escuintla; Abril: Perfil de visitantes internacionales a Izabal y Jalisco; perfil del turista emisor de Canadá 2021 y China 2021; FERIA INTERNACIONAL DE MAYO: Perfil de turista emisor de España y Francia; perfil de visitantes internacionales a departamentos de Jalisco y Querétaro; Junio: perfil del visitante internacional al departamento de Oaxaca; perfiles del turista emisor de Israel e Italia 2021; Julio: perfil del visitante internacional al departamento de San Marcos; perfiles del turista emisor de México y Estados Unidos 2021.	
DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA TURÍSTICA																								
1	Gestión de seguridad en beneficio de visitantes nacionales e internacionales		500	Evento (oficio de referencia)	185	37.0%	359	71.8%	0	0.0%	544	108.8%	Cobertura de asistencias en seguridad	Número de visitantes atendidos/ Número de eventos	(297/114)= 3 personas atendidas por evento	(939/5112) = 2 personas atendidas por evento	(1140/583) = 7 personas atendidas por evento	(3491 / 1009) = 3 personas atendidas por evento	0	(7631 / 1592) = 5 personas atendidas por evento	7	16	Febrero: Se hizo una reprogramación de las metas anuales e mensuales para ajustarse a los meses reportados mensualmente. Se realizaron custodias y acompañamientos a turistas nacionales, extranjeros y Tour Operadores; Marzo, Abril, Mayo, Junio y Julio: Se realizaron custodias y acompañamientos a grupos de turistas y tour operadores que realizan sus solicitudes a través de la Central de Llamadas 1500.	
		4,085	Personas custodiadas	1,488	36.4%	2,591	62.7%	0	0.0%	4,049	99.1%	7									16			
2	Asistencia en eventualidades a visitantes nacionales e internacionales		4,612	Evento (Informe de asistencia)	398	8.6%	650	14.1%	0	0.0%	1,048	22.7%	Cobertura de asistencias en seguridad	Número de visitantes atendidos/ Número de eventos	(297/114)= 3 personas atendidas por evento	(939/5112) = 2 personas atendidas por evento	(1140/583) = 7 personas atendidas por evento	(3491 / 1009) = 3 personas atendidas por evento	0	(7631 / 1592) = 5 personas atendidas por evento	7	16	Febrero: Se hizo una reprogramación de las metas anuales e mensuales para ajustarse a los meses reportados mensualmente. Se atendieron turistas nacionales, extranjeros y prestadores de servicios turísticos; Marzo y Abril: Se atendieron asistencias de información y no documentales por parte de los Delegados de Asistencia Turística, así mismo se atendió el Plan de Atención de Semana Santa 2021; Mayo: Se atendieron asistencias de documentación y no documentales, así como atención e información al sector turístico del país; Se atendió el plan de invierno nacional; Junio: Se atendieron asistencias de documentación y no documentales, así como atención e información al sector turístico del país; Julio: Se atendieron turistas nacionales, extranjeros y prestadores de servicios turísticos. El presupuesto de esta actividad aumentó debido a que incluyen otros regiones y por las actividades de la Fiesta Agostina.	
		5,307	Personas asistidas	2,652	50.0%	930	17.5%	0	0.0%	3,582	67.5%	7									16			
3	Apoyo en la gestión de seguridad asistencia en festivales, ferias y diversas actividades en los destinos turísticos		40	Evento (Informe de asistencia)	15		8		0		23		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6.5.2.7.1 - Se inició en el desarrollo de un censo de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	7	16	Febrero y Marzo: Se atendió el evento del BICENTENARIO y se apoyó al documental Bici Ruta Sacra; Abril: No se atendieron eventos; Mayo: Se atendió un evento "Visita Cultural Femenina 2021"; Junio: Se atendió el evento de Hombre y Niño Mayo en Peten; Julio: Se atendió el plan de atención y prevención de Fiestas Agostinas 2021.
4	Boletines de información		120	Evento (Boletines de información)	82		259		0		341		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6.5.2.7.1 - Se inició en el desarrollo de un censo de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	7	16	Marzo: Se realizó un boletín especial de carreteras y 31 boletines claros de información de carreteras; Abril: Se realizaron 30 boletines de información de carreteras; Mayo: Se realizaron 83 boletines de información incluyendo post en redes sociales; Junio: se realizaron 100 boletines de información incluyendo post en redes sociales; Julio: se realizaron 89 boletines de información incluyendo post en redes sociales.
5	Monitoreo de rutas y destinos turísticos		3,840	Evento (Monitores)	1,250		1,944		0		3,194		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6.5.2.7.1 - Se inició en el desarrollo de un censo de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	7	16	Marzo: Se solicitó por favor la reprogramación de la meta ya que se estableció un nuevo método para contabilizar los monitores de rutas y los visitas a los sitios turísticos; META 3840 monitores de rutas y destinos turísticos en lo que resta del año incluyendo a Marzo, Abril y Mayo: Se realizaron monitores de rutas y visitas a sitios turísticos por parte de los delegados de asistencia turística; Julio: se realizaron 563 monitores de ruta y destinos turísticos.
6	Charlas informativas al sector turístico		23	Evento (Solicitudes de información)	9		1		0		10		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6.5.2.7.1 - Se inició en el desarrollo de un censo de información turística y el desarrollo de nuevos destinos turísticos.	7	16	Marzo: Charlas informativas al sector puesto en medidas de prevención del covid-19 y a personal de municipalidades para atención al plan SINAPRESE 2021 Abril, Mayo y Junio: No se realizaron charlas informativas; JULIO: se realizó una charla informativa para los servidores civiles en atención al Plan de Atención y Prevención de Fiestas Agostinas 2021.

Lcd. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

No.	Producto subproducto	Servicio o actividad	Meta 2021	Unidad de medida	Avance de meta por cuatrimestre							Indicador						Código	Observaciones						
					I Cuatrimestre		II Cuatrimestre		III Cuatrimestre		Anual		Descripción del indicador	Formulación del indicador	Meta		Avance cuatrimestral			Código					
					Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%			2021	2022	2021				2022				
7		Atención a visitantes nacionales e internacionales a través de la Central de Llamadas 1500	11,780	Personas atendidas	2,704	23.0%	6,064	51.5%	0	0.0%	8,768	74.4%	Cobertura de visitantes internacionales en la central de llamadas 1500	(Número de visitantes internacionales que llamaron/ Número de llamadas) * 100	700 / 3630 * 100 = 19%	2000 / 11780 * 100 = 16%	(5382,704) * 100 = 5%	(110 / 6064) * 100 = 1.8%	0	(648 / 8768) * 100 = 7.39%	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.	7	16	Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio: se atendieron llamadas nacionales e internacionales sobre información turística y vital.	
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.	20000	Personas atendidas	7,235	36.2%	6,744	33.7%	0	0.0%	13,979	69.9%	Cobertura de la Información Turística	(número de turistas extranjeros/ número de turistas ingresados al país) * 100	(2,812/ 636,321) * 100 = 0.44%	(8,436/ 1,908,963) * 100 = 0.44%	(2,482/ 163,971) * 100 = 1.51%	9793,902 * 100 = 1	0	(4,079/ 257,873) * 100 = 1.58%	0	4	8	Enero, febrero: no se logró alcanzar la meta del mes, debido a que aún continuamos en pandemia, donde los turistas casi no están viajando. Marzo: se pagó el arrendamiento de la Delegación de Chichicastenango. Abril: se pagó arrendamiento de la delegación de Chichicastenango. Mayo: se pagó arrendamiento de la delegación de Chichicastenango. Junio: no se cobra información del indicador, por lo tanto indicada en la nota. Se pagó arrendamiento de la delegación de Chichicastenango y reingreso de vehículos de Jornada Móvil en San Luis, Peten. Julio: se pagó arrendamiento de la delegación de Chichicastenango y Jutiapa. Reingreso de vehículos de jornada móvil en Huehuetenango y Jutiapa. NOTA: Cuando no se cobra la información del indicador, se debe a que no dispone de la información que brinda el Departamento de Investigación de Mercados, quienes deben esperar que el Instituto de Migración les puzen la información, además por ser un año atípico debido a COVID-19 no se cuenta con proyecciones por parte del Depto. Inv. de Mercados.	
variable	Hombres extranjeros	1,370	18.9%	1,364	20.2%	0	#DIV/0!	2,734	19.6%																
variable	Mujeres extranjeras	1,112	15.4%	1,502	22.3%	0	#DIV/0!	2,614	18.7%																
variable	Hombres nacionales	2,609	36.1%	1,912	28.4%	0	#DIV/0!	4,521	32.3%																
variable	Mujeres nacionales	2,144	29.6%	1,966	29.2%	0	#DIV/0!	4,110	29.4%																
variable	Mayas	191	2.6%	184	2.7%	0	#DIV/0!	375	2.7%																
variable	Xincas	0	0%	0	0.0%	0	#DIV/0!	0	0%																
variable	Garifunas	0	0%	0	0.0%	0	#DIV/0!	0	0%																
variable	Ladinos	4,562	63%	3,694	54.8%	0	#DIV/0!	8,256	59%																

Lourdes Carola Maldonado Fuentes