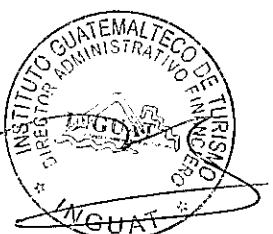


**DIRECCION ADMINISTRATIVA FINANCIERA
MEMORANDO No. 617-2021-DAF**

A: Unidad de Información Pública del INGUAT

DE: Lic. Julio Oliva Juárez
Director Administrativo Financiero

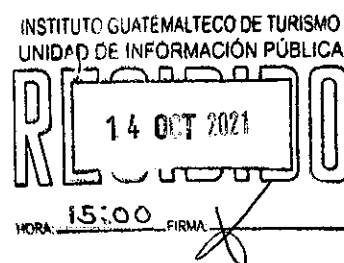


ASUNTO: MATRIZ DE PLANIFICACION OPERATIVA ANUAL 2021 GESTION POR RESULTADOS CORRESPONDIENTE A SEPTIEMBRE DE 2021.

FECHA: Guatemala, 14 de octubre de 2021

En documentos adjuntos, solicito 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 a septiembre de 2021.

Atentamente,

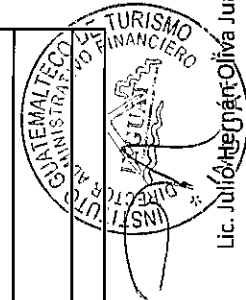


c.c. archivo
/jder

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

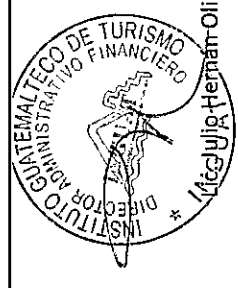
Septiembre 2021

| 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% | 1 | 33.3% | 3 | 100% | 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 | | 5 | | 35 | | 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 | | 3 | | 9 | | 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 Septiembre: Informes GABECO (enero a septiembre y julio a septiembre) e Informe Rendición de Cuentas segundo cuatrimestre. |
| 5 | Plan Operativo Anual 2021 | | | | | | | | | | | |
| | Emilir oficinas, 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 | | 1 | | 0 | | 2 | 0 | |
| | Reuniones comisión POA. | variable | reuniones | 3 | | 1 | | 2 | | 6 | 0 | |
| | Realizar presentaciones al despacho superior. | variable | Documento (s) | 1 | | 0 | | 1 | | 2 | 0 | |
| | Modificaciones. | variable | documento | 1 | | 0 | | 1 | | 2 | 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 avances del Programa de Actividades Centrales. | 12 | Matrices | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | |
| | Matriz tipo semáforo | variable | Matrices | 0 | | 3 | | 0 | | 3 | 0 | |

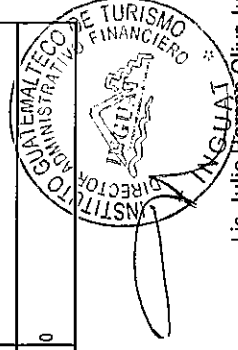


| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | Observaciones | | | |
|-----|--|----------|--|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|----------|---|---------------|------|---|--|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | |
| 6 | Plan Operativo Anual y Multianual 2022-2026 Llevar a cabo las acciones previas a la planificación, participación en reuniones de trabajo con la SEGEPLAN y Dirección de Presupuesto del Ministerio de Finanzas Públicas. Reuniones comisión POA. Presentación del Plan Operativo Anual y Multianual 2022-2026 | variable | Documento(s) | 1 | | 0 | | 0 | | 0 | | 1 | | 0 | |
| | | variable | reuniones | 3 | | 1 | | 0 | | 0 | | 4 | | 0 | |
| 7 | Brindar apoyo técnico para la elaboración y actualización de los procedimientos. | variable | Procedimientos aprobados | 6 | | 3 | | 0 | | 9 | | 1 | 100% | 0 | |
| 8 | | variable | Reuniones de procedimientos en proceso | 10 | | 25 | | 0 | | 35 | | 1 | 100% | 0 | |

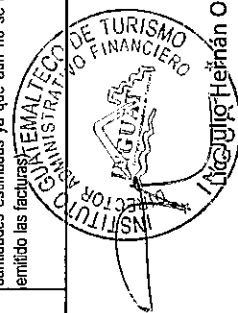
Marzo: MP-PRO-01 v4, Procedimiento de contratación de productos y/o servicios de promoción y publicidad en el extranjero. MP-PRO-03 v1, Procedimiento de contratación y pago de servicios para la participación del INGUAT en ferias internacionales en el extranjero. Abril: MP-PRO-01 v5, Procedimiento de 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. 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. Agosto: MP-DF-11, Procedimiento de transferencias bancarias para pagos al exterior.



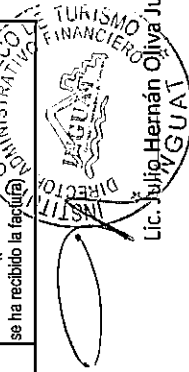
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|------------------------------------|--|----------|-----------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|------|----------|-------|---|--|--|--|---------------|
| | | 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 | | 32 | | 20 | | 90 | | 0 | | | | |
| DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 0 | | | | |
| 2 | Pagar servicios de mensajería y fletes | 12 | Eventos de pago | 3 | 25% | 3 | 25.0% | 1 | 8.3% | 7 | 58.3% | 0 | | | | |
| 3 | Programar acciones para adecuar espacios físicos, insumos y actividades | 1 | Reunión y seguimiento | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | | | |
| 4 | Administrar los seguros en los ramos de: vehículos automotores del INGUAT. | 1 | Requisición | 1 | 100% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 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% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 8 | 66.7% | 0 | | | | |
| 10 | Atendimiento 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% | 5 | 41.7% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | | | |
| 11 | Realizar compras emergentes de bienes y servicios del Departamento Administrativo. | 12 | Informes | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 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% | 12 | 33.3% | 3 | 8.3% | 27 | 75% | 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 | | | | |



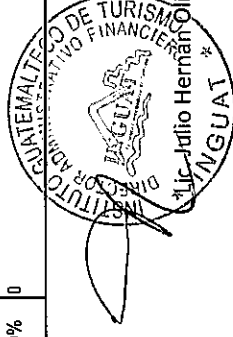
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|---------------------------------|--|----------|------------------|---------------------------------|------|------------------|------|------------------|------|----------|------|---|------|---|--|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| 14 | Compra de mobiliario y equipo de oficina para el edificio central del INGUAT, Delegaciones Nacionales, Oficinas Regionales y Sub Regionales. | Variable | Requisiciones | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | |
| 15 | Contratación de empresa para el arrendamiento de una planta telefónica para el edificio central de INGUAT- | 1 | Cotización | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | |
| SECCIÓN DE MANTENIMIENTO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | 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 | | 4 | | 1 | | 4 | | 1 | | 9 | Septiembre: Servicio de mantenimiento de aires acondicionados, desodorizadores, elevadores, fumigación y lavandería del edificio central del INGUAT | |
| 17 | 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 | | 2 | | 1 | | 5 | | 1 | | 5 | Mantenimiento y reparación del tablero eléctrico del control de la bomba de distribución de agua a potable del edificio central de INGUAT y For servicio de mantenimiento de dos astas de banderas en el edificio central de INGUAT. | |
| 18 | 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 | | 4 | | 1 | | 9 | | 1 | | 9 | 0 | |
| 19 | 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 | | 4 | | 1 | | 9 | | 1 | | 9 | Septiembre: 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 Chichicastenango, Mercado de Artesanías, CRI, Museo y Castillo son cantidades estimadas ya que aun no se han emitido las facturas) | |



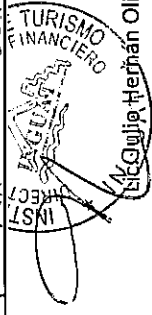
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|-----|---|------|------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|------|----------|-------|--|--|----|--|--|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| 20 | Servicio de extracción de basura en el edificio central INGUAT, Mercado de Artesanías, Delegaciones nacionales, Regionales y Sub Regionales. | 12 | Eventos de pago | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | septiembre: extracción del basura del edificio central de INGUAT, Mercado de Artesanías y CRI. |
| 21 | Cargo por servicio de agua potable | 12 | Requisición | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | Servicio de cargo fijo de agua potable del edificio central del INGUAT |
| 22 | Servicio de agua pura en garrafones para el edificio central de INGUAT, Delegaciones nacionales, Regionales y Sub Regionales. | 12 | Requisición | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | Abastecimiento de agua purificada a los empleados del edificio central del INGUAT. |
| 23 | Servicio de cable para el edificio central de INGUAT. | 12 | Requisición | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | Servicio de cable en la Garita del sótano 1 y Oficinas de Dirección y Subdirección del edificio central del INGUAT |
| 24 | Contratación externa para los servicios de conserjería. | 12 | Requisición | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | Septiembre: servicio de conserjería del edificio central del INGUAT, Oficina de información Turística de Chichicastenango, Oficina de Información Turística de Esquipulas, Módulo de Turismo del Aeropuerto y Oficina de Información turística en el área de Izabal. |
| 25 | Compra de material eléctrico, material de fontanería, insecticidas, plantas, pintura, material para trabajos de tableado, 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 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | Compra de diferentes materiales para realizar reparaciones y mantenimiento en el edificio central de INGUAT como en las diferentes Delegaciones Nacionales. Evento materiales de tableado para mantener en stock de la sección de Mantenimiento. |
| 26 | Servicio de Desinfección para el Edificio Central de INGUAT y vehículos | 22 | Requisiciones | 7 | | 3 | | 3 | | 13 | | | | 13 | | Desinfección del edificio central y delegaciones departamentales del Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT; Servicio de sanitización en el edificio central de INGUAT zona 4, en los niveles: 14, 2.3, lobby y ascensores. |
| 27 | Servicio de recolección de desechos médicos, en la clínicas médica y odontológica del edificio central de INGUAT. | 12 | Eventos de pago | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 9 | | Por el servicio de recolección de desechos biológicos de las clínicas del edificio central de INGUAT. |
| 28 | Servicio de alcantarillado en el edificio central de INGUAT. | 12 | Requisición | 3 | 25.0% | 5 | 41.7% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | | | 9 | | Septiembre: servicio de alcantarillado del edificio central de INGUAT. Según contador No. 80050 (La cantidad de agua estimado no se ha recibido la factura) |



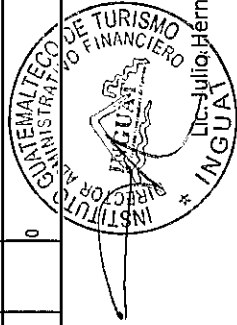
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|--|---|----------|------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|------|----------|-------|---|--|--|--|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| SECCIÓN DE ALMACÉN | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 29 | Operar el módulo de Almacén General en el Sistema de Gestión Administrativa -SIGAD- | 12 | Informes | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | | | |
| 30 | Empacar material promocional para diferentes actividades nacionales e internacionales. | Variable | Requisición | 128 | | 166 | | 109 | | 403 | | 0 | | | | |
| 31 | Compra de útiles de oficina | Variable | Compra directa | 2 | | 2 | | 1 | | 5 | | 0 | | | | |
| 32 | Compra de útiles de limpieza y productos sanitarios | Variable | Compra directa | 2 | | 9 | | 1 | | 12 | | 0 | | | | |
| 33 | Elaborar formas 1H, ingresos al almacén. | Variable | Informe | 23 | | 103 | | 31 | | 157 | | 0 | | | | |
| SECCIÓN DE TRANSPORTES | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 34 | 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% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | Se realizaron 177 comisiones y se utilizó Q 13,100.00 de combustible | | |
| 35 | Monitorizar a través del sistema del Global Positioning System -GPS- los vehículos pertenecientes a la institución. | 12 | Requisición | 3 | 25% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 8 | 67% | 0 | | | | |
| 36 | Compra de vales de combustible para los vehículos de la institución. | 1 | Cotización | 1 | 100% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100% | 0 | | | | |
| 37 | Realizar mantenimiento y reparación a los vehículos de la institución. | Variable | Requisición | 22 | | 10 | | 4 | | 36 | | 0 | | | | |
| 38 | Compra de lubricantes, llantas y neumáticos entre otros para los vehículos de la institución. | Variable | Requisición | 8 | | 0 | | 0 | | 8 | | 0 | | | | |
| UNIDAD DE PREVENCIÓN DE RIESGOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 39 | Contratación externa para los servicios, seguridad y vigilancia. | 12 | Eventos de pago | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | | | |
| 40 | 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 Estandueña, 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 | | | | |
| 41 | Servicio y reparación de cámaras y grabadores NVR | 1 | Requisición | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | | | |
| 42 | Servicio y reparación del sistema de alarma de intrusión | 1 | Requisición | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | 0 | | | | |
| 43 | Servicio y reparación de arcos de detector de metales | 1 | Requisición | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | | | | |



| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|--------------------------------|--|----------|---------------------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|------|----------|-------|---|--|---|--|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| DEPARTAMENTO FINANCIERO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Tramitar pago por servicios Gubernamentales de Fiscalización | 12 | Requisición | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | | | |
| 2 | Tramitar pago comisiones y gastos bancarios | Variable | Requisición | 16 | | 26 | | 9 | | 51 | | 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. | Variable | Requisición | 2 | 0.0% | 1 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 0.0% | 0 | | | | |
| 5 | Tramitar impresión de formas autorizadas por Contraloría General de Cuentas (Tickets de ingreso al Castillo de San Felipe de Lara, Libros de Bancos, Libros de Actas, Cheques) | Variable | Requisición | 2 | | 2 | | 0 | | 4 | | 0 | | | | |
| 6 | Tramitar pago de Impuestos, derechos y tasas | Variable | Requisición | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | | | |
| 7 | Tramitar pago por transporte de personal y compra de boletos aéreos comisión interior | Variable | Requisición | 1 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 0.0% | 0 | | | | |
| 8 | Tramitar pago por membresía anual de acceso a Leyes Tributarias y otras normas (Infile). | Variable | Requisición | 0 | 0.0% | 1 | 0% | 0 | 0.0% | 1 | 0% | 0 | | | | |
| 9 | Tramitar pago por servicios técnicos contables y otros estudios y/o servicios | Variable | Requisición | 6 | 0.0% | 9 | 0.0% | 3 | 0.0% | 18 | 0.0% | 0 | | Servicios prestados al periodo del 01 al 15 de agosto 2021. | | |
| 10 | 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 | | | | |
| 11 | Tramitar información solicitada a través de la Unidad de Acceso a la Información Pública | Variable | Informes | 6 | 0.0% | 6 | 0.0% | 2 | 0.0% | 14 | 0.0% | 0 | | | | |
| 12 | Informes de avances de proyectos | 3 | Informes | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 33.3% | 0 | | | | |
| 13 | Comisiones al Interior personal Departamento Financiero | Variable | Comisiones | 4 | 0.0% | 11 | 0.0% | 2 | 0.0% | 17 | 0.0% | 0 | | | | |
| SECCIÓN DE COBROS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Operar el sistema E-INGUAT. | 12 | Meses | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | | | |
| 2 | Tramitar, elaborar y entregar solvencias de pago a empresas de hospedaje | Variable | No. de solvencias entregadas | 70 | | 54 | | 10 | | 134 | | 0 | | | | |
| 3 | Calcular intereses por mora en ajustes de auditorías realizadas por el Departamento de Fiscalización | Variable | Documento | 31 | | 18 | | 11 | | 60 | | 0 | | | | |
| 4 | Elaborar reconocimientos de deuda | Variable | Convenios | 5 | | 6 | | 1 | | 12 | | 0 | | | | |
| 5 | Notificar multas generadas por la Sección de Registro y Verificación de Servicios Turísticos | Variable | Documento de Notificación | 145 | | 117 | | 99 | | 361 | | 0 | | | | |
| 6 | Realizar el cobro de intereses por pago extemporáneo del 10% sobre hospedaje | Variable | Operación registrada | 26 | | 89 | | 40 | | 155 | | 0 | | | | |
| 7 | Enviar recibos para el pago del Impuesto del 10% sobre hospedaje | Variable | Registro de cantidad de hoteles | 75 | | 588 | | 151 | | 814 | | 0 | | | | |



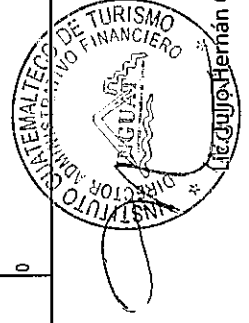
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones | |
|------------------------|---|----------|--------------------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|------|----------|-----|----------|---|---|--|---------------|--|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | % | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | |
| 8 | Administrar la venta de tickets de ingreso al Castillo San Felipe de Lara. | Variable | Tickets de ingreso adultos | 38,950 | | 33,210 | | 5,250 | | 77,410 | | 0 | | 0 | | | |
| 9 | | Variable | Tickets de ingreso niños | 5,390 | | 5,482 | | 790 | | 11,662 | | 0 | | 0 | | | |
| 10 | | Variable | Tickets de ingreso extranjeros | 510 | | 930 | | 170 | | 1,610 | | 0 | | 0 | | | |
| 11 | Elaborar el traslado de Ingresos percibidos en el Castillo de San Felipe de Lara | Variable | Informe | 50 | | 12 | | 0 | | 62 | | 0 | | 0 | | | |
| 12 | Trasladar información solicitada a través de la Unidad de Acceso a la Información Pública. | Variable | Documento | 5 | | 4 | | 1 | | 10 | | 0 | | 0 | | | |
| 13 | Revisar y aplicar cargos y abonos por cambios de operaciones en el Sistema e-Inguaat. | Variable | Informe | 100 | | 120 | | 206 | | 426 | | 0 | | 0 | | | |
| 14 | Emitir Informe mensual de ingresos por 10% de hospedaje, impuesto de salida del país vía aérea y marítima, Ingresos al Castillo de San Felipe de Lara y otros | 12 | Informe | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 0 | | 0 | | | |
| 15 | Enviar notas de cobros a establecimientos morosos en el pago del 10% de Impuesto de Hospedaje | Variable | Notas de cobro | 408 | | 3077 | | 0 | | 3485 | | 0 | | 0 | | | |
| 16 | Elaborar reporte de estatus de arrendamientos de inmuebles propiedad de INGUAT | Variable | Oficios | 9 | | 52 | | 18 | | 79 | | 0 | | 0 | | | |
| 17 | Elaborar actualización de cuenta corriente por pago de Reconocimiento de Deuda | Variable | Documento | 22 | | 267 | | 54 | | 343 | | 0 | | 0 | | | |
| 18 | Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas. | Variable | Documento | 3 | | 6 | | 1 | | 10 | | 0 | | 0 | | | |
| SECCIÓN DE CAJA | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Administrar y manejar las cuentas bancarias del INGUAT. | Variable | Manejos | 22 | | 45 | | 5 | | 72 | | 0 | | 0 | | | |
| 2 | Realizar el pago a proveedores y empleados de la Institución. | Variable | Cheque emitido/pago realizado | 492 | | 691 | | 201 | | 1384 | | 0 | | 0 | | | |
| 3 | Atender los requerimientos de documentación de ingresos y egresos que solicite Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna. | Variable | Documentos entregados | 19 | | 16 | | 4 | | 39 | | 0 | | 0 | | | |
| 4 | Realizar la rendición de formas utilizadas por medio electrónico | 12 | Constancia de rendición | 4 | 33.3% | 5 | 41.7% | 1 | 8% | 10 | 83% | 0 | | 0 | | | |
| 5 | Rendición de la Caja Fiscal forma electrónica. | Variable | Documento | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | 0 | | 0 | | | |
| 6 | Generar reportes de tesorería conforme requerimientos específicos | Variable | Reporte electrónico | 14 | | 22 | | 2 | | 38 | | 0 | | 0 | | | |



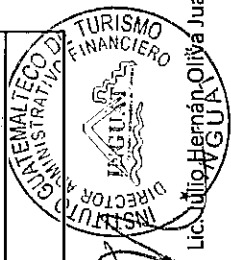
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | Observaciones |
|---|--|----------|------------------------|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|----------|---|---|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Año | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | |
| 7 | Elaborar reporte de archivo de expedientes | 8 | Documento | 0 | | 4 | | 1 | | 5 | | En el primer trimestre se atendieron solicitudes de la CGC y Auditoría Interna. |
| 8 | Enviar oficios a entidades bancarias por las transferencias realizadas | Variable | Envíos | 49 | | 53 | | 10 | | 112 | | 0 |
| 9 | Recepcionar ingresos varios | Variable | Operaciones | 893 | | 820 | | 323 | | 2036 | | 0 |
| SECCIÓN DE COMPRAS | | | | | | | | | | | | |
| SIGES, REGISTRO DE: | | | | | | | | | | | | |
| Orden de compra, COM-DEV o CYD: | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Compras baja cuantía | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 147 | | 196 | | 51 | | 394 | | 0 |
| 2 | Compras cotización | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 1 | | 1 | | 1 | | 3 | | 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 | | 8 | | 8 | | 0 |
| 5 | Compras adquisición directa por ausencia de ofertas | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 0 | | 2 | | 10 | | 12 | | 0 |
| 6 | Arrendamientos | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 2 | | 46 | | 16 | | 64 | | 0 |
| 7 | Honorarios (subgrupo 18) | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 36 | | 211 | | 45 | | 292 | | 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 | | 290 | | 91 | | 490 | | 0 |
| PROVIDENCIAS | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Elaboradas para realizar contratos. | variable | Providencias | 79 | | 15 | | 11 | | 105 | | 0 |
| GUATECOMPRAS (publicaciones) | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Plan de Compras | Variable | Constancia publicación | 1 | | 2 | | 0 | | 3 | | 0 |
| 13 | Modificaciones internas Plan de compras | Variable | Documento | 51 | | 158 | | 35 | | 244 | | 0 |
| NOG Cotización. De Q90,000.01 a Q900,000.00: | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Apoyo en la elaboración de bases | Variable | Documento | 1 | | 11 | | 3 | | 15 | | Compra de Switches, compra de servidor y compra de cepillos de limpieza una vez |



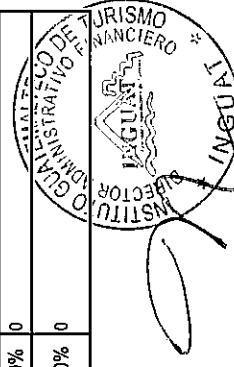
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|--|---|----------|------------------------|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|------------------|---|----------|---|--|---|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | 4to cuatrimestre | | Anual | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | |
| 15 | Proyecto | Variable | Constancia publicación | 1 | | 5 | | 3 | | 9 | | | | | Proyecto de bases Mantenimiento de vehículos, cupones de combustible y elevador universal del primer nivel del INGUAT | |
| 16 | Bases | Variable | Constancia publicación | 2 | | 4 | | 0 | | 6 | | | | | | |
| 17 | Adquisición directa por ausencia de ofertas | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 8 | | 8 | | | | | | |
| 18 | Contrato entregados por el Depto. Jurídico para publicar | Variable | Constancia publicación | 2 | | 4 | | 0 | | 6 | | | | | | |
| 19 | Actas de juntas | Variable | Constancia publicación | 1 | | 4 | | 4 | | 9 | | | | | | |
| 20 | Resoluciones | Variable | Constancia publicación | 0 | | 1 | | 2 | | 3 | | | | | | |
| 21 | Nombramientos | Variable | Constancia publicación | 1 | | 2 | | 2 | | 5 | | | | | | |
| NOG Licitación. De Q900,000.00 en adelante: | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Apoyo en la elaboración de bases | Variable | Documento | 2 | | 6 | | 0 | | 8 | | | | | | |
| 23 | Proyecto | Variable | Constancia publicación | 2 | | 4 | | 0 | | 6 | | | | | | |
| 24 | Bases | Variable | Constancia publicación | 2 | | 2 | | 0 | | 4 | | | | | | |
| 25 | Adquisición directa por ausencia de ofertas | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | | | | | |
| 26 | Contratos entregados por el Depto. Jurídico para publicar | Variable | Constancia publicación | 1 | | 2 | | 0 | | 3 | | | | | | |
| 27 | Actas de juntas | Variable | Constancia publicación | 3 | | 5 | | 4 | | 12 | | | | | | |
| 28 | Resoluciones | Variable | Constancia publicación | 2 | | 3 | | 2 | | 7 | | | | | | |
| 29 | Nombramientos | Variable | Constancia publicación | 1 | | 8 | | 0 | | 9 | | | | | | |
| 30 | Subasta inversa | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | | | | | |
| Publicaciones varias: | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 31 | Negociaciones entre Entidades Públicas. | Variable | Constancia publicación | 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 | % | | | | | |
| NOG | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 32 | Contrato exento de cotización (energía eléctrica) | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | |
| 33 | Contratos de arrendamientos. Crear NOG | Variable | Constancia publicación | 2 | | 2 | | 91 | | 95 | | | | | | |
| 34 | Anexos a NOG | Variable | Constancia publicación | 98 | | 187 | | 26 | | 311 | | | | | | |
| 35 | Pagos al exterior NOG | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | | | 0 | | Unidad de pagos al exterior, abril no se gestiona pago |
| 36 | Negociaciones entre Entidades Públicas NOG | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | | | 0 | | |
| NPG: | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 37 | Contratos de honorarios, compras modalidad baja cuantía, servicios básicos. Crear NPG | Variable | Constancia publicación | 220 | | 180 | | 0 | | 400 | | | | | | |
| 38 | Anexos a NPG | Variable | Constancia publicación | 38 | | 268 | | 42 | | 348 | | | | | | |
| Cotización de Q0.01 A Q90,000.00 a través de sistema GUATECOMPRAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 39 | Baja cuantía NOG o NPG | Variable | Constancia publicación | 2 | | 11 | | 1 | | 14 | | | | | | |
| 40 | Compra directa con oferta Electrónica NOG o NPG (Art. 32 LCE) | Variable | Constancia publicación | 51 | | 64 | | 8 | | 123 | | | | | | |
| 41 | Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE). NOG o NPG | Variable | Constancia publicación | 15 | | 2 | | 1 | | 18 | | | | | | |
| 42 | Contratos entregados por el Depto. Jurídico para publicar. NOG o NPG | Variable | Constancia publicación | 21 | | 5 | | 0 | | 26 | | | | | | |
| BOLETOS AEREOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 43 | Compra de Baja Cuantía (Art. 43 Inciso A), respaldado con: nombramiento de viático interior, exterior o Acuerdo de Dirección General | Variable | Constancia publicación | 13 | | 18 | | 1 | | 32 | | | | | | |
| Compra a través de sistema GUATECOMPRAS NOG | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 44 | Compra directa por medio de oferta electrónica (Art. 43 LCE Inciso B). | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 8 | | 8 | | | | | | |
| 45 | Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE). | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 1 | | 1 | | | | | | |
| AUTORIZACIONES NOG EN SISTEMA GUATECOMPRAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 46 | Negociaciones entre Entidades Públicas | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | | | | | |
| 47 | Compra directa con oferta electrónica | Variable | Constancia publicación | 14 | | 31 | | 8 | | 53 | | | | | | |



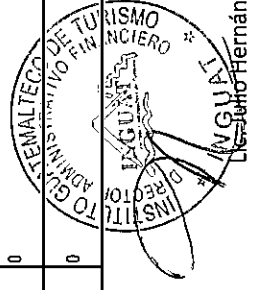
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|---|--|----------|------------------------|---------------------------------|------|------------------|------|------------------|------|----------|------|------|------|---|------|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| 48 | Compra por Adquisición directa por ausencia de oferta (Art. 32 LCE). NOG | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 1 | | 1 | | 1 | | 0 | | |
| 49 | Coilización de Q25,000.01 a Q90,000.00 | Variable | Constancia publicación | 1 | | 0 | | 8 | | 9 | | 9 | | 0 | | |
| 50 | Licitación de Q900,000.00 en adelante | Variable | Constancia publicación | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | |
| FONDOS ROTATIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Constitución del Fondo Rotativo Institucional. | 1 | Operación sistema | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 100% | 1 | 100% | 0 | 0% | |
| 2 | Constitución de fondo rotativo específico de viáticos al interior | 1 | Operación sistema | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 100% | 1 | 100% | 0 | 0% | |
| 3 | Constitución de fondo rotativo específico de boletos aéreos | 1 | Operación sistema | 0 | 0% | 0 | 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% | 1 | 100% | 0 | 0% | |
| 5 | Constitución de fondos fijos (cajas chicas). | 1 | Operación sistema | 1 | 100% | 0 | 0% | 1 | 100% | 2 | 200% | 2 | 200% | 0 | 0% | |
| 6 | Liquidación del Fondo Rotativo Institucional. | 1 | Operación sistema | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 100% | 1 | 100% | 1 | 100% | 0 | 0% | |
| 7 | Realizar el pago a proveedores por pagos menores | Variable | Cheque emitido | 72 | | 85 | | 25 | | 182 | | 182 | | 0 | | |
| 8 | Tramitar reposición del Fondo | Variable | Documento | 0 | | 42 | | 7 | | 49 | | 49 | | 0 | | |
| 9 | Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas. | Variable | Documento | 0 | | 3 | | 1 | | 4 | | 4 | | 0 | | |
| FONDOS ROTATIVO INTERNO (Viáticos) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Número de cheques emitidos por el fondo rotativo interno de viáticos al interior | Variable | Cheques | 449 | | 510 | | 110 | | 1069 | | 1069 | | 0 | | |
| 2 | Reposiciones del Fondo Rotativo de Viáticos | Variable | Reposiciones | 18 | | 19 | | 4 | | 41 | | 41 | | 0 | | |
| 3 | Atender los requerimientos por parte de la Auditoría Interna y/o Contraloría General de Cuentas. | Variable | Documento | 1 | | 1 | | 3 | | 5 | | 5 | | 0 | | |
| 4 | Número de cheques emitidos por el fondo rotativo interno de viáticos al exterior | Variable | Cheques | 6 | | 22 | | 5 | | 33 | | 33 | | 0 | | |
| 5 | Reposiciones del Fondo Rotativo de Viáticos exterior | Variable | Reposiciones | 1 | | 3 | | 0 | | 4 | | 4 | | 0 | | |
| SECCIÓN DE PRESUPUESTO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Preparar cierre presupuestario. | 1 | Cierre | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 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% | 1 | 100% | 0 | 0% | |



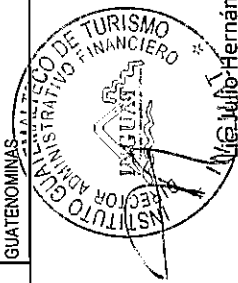
Lic. Julio Hernan Oliva Juárez

Septiembre 2021

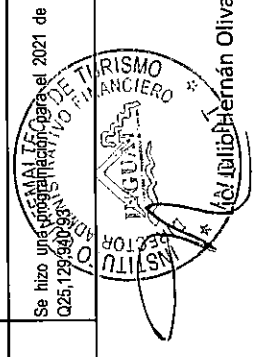
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|--------------------------------|--|----------|--------------------------|---------------------------------|-------|------------------|--------|------------------|-------|----------|--------|---|------|---|--------|---|
| | | 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% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 |
| 4 | Ejecutar en SIGES el ingreso de información mensual sobre metas. | 12 | Informes | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 | | | | |
| 5 | Elaborar presentación de informes de gestión (reportes SICOIN). | 3 | Informes | 1 | 33.3% | 1 | 33.3% | 1 | 33.3% | 3 | 100.0% | 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% | 1 | 33.3% | 3 | 100.0% | 0 | | | | |
| 7 | Ejecutar en SIGES Y SICOIN, modificaciones presupuestarias. | Variable | Modificaciones | 10 | | 8 | | 1 | | 19 | | | | | | (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% | 1 | 33.3% | 3 | 100.0% | 0 | | | | |
| 9 | Atender los requerimientos de documentación que solicite la Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna. | Variable | Oficios | 5 | | 3 | | 1 | | 9 | | | | | | |
| 10 | Actualización en el control interno, de las asignaciones presupuestarias por ejecución de modificaciones presupuestarias, requeridas. | Variable | Documentos | 8 | | 8 | | 1 | | 17 | | | | | | |
| 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 | | 11 | | 42 | | | | | | |
| 12 | Creación y envío de pre-órdenes en sistema SIGES. | Variable | Documentos | 265 | | 261 | | 96 | | 622 | | | | | | |
| SECCIÓN DE CONTABILIDAD | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Preparación de cierre contable y presupuestario. | 1 | Informes | 1 | 100% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100% | 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 | 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 | 0.0% | 1 | 100% | 0 |
| 4 | Registrar CUR Contable | Variable | Cantidad de CUR Contable | 126 | | 175 | | 18 | | 319 | | | | | | |
| 5 | Registrar CUR de Ingreso | Variable | Cantidad de CUR Ingreso | 75 | | 148 | | 29 | | 252 | | | | | | |
| 6 | Registrar CUR de egresos (gasto) | Variable | CUR emitido de devengado | 395 | | 606 | | 136 | | 1137 | | | | | | |



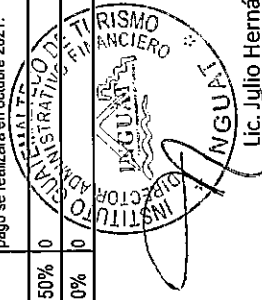
| No | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones | |
|---------------------|--|----------|-----------------------------------|---------------------------------|------|------------------|-------|------------------|------|----------|------|---|--|--|--|---------------|---|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | | |
| 7 | Aprobar la solicitud de pago por reposición de Fondo Rotativo Institucional | Variable | Cantidad de Reposiciones | 6 | | 13 | | 4 | | 23 | | 0 | | | | | |
| 8 | Conciliación de impuestos retenidos de IVA e ISR a pagar | 12 | Conciliación de Impuesto retenido | 4 | 33% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 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 | | 194 | | 125 | | 503 | | 0 | | | | | |
| 11 | Conciliaciones Bancarias de Cuentas | Variable | Conciliaciones | 48 | | 48 | | 12 | | 108 | | 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 | | 56 | | 20 | | 82 | | 0 | | | | | |
| 15 | Atender los requerimientos de documentación que solicite la Contraloría General de Cuentas y Auditoría Interna | Variable | Documentos | 17 | | 4 | | 1 | | 22 | | 0 | | | | | |
| SIGES: REGISTRO DE: | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | Indemnizaciones | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 45 | | 13 | | 6 | | 64 | | 0 | | | | | |
| 17 | IGSS | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 3 | | 4 | | 1 | | 8 | | 0 | | | | | |
| 18 | Montepío | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 3 | | 4 | | 1 | | 8 | | 0 | | | | | |
| 19 | Cargos bancarios | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 12 | | 16 | | 4 | | 32 | | 0 | | | | | |
| 20 | Nómina de horas extras | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 0 | | 4 | | 1 | | 5 | | 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 | | 0 | | | | | A partir de abril 2021 RRHH paga los gastos de representación a través de GUATENOMINAS |
| 23 | Pagos al exterior | Variable | OC, Com-Dev o CYD | 0 | | 0 | | 2 | | 2 | | 0 | | | | | A partir de abril 2021 RRHH paga los gastos de representación a través de GUATENOMINAS. |



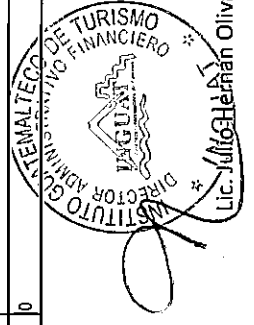
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|---|--|----------|--------------------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|------|----------|-------|---|--|--|--|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Desarrollar programas culturales y sociales. | 14 | Actividades | 1 | 7.1% | 3 | 21.4% | 1 | 7.1% | 5 | 35.7% | 0 | | | | |
| 2 | Coordinar la dotación de uniformes. | 1 | Licitación / prendas de vestir | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | | | |
| 3 | | 1 | Requisición/ calzado | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | | | | |
| SECCIÓN DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Reclutar y Seleccionar personal para las diferentes unidades. | Variable | Candidatos | 63 | | 19 | | 2 | | 84 | | 0 | | | | |
| 2 | Aplicar e interpretar pruebas psicométricas y generar informes. | Variable | Informe | 53 | | 59 | | 32 | | 144 | | 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 | | | | |
| ACCIONES DE PERSONAL | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 | | 15 | | 2 | | 36 | | 0 | | | | |
| 2 | Nómina de salarios | 12 | Nómina | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 0 | | | | |
| 3 | Nómina de tiempo extraordinario | 12 | Nómina | 0 | 0.0% | 3 | 25% | 0 | 0% | 3 | 25.0% | 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% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 0 | | | | |
| 13 | Revisar que las amonestaciones al personal estén apegadas al Reglamento Interno de Labores o al Pacto Colectivo de Condiciones de Trabajo, como correspondía. | Variable | Revisiones | 40 | | 30 | | 1 | | 71 | | 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 | | 0 | | Se hizo una programación para el 2021 de Q25,129,960 con el fin de | | |



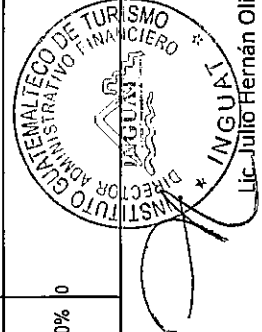
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | Observaciones |
|--------------------------------|--|----------|------------------|---------------------------------|--------|------------------|-------|------------------|------|----------|------|---|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | |
| 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 | | 17 | | 1 | | 34 | | 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 | | 22 | | 6 | | 62 | | 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 | | 8 | | 2 | | 16 | | 0 |
| SECCIÓN DE CAPACITACIÓN | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Capacitación orientada a conocimientos administrativos | 3 | Cursos | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% | 1 | 33% | 2 | 67% | Se realizó el curso de Cálculo de prestaciones y finiquito laboral, el pago se realizará en el mes de octubre 2021. |
| 2 | Diplomado de gerencia pública | 4 | Módulos | 1 | 25.0% | 2 | 50.0% | 1 | 25% | 4 | 100% | Capacitaciones gratuitas: "Actuaciones de las juntas de cotización y licitación", "SINACIG, 28, 29, 30 de septiembre 2021"; XII Congreso nacional de turismo", "Taller de nivelación básico en gestión integral del riesgo de desastres (GIRD) para el sector turismo". |
| 3 | Capacitación orientada a habilidades y/o destrezas | 2 | Cursos | 3 | 150.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | 3 | 150% | El diplomado de Gerencia Pública concluido, el pago se realizará en octubre 2021. |
| 4 | Capacitación orientada a actitudes | 1 | Cursos | 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 | % | | | | | |
| 5 | Programa de inducción general para el personal de nuevo ingreso, así como para personal que ha sido ascendido. | Variable | Talleres | 8 | | 7 | | 1 | | 16 | | | | Inducción al personal de nuevo ingreso | | |
| 6 | Diagnóstico de Necesidades de Capacitación | 1 | Diagnóstico | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | | | 0 | | |
| 7 | Realización de actividades que fortalezcan la aplicación de los estándares y valores de la institución. | Variable | Actividad | 3 | 0.0% | 6 | 0.0% | 2 | 0.0% | 11 | 0.0% | | | Para las actividades se ha utilizado recurso humano. Se realizó Acto Cívico y se reforzó el valor de la Responsabilidad enviando dispositivos con las conductas esperadas. | | |
| 8 | Boletines de Recursos Humanos. | 4 | Boletines | 1 | 25.0% | 1 | 25.0% | 0 | 0.0% | 2 | 50% | | | 0 | | |
| 9 | Elaborar un estudio del Clima Organizacional | 1 | Diagnóstico y Propuesta | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | | | 0 | | |
| CLÍNICA MÉDICA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Atención médica a los trabajadores. | Variable | Personas | 803 | | 595 | | 56 | | 1454 | | | | 0 | | |
| 2 | Atención odontológica a los trabajadores y familiares directos. | Variable | Personas | 150 | | 118 | | 30 | | 298 | | | | 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 | | |
| 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 | | 2 | | 4 | | | | 0 | | |
| 8 | Realizar requisiciones para útiles menores médico quirúrgicos | Variable | Solicitud de compras | 1 | | 4 | | 1 | | 6 | | | | 0 | | |
| 9 | Proporcionar al trabajador el servicio de seguro de vida, gastos médicos y por accidentes a través de la póliza de Coluzac | 12 | Orden de pagos | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | | | 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 | | 1 | | 4 | | | | 0 | | |
| 12 | Informe de los inventarios | 12 | Inventarios | 1 | | 2 | | 1 | | 4 | | | | 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 | | 10 | | 3 | | 14 | | | | 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 | % | | |
| UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA | | | | | | | | | | | | | |
| 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% | 87 | 43.5% | 21 | 10.5% | 206 | 103.0% | 0 | 103.0% |
| 2 | Generar la documentación del trámite de información y coordinar todo el proceso de obtención y entrega de la información solicitada. Si procede solicitar prórroga al tiempo de respuesta. | 200 | Resolución | 98 | 49.0% | 87 | 43.5% | 21 | 10.5% | 206 | 103.0% | 0 | 103.0% |
| 3 | Control en base a los mecanismos procedimentales internos. | Variable | Documento | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | | 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 | | 87 | | 21 | | 205 | | 0 | |
| 5 | Archivo: Administrar el manejo y conservación de la información proporcionada por la Unidad de Información Pública trasladándola a formato digital. | Variable | Documento | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | |
| 6 | Efectuar la actualización mensual en el portal de transparencia, con la información proporcionada por las distintas secciones y departamentos de la institución para que pueda ser consultada directamente por las personas interesadas conforme lo determina la normativa para este ejercicio fiscal. | 12 | Actualización | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 0 | 75% |
| 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% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75% | 0 | 75% |
| 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 | 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 | 100% |



| 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 | % | |
| 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% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 9 | 75.0% | 0 |
| DEPARTAMENTO DE FISCALIZACIÓN | | | | | | | | | | | | |
| 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. | 138 | Fiscalizaciones | 55 | 39.9% | 59 | 42.8% | 22 | 15.9% | 136 | 98.6% | 0 |
| 2 | Realizar fiscalizaciones a líneas aéreas por el impuesto por salida aérea del país correspondiente a los periodos no prescritos o por prescribir. | 2 | Fiscalizaciones | 1 | 50.0% | 0 | 0.0% | 2 | 100% | 3 | 150% | 0 |
| 3 | 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%. | 140 | Nombramientos | 55 | 39.3% | 59 | 42.1% | 25 | 17.9% | 139 | 99.3% | 0 |
| 4 | Realizar informes de fiscalización. | 140 | Informes | 36 | 25.7% | 54 | 38.6% | 24 | 17.1% | 114 | 81.4% | 0 |
| 5 | Realizar presencias fiscales sorpresa a los establecimientos de hospedaje con el fin de constatar el correcto y oportuno traslado del impuesto del 10% sobre hospedaje | variable | Nombramientos | 8 | | 0 | | 0 | | 8 | 0 | 0 |
| | | variable | Presencias | 417 | | 0 | | 0 | | 417 | 0 | 0 |
| | | variable | Informes | 3 | | 0 | | 0 | | 3 | 0 | 0 |
| 6 | Gestionar la autorización de resoluciones. | variable | Resolución | 27 | | 34 | | 17 | | 78 | 0 | 0 |
| 7 | Atender consultas a empresarios hoteleros sobre el cálculo, retención y traslado del impuesto del 10% por hospedaje. | variable | Consultas atendidas | 27 | | 28 | | 12 | | 67 | 0 | 0 |
| 8 | Elaboración de informes para la DAF | 12 | Informes | 4 | | 4 | | 1 | | 9 | 0 | 0 |
| 9 | 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 | | |



Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

Septiembre 2021

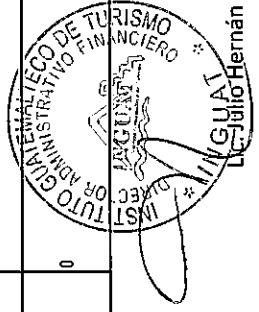
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones |
|---|--|----------|--------------------------|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|----------|---|---|--|---|--|---------------|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| 10 | Actualización del Manual de procedimientos del Departamento de Fiscalización, si existieran reformas a las leyes tributarias del País | 1 | Manual de procedimientos | 0 | | 0 | | 0.25 | | 0.25 | | 0 | | 0 | | |
| UNIDAD DE REVISIÓN DE DOCUMENTOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Nóminas de sueldos, horas extras, honorarios. | Variable | Documentos | 5 | | 24 | | 9 | | 38 | | 0 | | 0 | | |
| 2 | Viáticos al interior y exterior del país. | Variable | Documentos | 325 | | 392 | | 115 | | 832 | | 0 | | 0 | | |
| 3 | Viáticos liquidación al interior y al exterior del país. | Variable | Documentos | 293 | | 424 | | 87 | | 804 | | 0 | | 0 | | |
| 4 | Liquidaciones y prestaciones laborales de personal que ya no labora para INGUAT. | Variable | Documentos | 28 | | 21 | | 7 | | 56 | | 0 | | 0 | | |
| 5 | Planillas para reintegro de caja chica, pago a proveedores y liquidación de vales | Variable | Documentos | 111 | | 234 | | 40 | | 385 | | 0 | | 0 | | |
| 6 | Liquidaciones de fondos en avance al interior y exterior. | Variable | Documentos | 1 | | 3 | | 2 | | 6 | | 0 | | 0 | | |
| 7 | Revisión Procedimiento para el tramite de pago de Convenios de Aportes Económicos | Variable | Documentos | 2 | | 5 | | 1 | | 8 | | 0 | | 0 | | |
| 8 | Realizar consultas con otras unidades administrativas de esta Institución durante el proceso de revisión de documentos | Variable | Documentos | 7 | | 6 | | 1 | | 14 | | 0 | | 0 | | |
| AUDITORÍA INTERNA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Auditorías Financieras (incluyendo evaluaciones de control Interno) | 18 | Informes de Auditoría | 2 | | 9 | | 1 | | 12 | | 0 | | 0 | | |
| 2 | Auditorías de Cumplimiento | 6 | Informes de Auditoría | 1 | | 4 | | 1 | | 6 | | 0 | | 0 | | |
| DEPARTAMENTO JURÍDICO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Asesorar en temas legales al Director General y Subdirector General. | Variable | Documento | 39 | | 41 | | 11 | | 91 | | 0 | | 0 | | |
| 2 | Brindar asesoría jurídica a todas las direcciones y departamentos del INGUAT. | Variable | Documento | 38 | | 132 | | 25 | | 195 | | 0 | | 0 | | |
| 3 | Emitir Opiniones Jurídicas solicitadas por los Despachos Superiores, Direcciones, Departamentos y Secciones de la Institución. | Variable | Documento | 31 | | 22 | | 4 | | 57 | | 0 | | 0 | | |
| 4 | Evacuar consultas y dictámenes legales, sobre cualquier asunto de interés para el INGUAT. | Variable | Documento | 16 | | 10 | | 1 | | 27 | | 0 | | 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 | | 9 | | 3 | | 29 | | 0 | | 0 | | |



Lic. Julio Hernán Oliva Juárez

Septiembre 2021

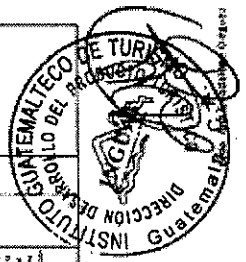
| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | Observaciones | |
|-----|---|----------|------------------|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|----------|---|---------------|--|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | |
| 6 | Asesorar a las Direcciones y Departamentos de INGUAT en la redacción de anteproyectos de leyes y reglamentos. | Variable | Documento | 19 | | 4 | | 3 | | 26 | | 0 | |
| 7 | Elaborar contratos administrativos. | Variable | Documento | 190 | | 77 | | 6 | | 273 | | 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 | | 152 | | 34 | | 311 | | 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 trasladan los departamentos de la Institución. | Variable | Documento | 13 | | 16 | | 12 | | 41 | | 0 | |
| 10 | Elaborar demandas y/o denuncias y presentarlas en asuntos litigiosos del INGUAT. | Variable | Documento | 130 | | 266 | | 20 | | 416 | | 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 | | 647 | | 187 | | 986 | | 0 | |
| 12 | Atender las solicitudes de exoneración de impuesto de salida vía aérea, presentadas por las instituciones que están exentas de conformidad con la ley. | Variable | Documento | 8 | | 20 | | 7 | | 35 | | 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 | | 52 | | 8 | | 107 | | 0 | |
| 14 | Dar seguimiento a los procesos penales en los cuales el INGUAT interviene. | Variable | Documento | 8 | | 11 | | 5 | | 24 | | 0 | |
| 15 | Elaborar resoluciones de aprobación y rescisión de contratos. | Variable | Documento | 182 | | 82 | | 2 | | 266 | | 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 | | 4,680 | | 178 | | 13,700 | | 0 | |
| 17 | Análisis, revisión y aprobación de las Bases de Cotización y/o Licitación. | Variable | Documento | 22 | | 46 | | 6 | | 74 | | 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 | | 73 | | 1 | | 225 | | 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 | | 66 | | 6 | | 264 | | 0 | |
| 20 | Legalizar firmas y documentos oficiales solicitados por Dirección General y Departamento Administrativo de INGUAT | Variable | Documento | 16 | | 3 | | 5 | | 24 | | 0 | |



| No. | Servicio o actividad | 2021 | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | | | | | Observaciones | | | | |
|-----|--|----------|------------------------|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|----------|---|------------------|---|------------------|---|---------------|------------------|---|----------|---|
| | | Meta | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | | 3er cuatrimestre | | Anual | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | Cantidad | % | Cantidad | % |
| 21 | Certificar documentos a solicitud de la parte interesada. | Variable | Documento | 17 | | 52 | | 0 | | 69 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | |
| 22 | Realizar trámite para inscripción y renovación de marcas a nombre de INGUAT. | Variable | Documento | 9 | | 13 | | 1 | | 23 | | 1 | | 1 | | 23 | | 0 | | |
| 23 | Nombramiento por comisión en el exterior de la República en representación de INGUAT (Viático Exterior). | Variable | Documento | 0 | | 1 | | 0 | | 1 | | 0 | | 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 | | 17 | | 4 | | 30 | | 4 | | 4 | | 30 | | 0 | | |
| 25 | Sustanciar el trámite de los recursos de revocatoria y reposición interpuestos en contra de las resoluciones emitidas por los Jefes de departamento y Director General del INGUAT. | Variable | Documento | 11 | | 8 | | 0 | | 19 | | 0 | | 0 | | 19 | | 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 | | 3 | | 7 | | 3 | | 3 | | 7 | | 0 | | |
| 27 | Alimentar la base de datos de los procesos administrativos y judiciales. | Variable | Documento | 305 | | 629 | | 192 | | 1126 | | 192 | | 192 | | 1126 | | 0 | | |
| 28 | Elaborar dictámenes que se deriven de procedimientos administrativos sancionatorios que se tramitan en el Departamento de Fomento Turístico. | Variable | Documento | 141 | | 247 | | 50 | | 438 | | 50 | | 50 | | 438 | | 0 | | |
| 29 | Elaborar resoluciones que se deriven de procedimientos administrativos sancionatorios que se tramitan en el Departamento de Fomento Turístico. | Variable | Documento | 176 | | 318 | | 62 | | 556 | | 62 | | 62 | | 556 | | 0 | | |



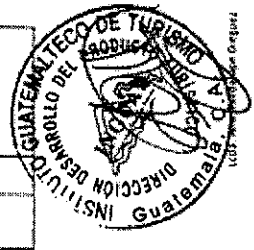
| Criterio Desempeño II (Total) | | Criterio Desempeño III (Total) | | | | | | | | | | Criterio Desempeño IV (Total) | | | | | | | | | | Criterio Desempeño V (Total) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|--------------------------------|----------|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|-------------------------------|------|----|------|----|------|----|------|----|------|------------------------------|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|-----|-------|
| Indicador | Objetivo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60 | 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 66 | 67 | 68 | 69 | 70 | 71 | 72 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80 | 81 | 82 | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 98 | 99 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Revisión con el sector empresarial de la zona | 6 | Revisión | 7 | 10% | 0 | 0% | 1 | 0% | 1 | 10% | 2 | 20% | 3 | 30% | 4 | 40% | 5 | 50% | 6 | 60% | 7 | 70% | 8 | 80% | 9 | 90% | 10 | 100% | 11 | 110% | 12 | 120% | 13 | 130% | 14 | 140% | 15 | 150% | 16 | 160% | 17 | 170% | 18 | 180% | 19 | 190% | 20 | 200% | 21 | 210% | 22 | 220% | 23 | 230% | 24 | 240% | 25 | 250% | 26 | 260% | 27 | 270% | 28 | 280% | 29 | 290% | 30 | 300% | 31 | 310% | 32 | 320% | 33 | 330% | 34 | 340% | 35 | 350% | 36 | 360% | 37 | 370% | 38 | 380% | 39 | 390% | 40 | 400% | 41 | 410% | 42 | 420% | 43 | 430% | 44 | 440% | 45 | 450% | 46 | 460% | 47 | 470% | 48 | 480% | 49 | 490% | 50 | 500% | 51 | 510% | 52 | 520% | 53 | 530% | 54 | 540% | 55 | 550% | 56 | 560% | 57 | 570% | 58 | 580% | 59 | 590% | 60 | 600% | 61 | 610% | 62 | 620% | 63 | 630% | 64 | 640% | 65 | 650% | 66 | 660% | 67 | 670% | 68 | 680% | 69 | 690% | 70 | 700% | 71 | 710% | 72 | 720% | 73 | 730% | 74 | 740% | 75 | 750% | 76 | 760% | 77 | 770% | 78 | 780% | 79 | 790% | 80 | 800% | 81 | 810% | 82 | 820% | 83 | 830% | 84 | 840% | 85 | 850% | 86 | 860% | 87 | 870% | 88 | 880% | 89 | 890% | 90 | 900% | 91 | 910% | 92 | 920% | 93 | 930% | 94 | 940% | 95 | 950% | 96 | 960% | 97 | 970% | 98 | 980% | 99 | 990% | 100 | 1000% |
| 9 | Apoyar a las empresas del sector empresarial de la zona | 4 | Eventos | 2 | 5% | 1 | 20% | 2 | 40% | 3 | 60% | 4 | 80% | 5 | 100% | 6 | 120% | 7 | 140% | 8 | 160% | 9 | 180% | 10 | 200% | 11 | 220% | 12 | 240% | 13 | 260% | 14 | 280% | 15 | 300% | 16 | 320% | 17 | 340% | 18 | 360% | 19 | 380% | 20 | 400% | 21 | 420% | 22 | 440% | 23 | 460% | 24 | 480% | 25 | 500% | 26 | 520% | 27 | 540% | 28 | 560% | 29 | 580% | 30 | 600% | 31 | 620% | 32 | 640% | 33 | 660% | 34 | 680% | 35 | 700% | 36 | 720% | 37 | 740% | 38 | 760% | 39 | 780% | 40 | 800% | 41 | 820% | 42 | 840% | 43 | 860% | 44 | 880% | 45 | 900% | 46 | 920% | 47 | 940% | 48 | 960% | 49 | 980% | 50 | 1000% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Apoyar a las empresas del sector empresarial de la zona | 4 | Eventos | 2 | 5% | 1 | 20% | 2 | 40% | 3 | 60% | 4 | 80% | 5 | 100% | 6 | 120% | 7 | 140% | 8 | 160% | 9 | 180% | 10 | 200% | 11 | 220% | 12 | 240% | 13 | 260% | 14 | 280% | 15 | 300% | 16 | 320% | 17 | 340% | 18 | 360% | 19 | 380% | 20 | 400% | 21 | 420% | 22 | 440% | 23 | 460% | 24 | 480% | 25 | 500% | 26 | 520% | 27 | 540% | 28 | 560% | 29 | 580% | 30 | 600% | 31 | 620% | 32 | 640% | 33 | 660% | 34 | 680% | 35 | 700% | 36 | 720% | 37 | 740% | 38 | 760% | 39 | 780% | 40 | 800% | 41 | 820% | 42 | 840% | 43 | 860% | 44 | 880% | 45 | 900% | 46 | 920% | 47 | 940% | 48 | 960% | 49 | 980% | 50 | 1000% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Adaptación de programas de la gestión y organización del sector empresarial de la zona | 1 | Evento | 3 | 6% | 1 | 30% | 2 | 60% | 3 | 90% | 4 | 120% | 5 | 150% | 6 | 180% | 7 | 210% | 8 | 240% | 9 | 270% | 10 | 300% | 11 | 330% | 12 | 360% | 13 | 390% | 14 | 420% | 15 | 450% | 16 | 480% | 17 | 510% | 18 | 540% | 19 | 570% | 20 | 600% | 21 | 630% | 22 | 660% | 23 | 690% | 24 | 720% | 25 | 750% | 26 | 780% | 27 | 810% | 28 | 840% | 29 | 870% | 30 | 900% | 31 | 930% | 32 | 960% | 33 | 990% | 34 | 1020% | 35 | 1050% | 36 | 1080% | 37 | 1110% | 38 | 1140% | 39 | 1170% | 40 | 1200% | 41 | 1230% | 42 | 1260% | 43 | 1290% | 44 | 1320% | 45 | 1350% | 46 | 1380% | 47 | 1410% | 48 | 1440% | 49 | 1470% | 50 | 1500% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Apoyar a las empresas del sector empresarial de la zona | 1 | Evento | 3 | 6% | 1 | 30% | 2 | 60% | 3 | 90% | 4 | 120% | 5 | 150% | 6 | 180% | 7 | 210% | 8 | 240% | 9 | 270% | 10 | 300% | 11 | 330% | 12 | 360% | 13 | 390% | 14 | 420% | 15 | 450% | 16 | 480% | 17 | 510% | 18 | 540% | 19 | 570% | 20 | 600% | 21 | 630% | 22 | 660% | 23 | 690% | 24 | 720% | 25 | 750% | 26 | 780% | 27 | 810% | 28 | 840% | 29 | 870% | 30 | 900% | 31 | 930% | 32 | 960% | 33 | 990% | 34 | 1020% | 35 | 1050% | 36 | 1080% | 37 | 1110% | 38 | 1140% | 39 | 1170% | 40 | 1200% | 41 | 1230% | 42 | 1260% | 43 | 1290% | 44 | 1320% | 45 | 1350% | 46 | 1380% | 47 | 1410% | 48 | 1440% | 49 | 1470% | 50 | 1500% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Adaptación de programas de la gestión y organización del sector empresarial de la zona | 1 | Evento | 3 | 6% | 1 | 30% | 2 | 60% | 3 | 90% | 4 | 120% | 5 | 150% | 6 | 180% | 7 | 210% | 8 | 240% | 9 | 270% | 10 | 300% | 11 | 330% | 12 | 360% | 13 | 390% | 14 | 420% | 15 | 450% | 16 | 480% | 17 | 510% | 18 | 540% | 19 | 570% | 20 | 600% | 21 | 630% | 22 | 660% | 23 | 690% | 24 | 720% | 25 | 750% | 26 | 780% | 27 | 810% | 28 | 840% | 29 | 870% | 30 | 900% | 31 | 930% | 32 | 960% | 33 | 990% | 34 | 1020% | 35 | 1050% | 36 | 1080% | 37 | 1110% | 38 | 1140% | 39 | 1170% | 40 | 1200% | 41 | 1230% | 42 | 1260% | 43 | 1290% | 44 | 1320% | 45 | 1350% | 46 | 1380% | 47 | 1410% | 48 | 1440% | 49 | 1470% | 50 | 1500% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Apoyar a las empresas del sector empresarial de la zona | 1 | Evento | 3 | 6% | 1 | 30% | 2 | 60% | 3 | 90% | 4 | 120% | 5 | 150% | 6 | 180% | 7 | 210% | 8 | 240% | 9 | 270% | 10 | 300% | 11 | 330% | 12 | 360% | 13 | 390% | 14 | 420% | 15 | 450% | 16 | 480% | 17 | 510% | 18 | 540% | 19 | 570% | 20 | 600% | 21 | 630% | 22 | 660% | 23 | 690% | 24 | 720% | 25 | 750% | 26 | 780% | 27 | 810% | 28 | 840% | 29 | 870% | 30 | 900% | 31 | 930% | 32 | 960% | 33 | 990% | 34 | 1020% | 35 | 1050% | 36 | 1080% | 37 | 1110% | 38 | 1140% | 39 | 1170% | 40 | 1200% | 41 | 1230% | 42 | 1260% | 43 | 1290% | 44 | 1320% | 45 | 1350% | 46 | 1380% | 47 | 1410% | 48 | 1440% | 49 | 1470% | 50 | 1500% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Adaptación de programas de la gestión y organización del sector empresarial de la zona | 1 | Evento | 3 | 6% | 1 | 30% | 2 | 60% | 3 | 90% | 4 | 120% | 5 | 150% | 6 | 180% | 7 | 210% | 8 | 240% | 9 | 270% | 10 | 300% | 11 | 330% | 12 | 360% | 13 | 390% | 14 | 420% | 15 | 450% | 16 | 480% | 17 | 510% | 18 | 540% | 19 | 570% | 20 | 600% | 21 | 630% | 22 | 660% | 23 | 690% | 24 | 720% | 25 | 750% | 26 | 780% | 27 | 810% | 28 | 840% | 29 | 870% | 30 | 900% | 31 | 930% | 32 | 960% | 33 | 990% | 34 | 1020% | 35 | 1050% | 36 | 1080% | 37 | 1110% | 38 | 1140% | 39 | 1170% | 40 | 1200% | 41 | 1230% | 42 | 1260% | 43 | 1290% | 44 | 1320% | 45 | 1350% | 46 | 1380% | 47 | 1410% | 48 | 1440% | 49 | 1470% | 50 | 1500% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



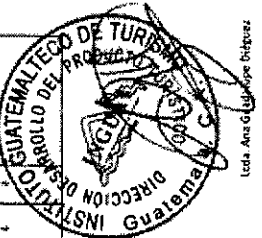
| Oficina Regional V - Descentralizada | | | | | | | | | | | | |
|--|--|-----------|---|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Id | Actividad | Evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 29 | Reuniones con el sector empresarial y autoridades municipales y comunales de los municipios de San Marcos y San Marcos | Evento | 1 | 25% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 30 | Asesoría a instituciones financieras, ONGs y empresas privadas de los municipios de San Marcos y San Marcos | Evento | 1 | 25% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Oficina Regional VI - Sede, Bases y Representación | | | | | | | | | | | | |
| 31 | Movilidad de actividades para la gestión y organización de los municipios de San Marcos y San Marcos | Evento | 0 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 32 | Reuniones públicas con líderes comunales para la gestión y organización de los municipios de San Marcos y San Marcos | Evento | 0 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 33 | Reuniones de coordinación con el sector privado de los municipios de San Marcos y San Marcos | Reuniones | 1 | 25% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 34 | Talleres educativos e informativos para el sector privado de los municipios de San Marcos y San Marcos | Reuniones | 2 | 50% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Oficina Regional VII - Sede | | | | | | | | | | | | |
| 35 | Reuniones con el sector empresarial y autoridades municipales y comunales de los municipios de San Marcos y San Marcos | Evento | 3 | 75% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |



| Actividad | | Objetivo | | Indicador | | Cronograma | | Presupuesto | | Impacto | | Evaluación | | Observaciones | |
|-----------|---|-----------|-----------|-----------|-----|-------------|---------|-------------|-------------|---------|-----------|-------------|---------|---------------|-------------|
| Nº | Descripción | Objetivo | Indicador | Inicio | Fin | Presupuesto | Impacto | Indicador | Presupuesto | Impacto | Indicador | Presupuesto | Impacto | Indicador | Presupuesto |
| 43 | Actividades de planeación y organización del sector turístico de Soberanía en relación con la planificación de proyectos de desarrollo turístico en el departamento de Soberanía. | Evento | 1 | 1% | 2 | 5% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 43 | Reuniones de planeación y organización del sector turístico de Soberanía en relación con la planificación de proyectos de desarrollo turístico en el departamento de Soberanía. | Reuniones | 6 | 1% | 2 | 5% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 41 | Reuniones para elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del San Pedro La Laguna. | Reuniones | 7 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 44 | Comunicación de los resultados de la Feria de Turismo de Soberanía. | Evento | 1 | 0% | 0 | 0% | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 45 | Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del San Pedro La Laguna. | Evento | 1 | 20% | 4 | 20% | 2 | 25% | 3 | 100% | 3 | 100% | 3 | 100% | 3 |
| 46 | Actividades de planeación y organización del sector turístico de Soberanía en relación con la planificación de proyectos de desarrollo turístico en el departamento de Soberanía. | Evento | 1 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 47 | Reuniones y talleres para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del San Pedro La Laguna. | Evento | 2 | 2% | 0 | 0% | 1 | 50% | 1 | 50% | 1 | 50% | 1 | 50% | 1 |



| | | Empleados | | Ingresos | | Egresos | | Saldo | | Porcentaje | | Observaciones | |
|---|--|-----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|------------|---------|---------------|---------|
| | | Empleado | Salario | Empleado | Salario | Empleado | Salario | Empleado | Salario | Empleado | Salario | Empleado | Salario |
| 1 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 2 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 3 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 4 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 5 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 6 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 7 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |
| 8 | Empresas y establecimientos de la industria y comercio | 11822 | 11822 | 31 | 487 | 29 | 487 | 84.3% | 29 | 31 | 96.8% | 180 | 11822 |



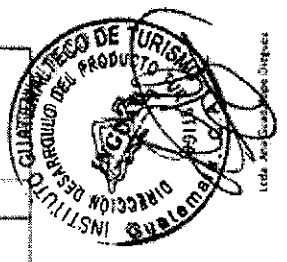
| Categoría | | Evaluación de Impacto Social | | | | | | | | | | Evaluación de Impacto Ambiental | | Evaluación de Impacto Económico | | Evaluación de Impacto Cultural | | Evaluación de Impacto Paisajístico | | Evaluación de Impacto Patrimonial | |
|-----------|---|------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------------------|------|---------------------------------|------|--------------------------------|------|------------------------------------|------|-----------------------------------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 1 | Contribución de acciones con la Sociedad Civil para el desarrollo de proyectos de inversión en el sector privado. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 2 | Contribución de acciones con la Sociedad Civil para el desarrollo de proyectos de inversión en el sector privado. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 3 | Contribución de acciones con la Sociedad Civil para el desarrollo de proyectos de inversión en el sector privado. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 4 | Contribución de acciones con la Sociedad Civil para el desarrollo de proyectos de inversión en el sector privado. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 5 | Contribución de acciones con la Sociedad Civil para el desarrollo de proyectos de inversión en el sector privado. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |



| Actividad | | Indicador | | Meta | | Estrategia | | Impacto | | Cambio de Estado | | Cambio de Estado | | Cambio de Estado | | Cambio de Estado | | Cambio de Estado | | Cambio de Estado | | Cambio de Estado | |
|---------------------------------------|---|-----------|---------------|------------|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------|
| ID | Actividad | Indicador | Meta | Estrategia | Impacto | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | Cambio de Estado | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Estado de recursos humanos de los proyectos | 1 | Preparar | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 7 | Adaptación a cambios de prioridades | 1 | Preparar | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 8 | Monitoreo y evaluación de resultados | 1 | Preparar | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| SECTOR DE ESTUDIOS Y PROYECTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Guaranteed solution de los proyectos | 200 | Datos | 50.00 | 25% | 144 | 72% | 4 | 2.0% | 20% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |
| 2 | Comprobación de resultados de las actividades | 10 | Guaranteed | 1.00 | 30% | 7 | 70% | 3 | 3.0% | 16 | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% | 160% |
| 3 | Operación de los proyectos | 100 | Mantenimiento | 40.00 | 20% | 51 | 51% | 8 | 5.0% | 49 | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% |
| 4 | Operación de los proyectos | 1 | Mantenimiento | 0.00 | 0% | 0.00 | 0% | 0.00 | 0.0% | 0.00 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 5 | Operación de los proyectos | 1 | Mantenimiento | 0.10 | 10% | 0.00 | 0% | 0.00 | 0.0% | 0.00 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 6 | Operación de los proyectos | 1 | Mantenimiento | 0.00 | 0% | 0.00 | 0% | 0.00 | 0.0% | 0.00 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |



| N° | Descripción de actividades | Ejemplares | Formato | Fecha | Lugar | Categoría | Tipo | Estado | Año | Mes | Día | Horario | Duración | Participantes | Beneficiarios | Impacto | Código | Observaciones |
|----|--|------------|-------------------|-------|--------|-----------|---------------|--------|------|-----|-----|---------|----------|---------------|---------------|---------|--------|---------------|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Programa para el fortalecimiento de la cultura de todos los departamentos de Colombia en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 100 | Evento de trabajo | 2010 | BOGOTÁ | 19 | 11:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | Una gira turística del departamento de Alta Veraguaza en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 10 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 11 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 13 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 14 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 15 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 16 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 17 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 18 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 19 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 20 | Una gira turística del departamento de Cauca en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. | 1 | Documento | 2011 | BOGOTÁ | 27 | 10:00 a 12:00 | 0 | 100% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

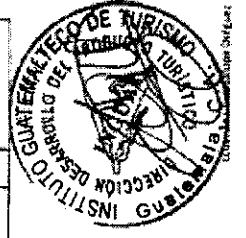


ICOTUR
DIRECCION DESARROLLO DEL PRODUCTO TURISTICO
Leda. Ana Carolina Díaz

| Proyectos del presupuesto de inversión de gobierno | | Categoría | | Subcategoría | | Actividad | | Estrategia | | Objetivo | | Indicador | | Unidad | | Valor | | Fuente | | Observaciones | |
|--|---------------------------------------|-----------|----------|--------------|------|-----------|-----|------------|----|----------|-----|-----------|----|--------|----|-------|----|--------|----|---------------|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 4 | Fondo de Desarrollo de Subsector | 1 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 5 | Cuarto taller participativo de Páramo | 1 | Evento | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 6 | Foro participativo de Subsector | 1 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 7 | Foro participativo de Subsector | 2 | Evento | 1 | 50% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 8 | Foro participativo de Subsector | 1 | Evento | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 9 | Foro participativo de Subsector | 3 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 10 | Foro participativo de Subsector | 1 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 11 | Foro participativo de Subsector | 1 | Evento | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 12 | Foro participativo de Subsector | 1 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 13 | Foro participativo de Subsector | 1 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| SECCION DE PATRIMONIO MATERIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Impresión de documentos | 1 | Evento | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| SECCION DE SERVICIOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Elaboración de proyecto para | 1 | Proyecto | 12 | 40% | 1 | 25% | 0 | 0% | 1 | 25% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 1 | Elaboración de proyecto para | 1 | Proyecto | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 1 | Elaboración de proyecto para | 1 | Proyecto | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |



| SECCION DE INICIATIVAS Y PROYECTOS DE EMPRESAS TURISTICAS | | Subvenciones | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | | |
|---|---|--------------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|--|
| Subvenciones | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | |
| Subvenciones | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | |
| Subvenciones | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | | Subsidios | |
| 1 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 500 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 2 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 1000 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 3 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 1500 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 4 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 2000 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 5 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 2500 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 6 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 3000 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 7 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 3500 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 8 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 4000 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 9 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 4500 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |
| 10 | Asistencia técnica en el desarrollo de proyectos turísticos | 5000 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |





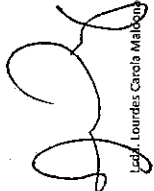
| Categoría | Sub-categoría | Descripción | Número de empresas | Cobertura | | Muestreo | | Frecuencia de verificación | Evaluación | | Estado | Observaciones |
|-----------|---|---|--------------------|------------|--------|------------|--------|----------------------------|------------|--------|--------|---------------|
| | | | | Porcentaje | Número | Porcentaje | Número | | Porcentaje | Número | | |
| 1 | Verificación en el momento de la visita | Documentos (Solo Q y Sub Q Verificados) | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0 | 0% | 0 | 0 | 0 |
| | | Documentos (Solo Q y Sub Q Verificados) | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0 | 0% | 0 | 0 | 0 |
| 203 | Revisión de verificación de campo, realizada, sub-revisión, realizada en el terreno | Estado | 138 | 68% | 27 | 13% | 110 | 54% | 110 | 54% | 110 | 54% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 23 | Verificación de instalaciones | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 2 | Verificación de campo | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 5 | Verificación de campo | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 11 | Verificación de instalaciones | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 15 | Verificación de instalaciones | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 2 | Verificación de campo | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 5 | Verificación de campo | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 1 | Verificación de campo | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 15 | Verificación de campo | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| | | Documentos | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |

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

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | Indicador | PBO | PACTS 2018-2020 | Observaciones | | | | | |
|----------------------------------|--|---|----------|---------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|-----------|-----|-----------------|---------------|-----------|---|---|---|---|
| | | | | Ier cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | | | | | Meta 2021 | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | | | | | |
| 1 | | Informe mensual de avance de la Dirección de Mercadeo | 12 | | | | | | | | | 0 | N/A | | | | | |
| DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias artísticas | Evento (presencial o virtual) | 14 | 28.6% | 4 | 33.3% | 4 | 33.3% | 1 | 8.3% | 5 | 75.0% | 7 | 90.0% | 0 | 6 | 8 | 41.261 Promoción adelantada para el primer trimestre cuando se esperaba para el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. |
| | | | variable | 14 | | 17 | | 0 | | | | | | | | | | |
| | | | variable | 7 | | 8 | | 1 | | | | | | | | | | |
| 2 | Personas jurídicas e individuales con apoyo para la participación en ferias artísticas (regionales) | Evento (presencial o virtual) | 15 | 12.5% | 2 | 50.0% | 8 | 50.0% | 4 | 25.0% | 14 | 87.5% | 14 | 93.3% | 0 | 6 | 8 | 4.1261 Promoción adelantada para el primer trimestre cuando se esperaba para el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. |
| | | | variable | 2 | | 8 | | 4 | | | | | | | | | | |
| 3 | Activaciones promocionales BTL (stand con videos, imagen de país y se brinda información al público) | Evento | 8 | 50.0% | 4 | 12.5% | 1 | 12.5% | 1 | 12.5% | 6 | 75.0% | 6 | 75.0% | 0 | 6 | 8 | 4.1261 Promoción adelantada para el primer trimestre cuando se esperaba para el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. |
| | | | variable | 4 | | 1 | | 1 | | | | | | | | | | |
| 4 | Campañas Interactivas | Campaña | 4 | 25.0% | 1 | 50.0% | 2 | 50.0% | 0 | 0.0% | 3 | 75.0% | 3 | 75.0% | 0 | 6 | 8 | 4.1261 Promoción adelantada para el primer trimestre cuando se esperaba para el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. |
| | | | variable | 1 | | 2 | | 0 | | | | | | | | | | |
| 5 | Campañas Narrativas | Campañas | 8 | 37.5% | 3 | 25.0% | 2 | 25.0% | 0 | 0.0% | 5 | 62.5% | 5 | 62.5% | 0 | 6 | 8 | 4.1261 Promoción adelantada para el primer trimestre cuando se esperaba para el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. Se realizaron 4 eventos para el primer trimestre y el segundo trimestre. |
| | | | variable | 3 | | 2 | | 0 | | | | | | | | | | |

Lda. Lourdes García Maldonado Fuentes

| No. Producto o subproducto | Servicio o actividad | Mezcla 2021 | Unidad de Medida | Avance de meta por cumplimiento | | | | | | Fórmula del indicador | Indicador | | | | | | PAG | MPS OMS 2021 | Observaciones | | | |
|----------------------------|--|-------------|------------------|---------------------------------|-------|--------------|--------|---------------|-------|-----------------------|-----------|-----|-------------|-----|--------------|-----|-----|---|---------------|---------------|---|---------------------|
| | | | | Trimestre I | | Trimestre II | | Trimestre III | | | Meta 2021 | | Trimestre I | | Trimestre II | | | | | Trimestre III | | Avance cuatrimestre |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | Cantidad | % | |
| 4 | Realizar actividades de promoción y comercialización para la recepción de las líneas aéreas, ferias de transporte terrestre y líneas de cruceros, incluye webinar de país y rutas de regiones. | 6 | Eventos | 4 | 67% | 2 | 33.3% | 0 | 0.0% | 6 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 5 | 1.1.5.1. - Crear mecanismos para el desarrollo de las actividades de promoción y comercialización para el turismo en el Municipio Maya de Guatemala, con la colaboración de la Línea Aérea Aeronaval. 1. Se está siguiendo el proceso de certificación ante la DGAC para la Operación de Operador Aéreo (OCA) de la empresa Avianca Maya que se encuentra en la Fase 1 de certificación. Marzo: realizar un webinar con Delta Airlines con la participación de 70 agentes de viajes de las Etabdes (Indes, webstar en conjunto con Viajes con Delta Airlines, y el representante de la línea aérea Delta Airlines) y el representante de la línea aérea Avianca Maya. Mayo: realizar un webinar de presentación para el agente de viajes de Costa Rica en conjunto con Avianca. | | | | |
| 5 | Darles a conocer los lugares de interés turístico, económicos y políticos de cada territorio. | 2 | Unidad | 0 | 0% | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 2 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Julio: colocación de relación con información de Asistencia al Turista para recibir a visitantes salvadoreños por el Festival de Fiesta Agrícola. Se colocó en las fronteras de Valle Nuevo y Puerto de Amaten. | | | | |
| Comunicación Social | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Monitoreo en medios de comunicación nacionales (radiofónica) | 10 | Informe | 2 | 20% | 4 | 40.0% | 1 | 10.0% | 7 | 70% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Enero: Informe No se ha realizado la cobertura 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. Agosto: Pago 6 de servicio de monitoreo. Septiembre: Pago 7 de servicio de monitoreo. | | | | |
| 2 | Publicaciones en medios nacionales | 9 | Publicación | 3 | 33.3% | 4 | 44.4% | 0 | 0.0% | 7 | 77.8% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Enero: No se ha realizado cobertura. Febrero: Publicación en el sitio web de Costa Rica. Marzo: Publicación en el sitio web de INCIAT. Mayo: Publicación en el sitio web de INCIAT. Junio: Publicación en el sitio web de INCIAT. Julio: Publicación en el sitio web de INCIAT. Agosto: Publicación en el sitio web de INCIAT. Septiembre: Publicación en el sitio web de INCIAT. Octubre: Publicación en el sitio web de INCIAT. Noviembre: Publicación en el sitio web de INCIAT. Diciembre: Publicación en el sitio web de INCIAT. | | | | |
| 3 | Ruedas de prensa | 18 | Conferencia | 7 | 38.9% | 5 | 27.8% | 4 | 22.2% | 16 | 88.9% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Enero: No se ha realizado rueda de prensa. Febrero: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Marzo: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Abril: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Mayo: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Junio: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Julio: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Agosto: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Septiembre: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Octubre: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Noviembre: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. Diciembre: Rueda de prensa en el sitio web de INCIAT. | | | | |
| 4 | Suscripción en medios de comunicación estatales | 44 | Periodico | 42 | 95% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 42 | 95% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Enero: No se ha realizado suscripción. Febrero: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Marzo: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Abril: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Mayo: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Junio: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Julio: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Agosto: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Septiembre: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Octubre: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Noviembre: Suscripción en el sitio web de INCIAT. Diciembre: Suscripción en el sitio web de INCIAT. | | | | |
| 5 | Adquisición de equipo para ser utilizado en actividades de comunicación social. | 4 | Requisiciones | 0 | 0% | 0 | 0.0% | 3 | 75.0% | 3 | 75% | 0 | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Enero: No se ha realizado adquisición de equipo. Febrero: Adquisición de equipo. Marzo: Adquisición de equipo. Abril: Adquisición de equipo. Mayo: Adquisición de equipo. Junio: Adquisición de equipo. Julio: Adquisición de equipo. Agosto: Adquisición de equipo. Septiembre: Adquisición de equipo. Octubre: Adquisición de equipo. Noviembre: Adquisición de equipo. Diciembre: Adquisición de equipo. | | | | |
| 6 | Cobertura de actividades de comunicación social de la institución | 67 | Informes | 29 | 43% | 21 | 31.3% | 8 | 11.9% | 58 | 87% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | Enero: No se ha realizado cobertura. Febrero: Cobertura de actividades de comunicación social. Marzo: Cobertura de actividades de comunicación social. Abril: Cobertura de actividades de comunicación social. Mayo: Cobertura de actividades de comunicación social. Junio: Cobertura de actividades de comunicación social. Julio: Cobertura de actividades de comunicación social. Agosto: Cobertura de actividades de comunicación social. Septiembre: Cobertura de actividades de comunicación social. Octubre: Cobertura de actividades de comunicación social. Noviembre: Cobertura de actividades de comunicación social. Diciembre: Cobertura de actividades de comunicación social. | | | | |


Lidia Lourdes Carola Malabado Fuentes

| No. subproducto | Servicio o actividad | Medida | Unidad de Medida | Avance de meta por trimestre | | | | | | Indicador | PHYS 2015 - 2020 | ODS 2015 - 2020 | Observaciones | | | | | | |
|-----------------|--|--------|------------------|------------------------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|-----------|------------------|-----------------|---------------|----------|----------|-----------------------|---------------------------|---|--|
| | | | | 1er trimestre | | 2do trimestre | | 3er trimestre | | | | | | MMA 2021 | MMA 2024 | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | | | Formula del Indicador | Descripción del Indicador | | |
| 7 | Videos promocionales | 271 | Videos | 83 | 31% | 148 | 54.6% | 29 | 10.7% | 260 | 95% | 0 | NA | NA | NA | 6 | 8 | <p>El video promocional se realizó en el mes de febrero, con el apoyo de la Oficina de Marketing y Comunicación. El video se publicó en el canal de YouTube de INCIAT y se compartió en las redes sociales. El video tiene una duración de 1 minuto y muestra el trabajo que realiza INCIAT en el campo. El video fue producido por el equipo de Marketing y Comunicación de INCIAT. El video se publicó el día 15 de febrero de 2021. El video tiene una duración de 1 minuto y muestra el trabajo que realiza INCIAT en el campo. El video fue producido por el equipo de Marketing y Comunicación de INCIAT. El video se publicó el día 15 de febrero de 2021.</p> | |
| 1 | Informes internos de socialización y desarrollo de nuevos productos digitales, y generación de contenidos especiales | 32 | Servicio | 6 | 18.8% | 16 | 50.0% | 3 | 9.4% | 25 | 76.1% | NA | NA | NA | NA | NA | 6 | 8 | <p>El informe interno de socialización y desarrollo de nuevos productos digitales, y generación de contenidos especiales, se realizó en el mes de febrero, con el apoyo de la Oficina de Marketing y Comunicación. El informe se publicó en el canal de YouTube de INCIAT y se compartió en las redes sociales. El informe tiene una duración de 1 minuto y muestra el trabajo que realiza INCIAT en el campo. El informe fue producido por el equipo de Marketing y Comunicación de INCIAT. El informe se publicó el día 15 de febrero de 2021. El informe tiene una duración de 1 minuto y muestra el trabajo que realiza INCIAT en el campo. El informe fue producido por el equipo de Marketing y Comunicación de INCIAT. El informe se publicó el día 15 de febrero de 2021.</p> |
| 2 | Publicaciones en la plataforma Instagram INCIAT | 500 | Publicación | 170 | 34.0% | 205 | 41.0% | 52 | 10.4% | 427 | 85.4% | NA | NA | NA | NA | NA | 6 | 8 | <p>Las publicaciones en la plataforma Instagram INCIAT, se realizaron en el mes de febrero, con el apoyo de la Oficina de Marketing y Comunicación. Las publicaciones se publicaron en el perfil de Instagram de INCIAT y se compartieron en las redes sociales. Las publicaciones tienen una duración de 1 minuto y muestran el trabajo que realiza INCIAT en el campo. Las publicaciones fueron producidas por el equipo de Marketing y Comunicación de INCIAT. Las publicaciones se publicaron el día 15 de febrero de 2021. Las publicaciones tienen una duración de 1 minuto y muestran el trabajo que realiza INCIAT en el campo. Las publicaciones fueron producidas por el equipo de Marketing y Comunicación de INCIAT. Las publicaciones se publicaron el día 15 de febrero de 2021.</p> |

Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta | Unidad de Medida | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | Descripción del indicador | Fórmula del indicador | Indicador | | | | PSG | PMTS 2015 - 2019 | Observaciones | | | |
|-----|---|----------------------|------|------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|---------------------------|-----------------------|------------------|-----|-----------|--------------------|--|------------------|---------------|--|--------|----------|
| | | | | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | | | 4to cuatrimestre | | Meta 2021 | T-cuatr. Ind. 2021 | | | | Avance cuatrimestral | | OOS 2019 |
| | | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | Cantidad | % | | | | | | 1er cuatrimestre | Actual | |
| 3 | Publicaciones en la plataforma Instagram Páramo Guatemala | Publicación | 582 | Publicación | 206 | 36.7% | 204 | 36.3% | 46 | 8.2% | 456 | 81.1% | N/A | N/A | N/A | N/A | 45.2.3 - Elaborar mapa de promoción de turismo para el cuatrimestre de acuerdo a la estrategia de marketing | 6 | 8 | <p>FEVERO: Se han completado contenidos que irán en línea a la disponibilidad de las actividades turísticas mediante apoyo a la publicación en plataformas, trabajos de mejoramiento de contenidos de las redes sociales, campañas de promoción de turismo, actividades de promoción y fotografía de usuarios con gran talento para capturar imágenes inolvidables, lo cual nos ayuda para surtir de contenido a las plataformas de redes sociales. Se realizaron actividades de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad, también se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MAYO: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JUNIO: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JULIO: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. AGOSTO: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. SEPTIEMBRE: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. OCTUBRE: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. NOVIEMBRE: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. DICIEMBRE: La campaña "Reconociendo Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.</p> | | |
| 4 | Publicaciones en plataforma Instagram Vista Guatemala | Publicación | 581 | Publicación | 155 | 30.9% | 163 | 32.5% | 58 | 11.6% | 376 | 75.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | <p>FEVERO: Se ha completado contenido que va alineado a la promoción de los segmentos turísticos, pero con un enfoque bilógico, buscando la atención de viajeros extranjeros, para que se envíen de las bebidas que Guatemala posee en estos tiempos de pandemia. Se realizó campaña con contenido de la CATA, Conciencia, como "Dilecta Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MARZO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MAYO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JUNIO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JULIO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. AGOSTO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. SEPTIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. OCTUBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. NOVIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. DICIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.</p> | | | | | |
| 5 | Publicaciones en plataforma Facebook INGUAT | Publicación | 1330 | Publicación | 623 | 59.2% | 492 | 31.1% | 116 | 8.3% | 1371 | 96.5% | N/A | N/A | N/A | N/A | <p>15.2.3 - Elaborar mapa de promoción de turismo para el cuatrimestre de acuerdo a la estrategia de marketing.</p> | 6 | 8 | <p>FEVERO: Se ha completado contenido que va alineado a la promoción de los segmentos turísticos, pero con un enfoque bilógico, buscando la atención de viajeros extranjeros, para que se envíen de las bebidas que Guatemala posee en estos tiempos de pandemia. Se realizó campaña con contenido de la CATA, Conciencia, como "Dilecta Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MARZO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MAYO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JUNIO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JULIO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. AGOSTO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. SEPTIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. OCTUBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. NOVIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. DICIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.</p> | | |
| 6 | Publicaciones en plataforma Facebook Páramo Guatemala | Publicación | 718 | Publicación | 306 | 42.5% | 229 | 31.9% | 50 | 7.0% | 585 | 81.5% | N/A | N/A | N/A | N/A | <p>15.2.3 - Elaborar mapa de promoción de turismo para el cuatrimestre de acuerdo a la estrategia de marketing.</p> | 6 | 8 | <p>FEVERO: Se ha completado contenido que va alineado a la promoción de los segmentos turísticos, pero con un enfoque bilógico, buscando la atención de viajeros extranjeros, para que se envíen de las bebidas que Guatemala posee en estos tiempos de pandemia. Se realizó campaña con contenido de la CATA, Conciencia, como "Dilecta Guatemala", promoviendo el turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MARZO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. MAYO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JUNIO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. JULIO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. AGOSTO: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. SEPTIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. OCTUBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. NOVIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad. DICIEMBRE: Se completó contenido de la campaña de Sembrar Vida, "Cultivando ABRIL: La campaña de promoción de turismo en Páramo Guatemala, generando contenidos de valor clave para atraer más audiencia hacia nuestra comunidad.</p> | | |



| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta 2021 | Unidad de Medida | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | Descripción del Indicador | Indicador | | | | | | PMTS 2015-2025 | ODS | PAG | Observaciones | | |
|-----|------------------------|--|-----------|------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|---------------------------|------------------|-----|------------------|--------|------------------|--------|----------------|-----|---|---------------|------------------|--------|
| | | | | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | | 4to cuatrimestre | | Meta 2021 | | Actual | | | | | | Actual | |
| | | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | Cantidad | % | 1er cuatrimestre | Actual | 2do cuatrimestre | Actual | | | | | 3er cuatrimestre | Actual |
| 7 | | Publicaciones en plataforma Facebook Visit Guatemala | 623 | Publicación | 258 | 41.4% | 192 | 30.8% | 53 | 8.5% | 503 | 80.7% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | | <p>El objetivo de la campaña es generar conciencia y promover el turismo sostenible en Guatemala, para que se pueda disfrutar de los maravillosos paisajes, cultura y gastronomía que ofrece el país. Se busca que los visitantes tengan una experiencia única y responsable, respetando el medio ambiente y las tradiciones locales. La campaña se ejecutará a través de la plataforma Facebook, utilizando contenido atractivo y educativo que motive a los usuarios a visitar Guatemala de manera responsable.</p> | | | |
| 8 | | Publicaciones en plataforma Twitter INGUAT | 1423 | Publicación | 704 | 49.3% | 553 | 38.7% | 116 | 8.1% | 1373 | 96.1% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | | <p>El objetivo de la campaña es generar conciencia y promover el turismo sostenible en Guatemala, para que se pueda disfrutar de los maravillosos paisajes, cultura y gastronomía que ofrece el país. Se busca que los visitantes tengan una experiencia única y responsable, respetando el medio ambiente y las tradiciones locales. La campaña se ejecutará a través de la plataforma Twitter, utilizando contenido atractivo y educativo que motive a los usuarios a visitar Guatemala de manera responsable.</p> | | | |
| 9 | | Publicaciones en plataforma Twitter Paseo Guatemala | 475 | Publicación | 141 | 29.7% | 221 | 46.5% | 46 | 10.1% | 410 | 86.3% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | | <p>El objetivo de la campaña es generar conciencia y promover el turismo sostenible en Guatemala, para que se pueda disfrutar de los maravillosos paisajes, cultura y gastronomía que ofrece el país. Se busca que los visitantes tengan una experiencia única y responsable, respetando el medio ambiente y las tradiciones locales. La campaña se ejecutará a través de la plataforma Twitter, utilizando contenido atractivo y educativo que motive a los usuarios a visitar Guatemala de manera responsable.</p> | | | |
| 10 | | Publicaciones en plataforma Twitter Visit Guatemala | 472 | Publicación | 118 | 25.0% | 182 | 38.5% | 61 | 12.9% | 361 | 76.5% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 0 | | <p>El objetivo de la campaña es generar conciencia y promover el turismo sostenible en Guatemala, para que se pueda disfrutar de los maravillosos paisajes, cultura y gastronomía que ofrece el país. Se busca que los visitantes tengan una experiencia única y responsable, respetando el medio ambiente y las tradiciones locales. La campaña se ejecutará a través de la plataforma Twitter, utilizando contenido atractivo y educativo que motive a los usuarios a visitar Guatemala de manera responsable.</p> | | | |

Lcd. Lourdes Carola Maldonado F

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta 2021 | Unidad de Medida | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | Descripción del indicador | Fórmula del indicador | Indicador | | | | POG. | PTS 2015-2025 | Observaciones | | | |
|---------------------------------|------------------------|---|-----------|------------------|---------------------------------|------|------------------|--------|------------------|---------------------------|-----------------------|-----------|--------|------------------|------------------|--|---------------|---------------|--------|--------|--------|
| | | | | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | | Meta 2021 | | 2do cuatrimestre | 3er cuatrimestre | | | | Actual | Actual | |
| | | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | | | % | % Meta | | | | | | | | % Meta |
| 9 | | Asesoría y recepción a empresas en temáticas de Cuentas. | 2 | Visitas | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | 0% | 8 | Evento febrero-marzo-abril, mayo-junio, julio-agosto. No se hicieron actividades de cuentas. Septiembre reunión en Puerto Checajal para coordinación en caso de llegada de cruzadas. | | | | | |
| 10 | | Redes de actividades para hacer en feriantes de pueblos. | 2 | Equipo | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | 0% | 0 | Evento febrero-marzo-abril, mayo-junio, julio-agosto. No se hicieron actividades de cuentas. | | | | | |
| 11 | | Contratación de grupos gerenciales y talleres. | 2 | Contratación | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | 0% | 0 | Evento febrero-marzo-abril, mayo-junio, julio-agosto. No se hicieron actividades de cuentas. | | | | | |
| 12 | | Planes de trabajo | 1 | Planes | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | 0% | 8 | Evento febrero-marzo-abril, mayo-junio, julio-agosto. No se hicieron trabajos de cuentas. | | | | | |
| 13 | | Memoria de cuentas (Fórmula Cambiaron Cuentas Association-FCCA) | 1 | Asamblea | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 1 | 100.0% | N/A | N/A | N/A | 0% | 0 | Evento febrero-marzo-abril, mayo-junio, julio-agosto. No se hicieron trabajos de cuentas. | | | | | |
| Turismo de Aventura | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | 4 | Apoyo técnico | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 2 | | Acciones que generen presencia internacional | 2 | Textos | 0 | 0% | 2 | 100% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 3 | | Conexión de redes de comunicación y prensa de mercados clave. | 3 | Conteos | 1 | 33% | 4 | 133% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 4 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 6 | Eventos | 3 | 50% | 1 | 16.7% | 1 | 16.7% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 5 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 4 | Apoyo técnico | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 6 | | Actualización en medios digitales institucionales | 75 | Actualización | 29 | 38% | 30 | 40% | 15 | 20.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 7 | | Visitas técnicas a empresas | 5 | Visitas | 1 | 20% | 3 | 60% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| Turismo de Boda y Lunas de Miel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | 4 | Folleto | 0 | 0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |
| 2 | | Acciones que generen presencia internacional | 2 | Pausa | 0 | 0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 8 | 0 | | | | |

Lcda. Lourdes Carilla Maldonado Fuentes

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta | | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | Fórmula del Indicador | Descripción del indicador | Indicador | PGG | PETS 2015 - ODS 2025 | Observaciones | | | | |
|-----|------------------------|--|------|------------------|---------------------------------|-------|------------------|------|------------------|-------|-----------------------|---------------------------|-----------|-----|----------------------|---|----------------------|------------------|------------------|---|
| | | | 2021 | Unidad de Medida | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | | | | | | | Avance cuatrimestral | | | |
| | | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | | | | 1er cuatrimestre | 2do cuatrimestre | 3er cuatrimestre |
| | | 2021 | | 2021 | | 2021 | | 2021 | | 2021 | | | | | | | | | | |
| 3 | | Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | 2 | Gras | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Generar acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | 6 | 8 | | |
| 4 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 3 | Gras | 2 | 67% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 67% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 5 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 4 | Reuniones | 2 | 50% | 2 | 50% | 0 | 0% | 4 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 6 | | Actualización en medios digitales institucionales | 35 | Actualizaciones | 22 | 63% | 7 | 20% | 4 | 11.4% | 33 | 94% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 7 | Tienda de Cultura | Visitas técnicas a empresas | 4 | Visitas | 1 | 25.0% | 3 | 75% | 0 | 0.0% | 4 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 1 | | Actualización y distribución de material promocional respaldado del segmento a nivel nacional e internacional. | 4 | Folleto | 2 | 50% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 50% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 2 | | Acciones que generen presencia institucional | 3 | Países | 0 | 0% | 3 | 100% | 0 | 0% | 3 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 3 | | Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | 5 | Gras | 0 | 0% | 5 | 100% | 0 | 0% | 5 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 4 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 9 | Evento | 3 | 33% | 3 | 33% | 0 | 0% | 6 | 67% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 5 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 2 | Apoyo técnico | 1 | 50% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 50% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 6 | | Actualización en medios digitales institucionales | 73 | Actualizaciones | 21 | 28.8% | 52 | 71% | 0 | 0% | 73 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |
| 7 | | Visitas técnicas a empresas | 10 | Evento | 4 | 40% | 5 | 50% | 1 | 10% | 10 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1.2.1.- Promover acciones para fortalecer la presencia institucional en los mercados clave, a través de la coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | 6 | 8 | | Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. Evento de promoción de destino de la ciudad de Guatemala para el mes de mayo en el marco del mes de la familia en Guatemala. |

Leda Lourdes Carola Maldonado Fuentes

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta | | Unidad de Medida | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | | | Indicador | RPG | PNTS 2021 | OBS | Observaciones | | |
|--------------------|---|----------------------|----------|--------|------------------|---------------------------------|----|------------------|---|------------------|----|----------|-----|-----------|-----|-----------|--|--|------------------|-------|
| | | | 2021 | | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | Anual | | | | | | | Meta 2021 | |
| | | | Cantidad | % | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | | 1er cuatrimestre | Anual |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | Textos | 8 | 100.0% | 0 | 0.0% | 8 | 100.0% | 0 | 0.0% | 8 | 100.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | Justo Distribución de material a carrera Imperio Agopel. Roto del logo, busbo tabler, distribución de calendario y folios. Agopel: Se actualiza logo de pesca deportiva. | | |
| 2 | Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | Apoyos | 3 | 33.3% | 0 | 0.0% | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% | 3 | 100.0% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 3 | Coordinación y realización de eventos de promoción para el país. | Apoyos | 3 | 33.3% | 1 | 33.3% | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% | 3 | 100.0% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 4 | Acciones formadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | Apoyo técnico | 5 | 100% | 0 | 0% | 5 | 100% | 0 | 0% | 5 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 5 | Actualización en medios digitales institucionales | Textos | 35 | 42.9% | 15 | 42.9% | 16 | 45.7% | 4 | 11.4% | 35 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 6 | Apoyo a actividades deportivas diversas que tengan presencia nivel nacional e internacional. | Evento | 10 | 60% | 3 | 30% | 6 | 60% | 0 | 0.0% | 9 | 90% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 7 | Visitas a eventos reconocidos | Viajeros | 5 | 20.0% | 1 | 20.0% | 4 | 80% | 0 | 0.0% | 5 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| Entrenamiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | Texto | 5 | 80% | 0 | 0% | 3 | 60% | 1 | 20.0% | 4 | 80% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | |
| 2 | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | Apoyo técnico | 3 | 100% | 0 | 0% | 3 | 100% | 0 | 0.0% | 3 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 3 | Tomar materia e información del segmento en caravanas internacionales. | Giras | 3 | 100% | 0 | 0% | 3 | 100% | 0 | 0.0% | 3 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 4 | Actualización en medios digitales institucionales | Textos | 35 | 71.4% | 3 | 8.6% | 25 | 71.4% | 7 | 20.0% | 35 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| 5 | Visitas técnicas a empresas | Eventos | 4 | 50% | 0 | 0.0% | 2 | 50% | 0 | 0.0% | 2 | 50% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |
| Turismo Sostenible | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | Apoyo | 6 | 67% | 2 | 33% | 4 | 67% | 0 | 0.0% | 6 | 100% | N/A | N/A | N/A | 6 | 4.12.1 - Promover responsable a la implementación de una estrategia de desarrollo de turismo sostenible e innovador en el sector privado y con el apoyo de las autoridades gubernamentales y privadas. | | | |

Lcd. Lourdes Areola Malograde Fuentes

Mercaadeo Septiembre 2021

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | Indicador | | | | P.O.C. | P.M.T.S. 2015-2016 | Observaciones | | | | | | | | |
|----------------------|----------------------------------|--|------|---------------------------------|----|------------------|---|------------------|---|------------------|----|------------------|------------------|--------|--------------------|---------------|--|--|------------------|------------------|---|---|--|---|
| | | | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | 4to cuatrimestre | | Meta 2021 | | | | | Descripción del indicador | Formula del indicador | | | | | | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | 1er cuatrimestre | 2do cuatrimestre | | | | | | 3er cuatrimestre | 4to cuatrimestre | Anual | Anual | | |
| 2 | | Coordinación de viajes de familiarización de mercados clave. | 1 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de un viaje de familiarización de mercados clave para el primer trimestre de 2021. | 6 | 8 | | | | | |
| 3 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 3 | 100% | 3 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.2. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de un evento de promoción para el primer trimestre de 2021. | 6 | 8 | | Faltó la presentación de destino donde se mencionaron actividades de turismo doméstico con reuniones de EEUU con línea aérea Delta. Marzo: participación en línea. Expolingua con 4 empresas. Abril: presentación de destino y de segmento con representantes turísticos por medio de la consola de Guatemala en Francia con MINEC. | | | |
| 4 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 5 | 60% | 3 | 60% | 1 | 20% | 0 | 0% | 4 | 80% | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.3. Generar conexiones para el sector privado mediante el apoyo de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 6 | 8 | | Ejemplo: reunión con empresas representantes del segmento, se acordó realizar un viaje de promoción para el primer trimestre de 2021 y también la actualización de datos de los canales para avanzar más allá de las reuniones. Y reunión con Consejo General de Fletes, Bases, se acordó realizar un webinar para el primer trimestre de 2021. Reunión con San Pedro Siquem School para ver lo de la revista Shady Travel, en la cual se logró espacio. | | | |
| 5 | | Actualización en medios digitales institucionales | 25 | 64% | 16 | 64% | 3 | 12% | 1 | 4% | 20 | 80% | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.4. Actualización de medios digitales institucionales. | 0 | 0 | | Ejemplo: posts de bienvenida al idioma español en Guatemala, los destinos en donde se puede acceder (Ch, E, México) que van a Guatemala a aprender idioma español. Frecuencia: post de bienvenida (2), después posts de otros destinos (2), de Chubalenango y Antigua Guatemala. Marzo: post de la feria de Emprendedores. Abril: post para el día del idioma español. Julio: Día post escuela de español La Antigua, una Siquem. Septiembre: Post en redes sobre segmento doméstico. | | | |
| 6 | Torneo de Iniciación de Recursos | Visitas técnicas a escuelas | 4 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 0 | 0 | 0 | | | |
| 1 | | Actualización y elaboración de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | 4 | 0% | 1 | 25% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 25% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 0 | 0 | 0 | | | Julio: envío de material del segmento a consola comercial en Chile para promoción del segmento con conductos para realizar seguimiento de actividades comerciales futuras. |
| 2 | | Acciones que generan conexiones institucionales | 4 | 0% | 2 | 50% | 1 | 25% | 0 | 0% | 3 | 75% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.5. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de acciones que generan conexiones institucionales. | 6 | 8 | | Julio: artículo del segmento en boletín mensual de AFDA con apoyo de COPEXEX. Septiembre: publicación en Instagram de Paula Siquem sobre servicios de Guimping de Guatemala. | | |
| 3 | | Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | 2 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.6. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de acciones que generan conexiones institucionales. | 6 | 8 | | | | |
| 4 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 3 | 87% | 2 | 67% | 1 | 33% | 0 | 0% | 3 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.7. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de acciones que generan conexiones institucionales. | 6 | 8 | | Ejemplo: presentación de destino donde se mencionaron actividades de turismo doméstico con reuniones de EEUU con línea aérea Delta, y actualización de datos con representantes de Costa Rica con línea aérea Volaris. Agosto: agenda de citas para DMO BCD Travel con empresarios guatemaltecos. | | |
| 5 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 8 | 83% | 5 | 63% | 1 | 17% | 0 | 0% | 6 | 75% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.8. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de acciones que generan conexiones institucionales. | 6 | 8 | | Ejemplo: reunión con el Bero de Comunicaciones y se acordó realizar un webinar con el apoyo de COPEXEX. Septiembre: publicación en Instagram de Paula Siquem sobre servicios de Guimping de Guatemala. | | |
| 6 | | Actualización en medios digitales institucionales | 20 | 35% | 7 | 35% | 9 | 45% | 1 | 5% | 17 | 85% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.9. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de acciones que generan conexiones institucionales. | 0 | 0 | | Ejemplo: posts de bienvenida al idioma español en Guatemala, los destinos en donde se puede acceder (Ch, E, México) que van a Guatemala a aprender idioma español. Frecuencia: post de bienvenida (2), después posts de otros destinos (2), de Chubalenango y Antigua Guatemala. Marzo: post de la feria de Emprendedores. Abril: post para el día del idioma español. Julio: Día post escuela de español La Antigua, una Siquem. Septiembre: Post en redes sobre segmento doméstico. | | |
| 7 | | Visitas técnicas a instituciones, asociaciones o empresas | 6 | 50% | 3 | 50% | 2 | 33% | 0 | 0% | 5 | 83% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.125.1.10. Promoción adelantada al país en el exterior, mediante el apoyo de acciones que generan conexiones institucionales. | 0 | 0 | | Ejemplo: reunión con el Bero de Comunicaciones y se acordó realizar un webinar con el apoyo de COPEXEX. Septiembre: publicación en Instagram de Paula Siquem sobre servicios de Guimping de Guatemala. | | |
| Torneo de Naturaleza | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Actualización y elaboración de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | 4 | 50% | 2 | 50% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0 | 0 | 0 | 0 | | | Ejemplo: distribución de brochure de Avianca en bar de prensa nacional. Marzo: distribución de brochure de destino en viaje de prensa con representantes. Julio: distribución de material de promoción para el segmento de viajes de prensa con representantes de Operate, por parte de MICE. |



Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta 2021 | Avance de meta por trimestre | | | | | | Indicador | | | | | | PMIS 2015-2025 | OOS | ROG | Observaciones | | | | | |
|------------------------------|------------------------|---|-----------|------------------------------|--------|---------------|--------|---------------|-------|------------------|------------------|----------------------|--------|-----------------------|---------------------------|----------------|-----|-----|---------------|--|------------------|------------------|------------------|-------|
| | | | | 1er trimestre | | 2do trimestre | | 3er trimestre | | Meta 2021 | | Avance cuatrimestral | | Fórmula del indicador | Descripción del indicador | | | | | Fórmula del indicador | 1er cuatrimestre | 2do cuatrimestre | 3er cuatrimestre | Anual |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | 1er cuatrimestre | 2do cuatrimestre | 3er cuatrimestre | Actual | | | | | | | | | | | |
| 2 | | Acciones que generen presencia institucional | 4 | 0 | 0.0% | 2 | 50.0% | 0 | 0.0% | 2 | 50.0% | 2 | 50.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Agenda: Medicina en Cusco El Maudo de El Salvador sobre Lago de Atitlán | | | | |
| 3 | | Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | 4 | 4 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 4 | 100% | 4 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | 5 | 8 | Fabrim: gira con medios nacionales para promover el subsegmento de Aviturismo y Naturaleza con subsegmento de aventura con vista a extranjero. Marzo: viaje de prensa para presentación de campaña Quiérela a Frica La Escudera con medios nacionales y extranjeros de medios nacionales a los alrededores de La Alaguala para realizar Aviturismo. También participamos en el evento. | | | | |
| 4 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 5 | 3 | 60.0% | 2 | 40.0% | 0 | 0.0% | 2 | 40.0% | 5 | 100.0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Fabrim: presentación de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 5 | | Acciones clave de familiarización con el sector privado y otras instituciones. | 4 | 1 | 25.0% | 2 | 50% | 0 | 0.0% | 3 | 75% | 3 | 75% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Fabrim: presentación de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 6 | | Actualización en medios digitales relacionados | 85 | 25 | 29% | 33 | 62% | 15 | 17.6% | 53 | 62% | 53 | 62% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Fabrim: actualización de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 7 | | Coordinación de fechas para promoción de turismo interno de naturaleza. | 2 | 0 | 0% | 2 | 100.0% | 0 | 0% | 2 | 100% | 2 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | 8 | 8 | Fabrim: presentación de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 8 | | Visitas técnicas a empresas | 15 | 8 | 53% | 2 | 13.3% | 0 | 0.0% | 10 | 67% | 10 | 67% | N/A | N/A | N/A | N/A | 5 | 8 | Fabrim: presentación de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| Turismo de Salud y Bienestar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Actualización y distribución de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | 3 | 0 | 0% | 2 | 67% | 1 | 33.3% | 3 | 100% | 3 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Fabrim: actualización de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 2 | | Coordinación de viajes de familiarización y prensa de mercados clave. | 1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | N/A | 5 | 8 | Fabrim: actualización de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 3 | | Acciones que generen presencia institucional | 1 | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0.0% | 1 | 100% | 1 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Fabrim: actualización de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |
| 4 | | Coordinación y realización de evento de promoción para el país. | 4 | 3 | 75% | 1 | 25% | 0 | 0.0% | 4 | 100% | 4 | 100% | N/A | N/A | N/A | N/A | 6 | 8 | Fabrim: actualización de destino desde las estaciones aéreas de la red con el apoyo de ECOM con línea aérea Delta y presentación de destino con empresas de Costa Rica. Inicio de la campaña de promoción de destino que incluye segmento de aventura en parte de la cobertura de prensa, realizada a través de medios de prensa de Europa. Y rueda de prensa con medios internacionales en Naturaleza y Aviturismo. | | | | |

Lcda. Lourdes Carola Maldonado Fuentes

Mercadeo Septiembre 2021

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Meta 2021 | Unidad de medida | Avances de meta por trimestre | | | | | | | | | | | | Formulas del Indicador | Descripción del Indicador | Poco | PPTS 2015-2020 | Observaciones |
|--|------------------------|--|-----------|------------------|-------------------------------|------|-----------|---------------|-----------|-------|---------------|--------|-----------|---------------|-----------|---|------------------------|--|---|----------------|---------------|
| | | | | | 1er trimestre | | | 2do trimestre | | | 3er trimestre | | | 4to trimestre | | | | | | | |
| | | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | |
| | | | | | Meta 2021 | % | Meta 2021 | % | Meta 2021 | % | Meta 2021 | % | Meta 2021 | % | Meta 2021 | % | | | | | |
| 5 | | Actualización en medios digitales institucionales | 45 | Pieles | 22 | 49% | 16 | 36% | 2 | 4.4% | 40 | 89% | N/A | N/A | N/A | 0 | 6 | Enero: visita de campo a yagas. Febrero: post de redes sociales. (3) de webinars en Píets y un mes de promoción de yagas. Marzo: 2 de yagas. Abril: 2 de yagas. Mayo: 2 de yagas. Junio: 1 de yagas. Julio: 1 de yagas. Agosto: 1 de yagas. Septiembre: 1 de yagas. Octubre: 1 de yagas. Noviembre: 1 de yagas. Diciembre: 1 de yagas. | | | |
| 6 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 4 | Apoyo técnico | 2 | 50% | 2 | 50% | 0 | 0.0% | 4 | 100.0% | N/A | N/A | N/A | 9 | 6 | Enero: reunión con Comisión de Salud y Bienestar de AGEPORT en donde se acordó realizar una visita de regiones del departamento de Guaviare. Febrero: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Marzo: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Abril: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Mayo: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Junio: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Julio: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Agosto: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Septiembre: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Octubre: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Noviembre: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Diciembre: reunión con el sector privado para la realización de un taller. | | | |
| 7 | | Visitas técnicas a empresas e instituciones del sector. | 6 | Visitas | 1 | 17% | 4 | 67% | 0 | 0.0% | 5 | 83.3% | N/A | N/A | N/A | 9 | 6 | Enero: visita técnica al Hotel Boutique Las Lagunas. Marzo: visita técnica al spa de Casa Santa Domingo. Ayar espacio de bienestar. ENVIU. | | | |
| Turismo de Voluntariado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Actualización e integración de material promocional especializado del segmento a nivel nacional e internacional. | 4 | Folleto | 1 | 25% | 3 | 75% | 0 | 0.0% | 4 | 100% | N/A | N/A | N/A | 9 | 6 | Marzo: actualización de contenido del segmento en versión digital. Agosto: Distribución de boletín informativo de voluntariado. Agosto: 2 post de tur indios con ONV para niños de escuela pública. | | | |
| 2 | | Acciones que generen presencia internacional | 1 | Cine | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0.0% | 0 | 0% | N/A | N/A | N/A | 4.5241 - "buena empresa" proporción de turismo para el departamento de turismo. Agosto: 2 post de tur indios con ONV para niños de escuela pública. | 6 | 6 | | | |
| 3 | | Acciones derivadas de reuniones con el sector privado y otras instituciones. | 5 | Apoyo técnico | 2 | 40% | 2 | 40% | 1 | 20.0% | 5 | 100% | N/A | N/A | N/A | 4.1781 - Promoción especializada para el sector turístico. Agosto: 2 post de tur indios con ONV para niños de escuela pública. | 6 | 6 | Enero: reunión con asociaciones ONG's de donde se acordó realizar la actualización del segmento. Febrero: reunión con el sector privado para la realización de un taller. Marzo: taller de actualización del segmento. Abril: taller de actualización del segmento. Mayo: taller de actualización del segmento. Junio: taller de actualización del segmento. Julio: taller de actualización del segmento. Agosto: taller de actualización del segmento. Septiembre: taller de actualización del segmento. Octubre: taller de actualización del segmento. Noviembre: taller de actualización del segmento. Diciembre: taller de actualización del segmento. | | |
| 4 | | Actualización en medios digitales institucionales | 25 | Textos | 9 | 36% | 6 | 24% | 2 | 8.0% | 17 | 68% | N/A | N/A | N/A | 4.1781 - Promoción especializada para el sector turístico. Agosto: 2 post de tur indios con ONV para niños de escuela pública. | 6 | 6 | Enero: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Febrero: (3) de post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Marzo: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Abril: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Mayo: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Junio: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Julio: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Agosto: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Septiembre: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Octubre: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Noviembre: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. Diciembre: post de inspirar y contar de turismo, actividades extra después de haber visitado. | | |
| 5 | | Visitas técnicas a instituciones | 5 | Eventos | 1 | 20% | 3 | 60% | 0 | 0.0% | 4 | 80% | N/A | N/A | N/A | 9 | 6 | Enero: visita técnica al Hotel Boutique Las Lagunas en Santa Rosa Miraflores. Julio: visita técnica con Obisnavigy y Anmal AWASE Agosto: tour virtual con Anmal | | | |
| DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Cuenta Satélite de Turismo de Guaviare | 4 | Tablas | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | N/A | N/A | N/A | 4 | 4 | Julio: talleres del BANGIAT, trabajo de Alianza e NGIAT participación en el V Taller de Fortalecimiento de las cuentas satelitales de turismo, organizado por SICAT | | | |
| Etnoética | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | Medición de Flujos Turísticos. Operación destinada a obtener el universo y caracterización de los visitantes que cruzan fronteras por medios tecnológicos de Guaviare. | 23 | Documento | 9 | 39% | 9 | 39% | 2 | 9% | 20 | 87% | N/A | N/A | N/A | 4 | 4 | Enero: Boletín de Estadísticas Turísticas Diciembre 2020. Boletín Cuarta Trimestre de Estadísticas de Turismo 2020 y Boletín Anual de Estadísticas de Turismo 2020. Febrero: Boletín de Estadísticas de Turismo Enero 2021. Marzo: Boletín de Estadísticas de Turismo Febrero 2021. Abril: Boletín de Estadísticas de Turismo Marzo 2021. Mayo: Boletín de Estadísticas de Turismo Abril 2021. Junio: Boletín de Estadísticas de Turismo Mayo 2021. Julio: Boletín de Estadísticas de Turismo Junio 2021. Agosto: Boletín de Estadísticas de Turismo Julio 2021. Septiembre: Boletín de Estadísticas de Turismo Agosto 2021. Octubre: Boletín de Estadísticas de Turismo Septiembre 2021. Noviembre: Boletín de Estadísticas de Turismo Octubre 2021. Diciembre: Boletín de Estadísticas de Turismo Noviembre 2021. | | | |

| No. | Producto o subproducto | Servicio o actividad | Medida | Avance de meta por cuatrimestre | | | | | | Formas del Indicador | Descripción del Indicador | POG | PMTS 2015-2017 | Observaciones | | |
|--|--|----------------------|--------|---------------------------------|------|------------------|------|------------------|-------|----------------------|---------------------------|-----|----------------|---------------|-------|---|
| | | | | 1er cuatrimestre | | 2do cuatrimestre | | 3er cuatrimestre | | | | | | | Anual | |
| | | | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % | | | | | | | |
| 5 | Seamos de área protegida (pájaros, plantas, animales, reservas naturales, biotopos, entre otros) | | 7 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0 | 4 | 8 | 0 | |
| <p>DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA TURISTICA</p> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Atención Turística: Actividad que permite un adecuado conocimiento del mercado en donde se opera, a través del manejo permanente de un tipo de información que consiste en la mejor comprensión del comportamiento de las ventas de viajes y turismo, a través de la generación de documentos de análisis. | | 40 | 3% | 14 | 30% | 3 | 6% | 29 | 72.5% | N/A | N/A | N/A | 4 | 8 | 0 |
| 1 | Gestión de seguridad en servicios de visitantes internacionales | | 1035 | 17.2% | 185 | 48.2% | 83 | 7.7% | 786 | 73.1% | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| | | | 21820 | 6.2% | 1488 | 84.9% | 529 | 2.2% | 22289 | 93.4% | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| 2 | Asistencia en reuniones a visitantes nacionales e internacionales | | 3785 | 10.8% | 388 | 64.6% | 174 | 4.6% | 3017 | 80.1% | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| | | | 14054 | 18.9% | 2652 | 71.7% | 185 | 1.3% | 12399 | 91.9% | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| 3 | Apoyo en la gestión de seguridad asistencia en servicios, citas y otras actividades en los centros turísticos | | 30 | | 15 | | 11 | | 37 | | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| 4 | Bolines de información | | 790 | | 82 | | 414 | | 688 | | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| 5 | Monitoreo de citas y reservas turísticas | | 6108 | | 1250 | | 3038 | | 4844 | | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |
| 6 | Citas informales al sector turístico | | 23 | | 9 | | 7 | | 17 | | N/A | N/A | N/A | 7 | 16 | 7 |

