



**EVALUACIÓN A LA RENDICIÓN DE CUENTAS DE LA EJECUCIÓN DEL GASTO, PRACTICADA AL INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO (IHT), CORRESPONDIENTE AL PERÍODO FISCAL 2021.**

**INFORME RC-N°085-2022-DFEP-IHT**

**PERÍODO EVALUADO  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021**

**TEGUCIGALPA MDC., AGOSTO 2022**

Tegucigalpa MDC., 30 de septiembre, 2022

Oficio Presidencia No. 2374-2022-TSC

Licenciada

**Yadira Esther Gómez Chavarría**

Presidente Ejecutiva

Instituto Hondureño de Turismo (IHT)

Su Oficina

**Señora Presidente Ejecutiva:**

Adjunto encontrará el Informe de Evaluación a la Rendición de Cuentas de la Ejecución del Gasto **RC-N°085-2022-DFEP-IHT**, que forma parte del Informe de Rendición de la Cuenta General del Estado correspondiente al ejercicio fiscal 2021, por el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021, el cual fue aprobado por el Pleno de Magistrados del Tribunal Superior de Cuentas y notificado al Congreso Nacional el 31 de agosto de 2022.

La evaluación se realizó con base en las facultades conferidas en los Artículos 205 numeral 38 y 222 de la Constitución de la República; 3, 4, y 5 numeral 4; 32 reformado; 42 numeral 2, y 45 reformado (numerales 1, 2, 5 y 11) de la Ley Orgánica del Tribunal Superior de Cuentas. Asimismo, en cumplimiento del Plan Operativo Anual 2022 del Departamento de Fiscalización de Ejecución Presupuestaria, dependiente de la Gerencia de Verificación y Análisis.

Este Informe contiene opiniones, conclusiones sobre la gestión de la institución a su cargo. Es preciso mencionar que el Informe de Rendición de Cuentas *no es una liquidación* de la ejecución del gasto, es una evaluación a las liquidaciones presentadas por parte de la Administración Central y Descentralizadas a la Secretaría de Finanzas.

**Roy Pineda Castro**

Magistrado Presidente

📁 Departamento de Fiscalización de Ejecución Presupuestaria



## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>INFORMACIÓN INTRODUCTORIA</b> .....	1
A. MOTIVOS DE LA EVALUACIÓN .....	1
B. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN.....	1
C. ALCANCE DE LA EVALUACIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO II</b> .....	2
<b>DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS</b> .....	2
1. MARCO LEGAL .....	2
2. EJECUCIÓN DE LA PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL .....	2
3. LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA DE EGRESOS. ....	17
<b>CAPÍTULO III</b> .....	21
<b>CONCLUSIONES</b> .....	21



## CAPÍTULO I INFORMACIÓN INTRODUCTORIA

### A. MOTIVOS DE LA EVALUACIÓN

La evaluación se realizó con base en las facultades conferidas en los Artículos 205 numeral 38, y 222 de la Constitución de la República; 3, 4, y 5 numeral 4; 32 reformado; 42 numeral 2, y 45 reformado (numerales 1, 2, 5 y 11) de la Ley Orgánica del Tribunal Superior de Cuentas, y en cumplimiento del Plan Operativo Anual 2022 del Departamento de Fiscalización de Ejecución Presupuestaria, dependiente de la Gerencia de Verificación y Análisis.

### B. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

#### Objetivo General:

1. Resumir la visión sobre la gestión del Sector Público con base a las liquidaciones del Presupuesto de Egresos del periodo fiscal 2021.

#### Objetivos Específicos:

1. Evidenciar la ejecución de la Planificación Operativa Anual con el propósito de asegurar el cumplimiento del rol institucional.
2. Dar a conocer la liquidación presupuestaria de egresos institucional que permitió la ejecución de la Planificación Operativa Anual Institucional.

### C. ALCANCE DE LA EVALUACIÓN

El alcance del Informe de Evaluación a la Rendición de Cuentas de la Ejecución del Gasto del Instituto Hondureño de Turismo cubre del 1 de enero al 31 de diciembre del período fiscal 2021, y persigue corroborar la efectiva ejecución de la Planificación Operativa Anual en términos de la entrega de productos finales a los beneficiarios/usuarios; así como conocer la disponibilidad real de los recursos con la que contó la institución para la ejecución de gastos en la Planificación Operativa.



## CAPÍTULO II DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS

### 1. MARCO LEGAL

El Instituto Hondureño de Turismo, fue creado mediante Decreto N° 103-93 de fecha 27 de mayo de 1993, como una entidad de derecho público, de carácter permanente, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía administrativa y financiera; tiene como finalidad estimular y promover el turismo como una actividad económica que impulse el desarrollo del país, por medio de la conservación, protección y aprovechamiento racional de los recursos turísticos nacionales.

Mediante Decreto Ejecutivo Número PCM-014-2018, se creó nuevamente la Secretaría de Estado en los Despachos de Turismo, el poder Ejecutivo declaró al Sector Turismo como un sector prioritario para el desarrollo social y económico del País, le competará a esta Secretaría la formulación, dirección, ejecución, promoción, estimulación y evaluación de las políticas y actividades relativas al Turismo, por lo que trabajará en conjunto con el Instituto Hondureño de Turismo.

### 2. EJECUCIÓN DE LA PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL

El Instituto Hondureño de Turismo (IHT) estableció como su misión; ser una institución responsable de estimular, orientar y promover el desarrollo turístico del país, con vistas a mejorar la calidad de vida de los hondureños y fortalecer la identidad nacional, ejecutando la política turística definida por la Secretaría de Turismo.

El Plan Operativo Anual del IHT correspondiente al ejercicio fiscal 2021, se formuló con base a la metodología de la Cadena de Valor Público Institucional; donde se evidenció la definición de 2 Objetivos Estratégicos orientados a promocionar Honduras como un destino de turismo sostenible, seguro y de calidad en Centroamérica, con el fin de aumentar el número de visitantes nacional, regional e internacional, asimismo, fortalecer los destinos y distritos turísticos mediante la generación de condiciones favorables de inversión, y la formación del recurso humano para ofrecer un servicio de calidad, garantizando la sostenibilidad ambiental y estimulando nuestra identidad nacional. La planificación institucional se presenta vinculada con la planificación nacional de la siguiente forma:

- **En el Plan de Nación y Visión de País:** con el Objetivo N° 3 del Plan de Nación: “Una Honduras productiva, generadora de oportunidades y empleo, que aprovecha de manera sostenible sus recursos, y reduce la vulnerabilidad ambiental” y contribuye al cumplimiento específico de la Meta: 2, Elevar las exportaciones de bienes y servicios.



- **En el Plan Estratégico de Gobierno 2018-2022:** con el Objetivo N° 5: “Impulsar medidas de reactivación económica y de generación de empleo, orientadas a contrarrestar los efectos negativos ocasionados por la Pandemia COVID-19”, y al Resultado Global N° 2: Mejorada la competitividad y el ambiente de negocios para la atracción de inversiones.

Para el cumplimiento de los objetivos y resultados, estructuró su planificación en 13 programas institucionales de donde se **desprenden 22 productos finales, que representan los servicios de promoción de los destinos turísticos del país a nivel nacional, regional e internacional, y la asistencia técnica a empresas y colaboradores, prestadores de servicios turísticos;** asimismo, cuenta con 36 Productos Intermedios para la gestión interna, por lo tanto su formulación muestra coherencia con la totalidad de las atribuciones de su Marco Legal.

A continuación, se presenta la evaluación del Plan Operativo Anual de la gestión 2021 con base en los productos finales de sus programas institucionales:

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL 2021		
INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO (IHT)		
Programas	Cantidad de Productos Finales	% Ejecución
Desarrollo de una oferta turística competitiva y sostenible.	2	100%
Puesta en valor y diversificación de los destinos turísticos.	1	100%
Promoción turística interna, regional e internacional.	2	100%
Desarrollo de diseños publicitarios para la promoción turística.	2	73%
Promoción turística en medios digitales.	1	50%
Desarrollo de la normalización y calidad turística.	2	100%
Desarrollo de las estrategias e inteligencia de mercados turísticos.	3	67%
Promoción y atracción de inversión turística.	1	100%
Promoción y mercadeo de los destinos y oferta turística.	1	57%
Turismo social y distritos turísticos de Honduras.	1	67%
Desarrollo de estrategias de comunicación turística.	3	83%
Fortalecimiento del desarrollo de la comercialización de la industria turística.	1	100%
Desarrollo de ferias y eventos turísticos nacionales y regionales.	2	92%
<b>Promedio General de Ejecución</b>		<b>84%</b>

**Fuente:** Elaboración propia con datos de los Reportes del Sistema de Gestión por Resultados, IHT Período Fiscal 2021

Con relación a los resultados físicos reportados, estos programas alcanzaron una ejecución promedio del 84%, sobre estos se detalla lo siguiente:



**EL PROGRAMA DE DESARROLLO DE UNA OFERTA TURÍSTICA COMPETITIVA Y SOSTENIBLE**, tiene la finalidad de implementar la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible en las políticas, programas, estrategias y proyectos desarrollados por diferentes instituciones relacionadas a este sector; a continuación, los resultados de sus 2 productos finales es el siguiente:

- **Brindadas 16 Asistencias técnicas** en temas de implementación de buenas prácticas turísticas, dirigidas a personas de las comunidades de los destinos turísticos y al personal de las empresas prestadoras de servicios turísticos, de las zonas de: Roatán, Lago de Yojoa, Utila, Trujillo, Tela, Ceiba y en Cayos Cochinos.
- **Elaborado el Plan “Monumento Natural Marino Archipiélago Cayos Cochinos (MNMACC)”**, orientado al desarrollo de servicios para los visitantes y de actividades a desarrollar, procurando reducir los impactos ambientales. Este plan se realizó en cooperación con el Instituto Hondureño de Conservación Forestal (ICF) y la Fundación Cayos Cochinos (Honduras Coral Reef fund (HCRF)).

Es importante mencionar que de acuerdo a la revisión de notas explicativas, el IHT considera este plan como finalizado, con base en su rol institucional, no obstante, tiene que ser validado por procedimientos propios del Instituto Hondureño de Conservación Forestal, para que posteriormente sea utilizado por el co-manejador del área protegida en mención.

Los resultados, fueron cotejados por medio de 16 “Informes de Gira” y el “Plan MNMACC” elaborados por la Unidad de Sostenibilidad Ambiental, del IHT.

**PROGRAMA PUESTA EN VALOR Y DIVERSIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS**, dirige iniciativas que fortalezcan la diversificación y ampliación de la oferta turística en Honduras, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública, gobiernos estatales y organismos sociales. El resultado de su producto final fue la realización de **16 Asistencias técnicas**, siendo estas las siguientes:

1. Al personal de la municipalidad de Ojojona, para desarrollar el anteproyecto “Parque Turístico El Mirador”, propiedad del IHT.
2. A empresarios y autoridades de la municipalidad de la Ceiba, para identificar carencias de infraestructura y formulación de posibles intervenciones de los diferentes sitios turísticos de dicha zona.
3. A prestadores de servicios turísticos de los municipios de la Ceiba y Tela, en el departamento de Atlántida, para concientizar en temas de bioseguridad previo a Semana Santa 2021.



4. Al personal que administra el Parque Turístico El Obrero del Municipio de Valle de Ángeles; para reporte de daños en el área de piscinas, y soluciones de rehabilitación y mejora.
5. Al personal que administra el Parque Turístico El Obrero del Municipio de Valle de Ángeles; para presentar Informe Técnico sobre el vivero “Selva Negra” y presentación de futuras intervenciones.
6. Al personal que administra el Parque Turístico El Obrero del Municipio de Valle de Ángeles; para presentar Informe Técnico de supervisión de balastrado de calle interna en el parque, para llevar el debido control físico, financiero y calidad de la obra.
7. A las Autoridades de la municipalidad de la Copán Ruinas, para presentar Informe Técnico de daños por los huracanes ETA & IOTA y soluciones de rehabilitación y mejora sobre tramo de carretera San Lucas, ubicado en la borda sur del Río Copán.
8. A prestador de servicios turísticos del municipio de Valle de Ángeles, para instalar Restaurante Turístico.
9. A las Autoridades de la municipalidad de Zacapa, para formular el proyecto “Portal de Bienvenida a San Pedro de Zacapa, departamento de Santa Bárbara”.
10. Al Jefe de Unidad de Turismo y personal de alcaldía del municipio de Valle de Ángeles, para formular el proyecto “Parque de entrada principal, Valle de Ángeles”.
11. Al Jefe de Unidad de Turismo y personal municipal de la alcaldía de Yuscarán, para formular el proyecto “Sendero las Minas, Yuscarán, departamento del Paraíso”.
12. Al equipo técnico de la Asociación de Energía Renovable de Honduras y al Patronato de la comunidad de Rio Negro, Municipio de San Jerónimo, departamento de Comayagua, para elaborar el Inventario sobre recursos turísticos, prestadores de servicios turísticos y la infraestructura disponible.
13. Al personal del Comité Técnico de Evaluación del fideicomiso “Mejoramiento de la Infraestructura y Servicios del departamento de Islas de la Bahía” para elaborar actas de adjudicación a empresas que ejecutarían los proyectos establecidos.
14. Al personal que ejecuta el proyecto “Mejoramiento y Construcción del Malecón y Muelle Reinaldo Canales/Construcción de calle Corozal, de la ciudad de la Ceiba, para presentar Informe Técnico.



15. Al personal del Parque Arqueológico los Naranjos, aldea El Jaral, departamento de Cortés, y al personal de la empresa que ejecutará diversas obras en dicho parque, para presentar informe técnico sobre las condiciones donde se construirá el embarcadero.
16. Al Director de la Asociación de Municipios del Lago de Yojoa y su Área de Influencia para presentar Informe Técnico, del proyecto “Mejoramiento de techo del salón administrativo de AMUPROLAGO”, localizado en predio del Instituto Hondureño de Turismo, en el municipio de Santa Cruz de Yojoa, departamento de Cortés.

Las asistencias técnicas, fueron constatadas por medio de 16 “Informes de Asistencia Técnica” elaborados por la Unidad de Infraestructura Turística, del IHT.

**PROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNA, REGIONAL E INTERNACIONAL**, tiene por objetivo principal; la promoción, comercialización y mercadeo de Honduras como destino turístico, por medio de la participación en ruedas de negocios, en donde como sector público acompaña a las empresas del sector privado para mercadear el destino y vender los servicios turísticos. El resultado de sus 2 productos finales es el siguiente:

- **Participación en 6 Ruedas de Negocios Internacionales** este mecanismo permite el encuentro entre emprendedores, empresarios, inversores e instituciones que buscan lograr acuerdos para abrir oportunidades de compra o venta de servicios, productos o procesos. El IHT realiza la contratación de un espacio para montar un stand de país con todas las facilidades de mobiliario, tecnología (internet), decoración ilustrativa, entre otros, el que sirve como plataforma para que empresarios del rubro turístico se reúnan con Tour Operadores Mayoristas en un intercambio de información que genera acuerdos, alianzas, ventas de paquetes turísticos, inclusión en catálogos mayoristas. Las ruedas de negocios realizadas se detallan a continuación:
  1. Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios del Turismo (CIMET), llevada a cabo en Madrid, España del 16 al 25 de mayo del 2021; donde se presentaron los planes e incentivos que ofrece Honduras para atraer la inversión de empresarios españoles, destacando la Ley del Fomento al Turismo (LFT).
  2. Travel & Adventure Show-Texas USA, con el objetivo de fortalecer la imagen de país y tener la oportunidad de dar a conocer el destino para atraer visitantes, en vista que es una conexión directa entre el turista y el destino.
  3. Rio Grande Valley Birding Festival-Harlingen, Texas USA, con el objetivo de promover a Honduras como destino ideal para realizar aventurismo.



4. Dema Show, evento más grande en temas de buceo, aventura acuática y turismo participación con el objetivo principal de conocer las buenas prácticas, para que los centros de buceos puedan implementar las medidas de bioseguridad que se están implementado por la crisis sanitaria del COVID-19. En el caso de Honduras Islas de la Bahía es el principal atractivo con centros de buceo.
  5. Business to Business (B2B) en Guatemala-Feriado Bancario, actividad que incluye diseño y elaboración de una campaña publicitaria en medios digitales, pauta en radio local, una B2B está orientada a la venta de productos y servicios entre empresas y no directamente al consumidor final y la movilización de representantes del sector privado del rubro del país hacia el Guatemala.
  6. Business to Business (B2B) en el Salvador-Fiestas Agostinas, comprende el diseño y elaboración de una campaña publicitaria en medios digitales, pauta en radio local, una B2B está orientada a la venta de productos y servicios entre empresas y no directamente al consumidor final y la movilización de representantes del sector privado del rubro del país hacia el Salvador.
- **Participación en 13 presentaciones de país**, para posicionar a Honduras en el mercado nacional e internacional, estas presentaciones cuentan con información de los principales destinos turísticos, y de estas se derivan temas vinculantes que proporcionan información para la toma de decisiones, inclusión del destino en catálogos de venta de paquetes turísticos, y consideración para apertura de nuevas rutas o frecuencias aéreas, en estas se convocan a representantes del sector turísticos en un salón con las facilidades de mobiliario, audiovisuales e internet; servicio catering, entre otros servicios. Adicionalmente se proporciona información impresa a los invitados y se hace un levantamiento de datos de contactos para el seguimiento de las acciones de negocios y para futuras convocatorias. Las presentaciones de país en las que participó se detallan a continuación:
    - The Best Of The Best.
    - FITUR 2021 - XXIV Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET).
    - Organización Mundo Maya (OMM).
    - Rueda de Negocios B2b/ B2c, San Salvador; El Salvador.
    - Rueda de Negocios B2B en Guatemala.
    - The Central America Virtual Road show Europe 2021.
    - Tres (3) presentaciones en Agencia de Promoción Turística de Centroamérica.
    - Cuatro (4) presentaciones en Road Show Houston, Dallas, New York y Miami.

Los resultados fueron evidenciados por medio de un “Informe de logros” proporcionado por la Unidad de Rueda de Negocios del IHT.



**PROGRAMA DESARROLLO DE DISEÑOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA**, consiste en conceptualizar, diseñar, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico, gráfico-sonoro (artes) y en movimiento (videos), producidas normalmente por medios tecnológicos, y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual para promocionar los destinos turísticos del país. El resultado de sus 2 productos finales es el siguiente:

- **Diseñados 4 piezas publicitarias (artes)**, que se pautaron o publicaron para promocionar de manera temporal en la revista CROMOS; medio con cobertura nacional e internacional; las publicaciones corresponden a:
  - Turismo Arqueológico.
  - Turismo de Negocios.
  - Turismo de Naturaleza y Aventura.
  - Turismo Religioso.
- **Elaboradas 4 Campañas de promoción** de los destinos turísticos (de 6 programadas). Cada campaña se conforma de un conjunto de artes, video o audio visuales para uso en medios convencionales (televisión, prensa, revistas, radio, cine, vallas publicitarias, letreros luminosos, publicidad en transporte entre otros.) bajo una línea gráfica para publicitar una campaña turística de temporada, para estimular el turismo nacional y el regional en procura de una mejor derrama económica en las diferentes comunidades receptoras de la visita de los turistas. Las campañas fueron las siguientes:
  - **Campaña Semana Santa**, se pautó en redes sociales del IHT: Facebook e Instagram.
  - **Campaña Feriado Bancario**, se pautó en Radio local (Emisoras Unidas y La Tronadora) y en la página web Visit Honduras para el mercado de Guatemala.
  - **Campaña Fiestas Agostinas**, se pautó en la página web Visit Honduras para el mercado de El Salvador.
  - **Campaña Feriado Morazanico** se pauto en redes sociales del IHT: Facebook e Instagram. Para estas últimas 2 campañas se ejecutaron con el presupuesto a través de la suscripción de un Convenio de Cooperación con la CANATURH (Alianza Público/Privada).

Este producto final registró una ejecución del 67%, de acuerdo a la revisión de las notas explicativas, no se realizaron 2 Campañas debido a: En la *Campaña sombrilla*, no se contó con diseñador gráfico para su desarrollo; y en la *Campaña de Invierno* (dirigida a mercado estadounidense y canadiense) no se suscribió ningún convenio de cooperación para elaborar la correspondiente pauta.



Los resultados de los 2 productos anteriores fueron verificados por medio del “Informe de Resultados” elaborado por la Unidad de Diseño y Publicidad del IHT.

**PROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN MEDIOS DIGITALES**, la Unidad de Mercadeo Digital (UMD) está a cargo del programa, en donde las actividades y presupuesto se complementan con las del programa anterior, porque promociona las campañas mediante medios convencionales, como ser: las redes sociales y medios digitales (Facebook, Instagram, Visit Honduras y Honduras.travel) por que estos medios causan una importante novedad y sorpresa en los usuarios.

El resultado de su producto final fue de **3 Campañas de promoción** (de 6 programadas), las cuales se detallan a continuación:

- **Campaña “Viaja Seguro”**, que se llevó a cabo durante el mes de marzo, enfocada a recordar al turista nacional e internacional, los cuidados y protocolos de bioseguridad para el traslado a los diferentes destinos turísticos del país durante el feriado de Semana Santa.
- **Campaña “Honduras llegó la hora de volver”**, la que se dirigió al mercado Guatemalteco, para persuadirlos y motivarlos a aprovechar su festividad (feriado bancario) para programar sus vacaciones y visitar los diferentes destinos turísticos de Honduras.
- **Campaña “Tu destino está aquí”**; buscó incentivar el turismo interno durante la semana del Feriado Morazanico (octubre), mediante imágenes de destinos turísticos y sus atractivos.

Este producto final registró una ejecución del 50%, de acuerdo a la revisión de las notas explicativas, no se realizaron 3 Campañas debido a: en las *Campañas, Sombrilla y de Invierno*, las razones fueron expuestas en el programa anterior, en lo referente a la *Campaña Fiestas Agostinas*, se manifiesta que fue ejecutada pero no cargada al Sistema de Gestión por Resultados, sin embargo, no remitió evidencia de su pauta en medios digitales.

Los resultados, se observaron en el “Informe de Resultados” elaborado por la Unidad de Mercadeo Digital (UMD), del IHT.

**PROGRAMA DESARROLLO DE LA NORMALIZACIÓN Y CALIDAD TURÍSTICA**, la Unidad de Normalización y Calidad, está a cargo del programa, el que consiste en establecer los lineamientos de la normativa y sostenibilidad del sector, así como desarrollar la infraestructura para la generación de productos turísticos, mediante la puesta en valor de los atractivos. El resultado de sus 2 productos finales es :

- **Brindadas 3 Asistencias técnicas** a colaboradores de empresas de servicios turísticos, en temas de gestión de calidad y normativas del sector.
  - 2 en la Normativa de avistamiento de tiburón ballena
  - 1 en la Normativa de buceo.



- **Capacidades 811 Colaboradores de empresas turísticas** en la implementación de buenas prácticas enfocadas a elevar la competitividad y calidad del sector, entre algunas están:
  - Enfermedades de corales duros;
  - Reforzamiento de bioseguridad en hoteles;
  - Protocolo de bioseguridad para restaurantes (en inglés),
  - Reforzamiento de bioseguridad actividades turísticas en áreas protegidas;
  - Actividades de aventura y guías turísticos;
  - Elaboración del plan de uso público Cayos Cochinos;
  - Cultura Turística,
  - Atención al Cliente y Seguridad de los visitantes;
  - Cultura Turística,
  - Normativas de alojamiento y restaurante.

Los resultados, se identificaron por medio del “Informe Anual de Actividades durante el año 2021” elaborado por la Unidad de Normalización y Calidad del IHT.

**PROGRAMA DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS E INTELIGENCIA DE MERCADOS TURÍSTICOS**, la Unidad de Estrategia e Inteligencia del Mercados es la encargada de la ejecución del programa, consiste organizar y apoyar de manera logística y técnica la realización de eventos del turismo y de negocios que permiten posicionar Honduras a nivel mundial. El resultado de sus 3 productos finales es:

- **Desarrollados 3 Eventos para la comercialización** de productos turísticos en los mercados prioritarios realizados, mismos que se detallan a continuación:
  - Global Big Day 2021-mayo 2021, celebración anual que permitió la observación y registro de aves que se encuentren en nuestro territorio, mediante un recorrido organizado por la empresa Go Bird en colaboración con el IHT, por los principales destinos turísticos para la observación de aves en el país (Lago de Yojoa, Luna del Puente, Cortés entre otros), en donde se registraron 394 especies de aves, 406 listas completas de aves ingresadas en la plataforma e-bird, (proyecto del Laboratorio de Ornitología de Cornell), logrando posicionar a Honduras dentro de los 25 principales países para realizar la observación de aves.
  - Día Mundial del Turismo-noviembre 2021, la Organización Mundial de Turismo, impulsa a los países miembros a celebrar el Día Mundial de Turismo que se conmemora anualmente el 27 de septiembre, este año bajo el lema: “Turismo para un Crecimiento Inclusivo”. En el marco de esta celebración, el IHT organizó el taller “Mentes creativas para el viajero sensorial”, impartida por el ex secretario de turismo de Zacatecas, el señor



Eduardo Yarto. En dicho evento se contó con la presencia de empresarios del sector turismo de la ciudad de Tegucigalpa.

- Día de la Aviación Honduras-noviembre 2021, para conmemorar el día de la aviación, se desarrolló un foro educativo con la participación de las altas autoridades del país y de la región centroamericana, representantes de líneas aéreas, autoridades de oficinas de control de aviación, migración y seguridad aeroportuaria entre otros, con el objetivo de impulsar la reactivación de la economía, potenciar la conectividad aérea, mantener la competitividad del país, mejorar la seguridad operacional, maximizar el flujo turístico y los empleos.
- **Realizadas 10 Gestiones de fortalecimiento** de la Industria MICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones), en diferentes destinos turísticos nacionales; los cuales se detallan a continuación:
  - Se elaboró 1 Catálogo Digital, con el fin de dar a conocer las bondades y los principales atractivos turísticos en ferias internacionales y potenciales organizadores de eventos, y a su vez permite la promoción de Copán Ruinas conjugando un centro de negocios con oportunidad de esparcimiento.
  - Se impartieron 9 Capacitaciones virtuales en conjunto con la Federación de Entidades Organizadoras de eventos de América Latina (COCAL), las que consistían en brindar información relevante a la Capacitación y el Desarrollo de los profesionales de la Industria, Promoción y Posicionamiento, y la Comercialización para la Captación de Eventos, mismas que se detallan a continuación:
    1. Celebrando el rol de la mujer en eventos y reuniones de negocios.
    2. Eventos y reuniones de negocios perspectivas 2021.
    3. El papel de los destinos en la recuperación vista desde los medios de comunicación especializados.
    4. ¿Por qué es importante certificar el Programa de Acreditación de Marketing de Destino?
    5. El nuevo rol del marketing de destinos.
    6. Perspectivas para la Industria de reuniones.
    7. Evolucionado a lo Híbrido.
    8. Se impartieron **2** Capacitaciones en el tema Transacciones a Alianzas y Las Nuevas Relaciones “SAVE THE DATE” (Reserva la fecha).

Los resultados fueron cotejados por medio del “Informe de Resultados” elaborado por la Unidad de Estrategia e Inteligencia del Mercado, del IHT.



- **No se elaboró el Estudio de necesidades de capacitaciones a la industria**, de acuerdo a la revisión de las notas explicativas, fue cancelado debido a que la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH), agrupa el sector privado y tiene mayor acercamiento con el mismo; el Estudio se generó por parte de ellos, siempre con apoyo técnico por parte del IHT realizó un diagnóstico de capacitaciones, a los empresarios turísticos afiliados a esta institución debidamente registrados en el Registro Nacional Turístico, el que permitió; que los rubros con mayor participación (alojamiento, alimentos y bebidas, tour operadores entre otros), y los destinos más activos, departamentos y/o áreas con mayor demanda de capacitación; fueran contemplados para la calendarización de capacitaciones en el año 2022.

**PROGRAMA PROMOCIÓN Y ATRACCIÓN DE INVERSIÓN TURÍSTICA**, la Unidad de Inversión, está a cargo del programa, el que tiene como objetivo otorgar beneficios a empresas con base en los incentivos de la Ley de Fomento al Turismo. El resultado de su producto final fue de **6 Resoluciones** emitidas. A continuación, el detalle de los beneficiarios:

1. Sociedad Mercantil “SIEMPRE ROATÁN CORPORATION S.A.”
2. Empresa Mercantil “TERRA LUNA S DE R.L.”
3. Empresa Mercantil “LA ENSENADA OPERADORA TURÍSTICA, S.A. DE C.V.”
4. Sociedad Mercantil “GRUPO TURISTICO DE TELA S. DE R.L. DE C.V.”
5. Sociedad Mercantil “INVERSIONES TURÍSTICAS MA S DE R.L. DE C.V.”
6. Empresa Mercantil “INMOBILIARIA TURÍSTICA DEL PACIFICO S.A. DE C.V.”

Los beneficios establecidos en la precitada Ley se detallan a continuación:

- ✓ Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Activo Neto y Aportación Solidaria y sus Conexos, por un periodo de 15 años improrrogables.
- ✓ Exoneración del Impuesto Sobre la Renta y cualquiera de sus retenciones sobre los pagos de servicios u honorarios contratados con personas naturales o jurídicas nacionales y extranjeras, indispensables para los estudios, instalación, implementación, ingeniería, construcción y monitoreo del proyecto hasta por un período de 5 años.
- ✓ Exoneración del pago del Impuesto Sobre Ventas en las compras locales de bienes y servicios ligados directamente con la construcción, renovación o restauración, nueva infraestructura, inversiones complementarias o nuevas inversiones en la actividad turística calificada por el IHT por un período improrrogable de 10 años.
- ✓ Beneficios establecidos en la Ley de Aduanas en relación con la importación de maquinaria y equipos necesarios para la construcción y mantenimiento de la infraestructura turística.
- ✓ Exoneración del pago de los Derechos Aduaneros de Importación (DAI), impuesto selectivo al consumo y aranceles, tasas, sobretasas, derechos, contribuciones generales y especiales y



demás tributos aduaneros en la importación y compra local de los insumos, bienes, materiales y equipos directamente relacionados con el desarrollo, instalación, construcción, equipamiento, reparación, reposición y mantenimiento del Proyecto Turístico, hasta por un período de 10 años.

El resultado, se evidenció por medio de 6 “Resoluciones” elaboradas por la Unidad de Inversión, del IHT.

**PROGRAMA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LOS DESTINOS Y OFERTA TURÍSTICA**, la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones es la encargada de la ejecución de este programa que consiste en realizar convenios con medios de transporte de tipo marítimo, terrestre y aéreo que generen conectividad para el turista nacional e internacional, lo que garantiza una mejor captación de divisas internacionales. El resultado de su producto final fue de **4 Alianzas estratégicas**, con las siguientes empresas:

- AIR EUROPA (Línea Aérea).
- TURISMO INTERNACIONAL DE CENTRO AMERICA S.A. DE C.V. (CRISTOBAL COLÓN) (Línea Terrestre).
- VUELA EL SALVADOR S.A. DE C.V., (Línea Aérea).
- WEST JET HONDURAS (Línea Aérea).

Este producto final registró una ejecución del 57% en relación a la meta programada. De acuerdo a la revisión de las notas explicativas, no se realizaron 3 Convenios con las empresas INTERJET, LAN PERÚ y AEROMAR, debido a que éstas han reducido sus operaciones, derivado del impacto económico generado por el COVID-19.

El resultado fue constatado por medio de 4 “Memorándum de entendimiento” elaborados por la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones, del IHT.

**PROGRAMA TURISMO SOCIAL Y DISTRITOS TURÍSTICOS DE HONDURAS**, la Unidad de Turismo Social y Distritos Turísticos es la encargada de la ejecución de este programa que tiene por objetivo la creación de nuevas rutas turísticas, para la promoción y comercialización de los destinos del país, desarrolladas para beneficiar los municipios, instituciones u organizaciones, para el fortalecimiento de las actividades turísticas, que generen un sentido de pertenencia para el rescate de la identidad nacional. El resultado de su producto final fue de **2 Nuevas rutas turísticas**, para la promoción y comercialización de los destinos del país, que se detallan a continuación:

- **Distrito turístico “Fortaleza del Caribe”**, integrado por los municipios siguientes del departamento de Cortés: San Pedro Sula, Puerto Cortés y Omoa. Decreto Ejecutivo PCM-061-2021.



- **Distrito turístico “Caribe Esmeralda”**, integrado por los departamentos de Atlántida y Colón, en los municipios de Tela, El Porvenir, La Ceiba, Jutiapa, Trujillo, Santa Fe, y Balfate. Decreto Ejecutivo PCM-062-2021.

Es importante mencionar que cada una de las rutas se socializada con sectores empresariales, autoridades locales, organizaciones de desarrollo local y micro empresarios, pertenecientes del destino identificado, para posteriormente emitir el Decreto Ejecutivo correspondiente.

Este producto final registró una ejecución del 67% en relación a la meta programada. De acuerdo a la revisión de las notas explicativas, el **Distrito turístico “Islas de la Bahía”**, integrado por los municipios de Roatán, José Santos Guardiola, Utila, y Guanaja, todos del departamento de Islas de la Bahía; quedó como borrador de proyecto.

Los resultados, fueron evidenciados por medio del “Informe de Resultados” elaborado por la Unidad Turismo Social y Distritos Turísticos, del IHT.

**PROGRAMA DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA**, la Unidad de Comunicaciones (UC), es la encargada de la ejecución del programa, que tiene como objetivo la promoción de destinos y herramientas de comunicación, para difundir los atractivos turísticos El resultado de sus 3 productos finales es:

- **Realizadas 12 conferencias de prensa** para comunicar productos y actividades de los destinos turísticos del país, transmitidas por medios de comunicación nacional y local (televisión, radio y prensa), las que se detallan a continuación:
  - Día Nacional de la Baleada en la Plaza del Centro Cívico Gubernamental (CCG).
  - Reactivación Aeródromos de Catacamas, Guanaja y Útila.
  - Previo al Guacamaya Fest
  - Día Mundial del Turismo, Hotel Plaza El Libertador.
  - Feria de Turismo Bicentenario de Independencia y Lanzamiento Campaña Feriado Morazánico en el Mall Multiplaza.
  - Llegada de la Segunda Frecuencia de Air Europa; Aeropuerto Ramón Villeda Morales San Pedro Sula.
  - Proyecto “Colegios Amigos del Turismo en Roatán”.
  - Supervisión en Roatán Nuevas Rutas Ferry.
  - Festival de Cultura y Tradiciones Santa Rosa de Copán.
  - Entrega Premios Copán.
  - Inauguración del primer vuelo de la línea aérea mexicana Volaris.
  - Lanzamiento de nuevos productos turísticos para la zona sur.



- **Un viaje a nivel internacional** para promocionar los destinos turísticos del país, en la ciudad de Guatemala al evento B2B en el marco del feriado bancario.

Este producto final registró una ejecución del 50% en relación a la meta programada. De acuerdo a la revisión de las notas explicativas, los factores que limitaron la ejecución, fue la pandemia del COVID-19 para evitar la propagación de contagios; además las restricciones de movilizaciones indicadas por el Sistema Nacional de Gestión de Riesgos (SINAGER).

- **Realizados 8 viajes a nivel nacional** para la promoción de los destinos turísticos, mismos que se detallan a continuación:
  1. Para la reactivación de los Aeródromos en Catamach, Olancho, Guanaja y Utila en Islas de la Bahía
  2. Para promocionar la semana Morazánica en los destinos de Trujillo, La Ceiba y Tela
  3. Dar a conocer las actividades de Bicentenario en Roatán.
  4. Para mostrar la Infraestructura Turística y la conectividad del ferry Roatán-Guanaja.
  5. Dar a conocer la aplicación de los protocolos de Bioseguridad, en la ciudad de la Ceiba, previo a la Semana Santa 2021.
  6. Dar a conocer la aplicación de los protocolos de Bioseguridad, en la ciudad de Roatán, previo a la Semana Santa 2021.
  7. Promoción del Festival Guacamaya Fest, en Copán Ruinas.
  8. Promoción de la entrega de “Premios Copán”, en la ciudad de Copán Ruinas.

Los resultados, fueron verificados por medio del “Informe de evidencias y justificaciones año 2021” elaborado por la Unidad de Comunicaciones del IHT.

**PROGRAMA FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA**, la Unidad de Competitividad y Comercialización es la encargada de la ejecución del programa, con el objetivo de ampliar sus ventajas competitivas para un mejor desarrollo, fortalecimiento, promoción y posicionamiento de empresas y destinos turísticos a nivel nacional e internacional garantizando la competitividad del sector turismo en el país.

El resultado de su producto final fue de **8 Asistencias técnicas** al personal de las empresas del sector turismo, para el fortalecimiento del desarrollo empresarial, mercadeo y protocolos de bioseguridad; estas, se enfocan en las necesidades y prioridades particulares identificadas en actores claves del rubro turístico y destinos, a continuación, se detallan las asistencias:

- Al personal de Agencias de Viaje (metodología virtual), con el objetivo de proporcionar herramientas cognitivas para la correcta utilización de la nueva herramienta turística aplicada dentro de la Plataforma de Expedia en la que cada miembro y agencias de viajes puedan ser parte de “Expedia partner” obteniendo beneficios económicos y de promoción.



- Al personal de Aeródromo de Catacamas, Olancho (metodología presencial), para apoyar a cada uno de los destinos y distritos turísticos del país en tema competitividad y comercialización, desarrollando encuentros empresariales con la participación de tour operadoras y hoteles de Utila y Guanaja, para realizar visita, conocer y disfrutar de los atractivos turísticos de la zona de Olancho, creando alianzas comerciales.
- Al personal de prestadores de servicios turísticos (metodología virtual), para compartir nuevas estrategias de promoción turística dirigidas al desarrollo y fortalecimiento de productos turísticos y las técnicas de comercialización basados en lo experimental por medio de taller virtual.
- Al personal de prestadores de servicios turísticos, como ser: Tour Operadoras, Hoteles, agencias de viaje y arrendadoras de vehículos, (metodología presencial y virtual), para fortalecer el rol del empresario en la cadena de valor, y comercialización dentro de la industria turística.
- Al personal de prestadores de servicios turísticos en Gracias, y Santa Rosa de Copán, (metodología Gira de trabajo), para la identificación de la vocación del destino y desarrollo de productos turísticos, para el reconocimiento de la oferta turística, así como implementar la capacitación para el desarrollo de la cadena de valor en la zona.
- Al personal de prestadores de servicios turísticos en la Ceiba, (metodología presencial), para reunir al gremio post pandemia e impartir taller sobre desarrollo de paquetes turísticos implementando la conectividad aérea, fortaleciendo la competitividad y comercialización para el desarrollo y sostenibilidad del destino.
- Al personal de prestadores de servicios turísticos en las ciudades de San Pedro Sula y Tegucigalpa, y estudiantes universitarios, (metodología presencial y virtual), para implementar estrategias de fortalecimiento a la industria turística con temas de desarrollo de paquetes turísticos y Marketing Digital.
- Al personal de prestadores de servicios turísticos en el Golfo de Fonseca (metodología gira de trabajo), para implementar estrategia de fortalecimiento a la industria turística mediante el fortalecimiento de las capacidades de empresarios y actores claves de los destinos de Choluteca, Marcovia, San Marcos, Amapala y San Lorenzo), con herramientas de comercialización, para la competitividad y desarrollo de la industria Turística.

Los resultados, fueron constatados por medio del “Informe de Resultados” elaborado por la Unidad de Competitividad y Comercialización, del IHT.

**PROGRAMA DESARROLLO DE FERIAS Y EVENTOS TURÍSTICOS NACIONALES Y REGIONALES**, la Unidad de Eventos y Ferias, es la encargada de la



ejecución del programa, con el propósito de promover y posicionar los diferentes destinos turísticos de país, dando a conocer sus atractivos turísticos, cultura, costumbres, tradiciones, y gastronomía. El IHT coordina y apoya con logística los eventos y ferias a nivel nacional; en donde participan los diferentes representantes del sector turístico. El resultado de sus 2 productos finales es:

- **Organizados 6 Eventos turísticos nacionales y regionales.** El objetivo de estos eventos no son económicos; sino de responder a las necesidades de generación, actualización y transferencia de información; el establecimiento y desarrollo de alianzas, acuerdos y agendas comunes para el impulso del sector turismo y el fortalecimiento de capacidades o fines académicos realizándolos por medio de actividades para el estímulo del turismo como ser competencias, torneos, exposiciones, festivales, congresos, convenciones y conferencias, en donde los principales participantes son personas, empresas, organizaciones e instituciones que trabajan o están relacionados al sector turismo y no el turista en general, a continuación se detallan los eventos:
  1. Guacamaya Fest 2021 Copán Ruinas.
  2. Caribbean Cup, Roatan Freediving School & Training Center.
  3. Festival gastronómico de Santa Rosa de Copán.
  4. The Roatán International Fishing Tournament.
  5. Premios Copán 2022.
  6. Busca Comayagua con letras metálicas.
  
- **Organizadas 6 Ferias turísticas nacionales y regionales.** El objetivo de estos eventos es económico y de promoción turística; además de valorizar el patrimonio natural, cultural o histórico del destino. Estas se establecen de forma ambulante, periódica o anual favoreciendo un territorio o destino específico con la derrama económica (alianzas comerciales o la inversión), estas se detallan a continuación:
  1. Expo Turismo 2021.
  2. Aniversario 186 de la ciudad de Juticalpa.
  3. Gracias Convoca 2021.
  4. Celebración 200 Bicentenario de Independencia
  5. Bicentenario de Tatumbla 2021.
  6. Festival Cultura y Tradición, Santa Rosa de Copán.

Los resultados, fueron cotejados por medio del “Informe de Resultados” elaborado por la Unidad de Eventos y Ferias, del IHT.

### **3. LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA DE EGRESOS.**

El presupuesto de egresos aprobado al IHT para el período fiscal 2021 fue de L174.97 millones, (disminuyó en L34.71 millones en relación con el período fiscal 2020). Este presupuesto se



presentó financiado por L173.20 millones con fondos del Tesoro Nacional, y L1.77 millones de Recursos Propios, representados por una proyección de cobros por alquileres de instalaciones (Parques y Restaurantes) y otros ingresos (venta de constancias).

Al presupuesto de egresos se le ampliaron sus disponibilidades por un monto de L119.89 millones, que establecieron un monto definitivo por L294.86 millones, las modificaciones son las siguientes:

- **L99.19 millones**, de fondos de Recursos Propios, que corresponden a saldos al cierre del año 2020 por concepto de recaudación de *Tasa Turística* (4%), los que se asignaron para financiar gastos en proyectos de fomento al turismo en varios municipios, así como para transferencias a instituciones financieras sin fines de lucro, compra de vehículos, equipo de computación, equipo audiovisual y a la construcción de obras.
- **L19.94 millones**, de fondos de Recursos Propios, que corresponden a remanentes de ejercicios fiscales anteriores; captados por concepto de *Canon por el muelle de cruceros del puerto de Roatán*, los que se asignaron al Fideicomiso Mejoramiento de la Infraestructura y Servicios Públicos de Islas de la Bahía.
- **L762 miles**, de apoyo presupuestario, mediante transferencia de la Secretaría de Turismo (SETUR), como complemento al renglón de gasto para el pago de alquiler del edificio donde funciona el archivo general y la bodega del IHT.

A continuación, el detalle de la ejecución presupuestaria por grupo de gasto de la gestión institucional 2021:

LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA DE EGRESOS AÑO 2021					
INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO (IHT)					
(Valor en Lempiras)					
Grupo	Presupuesto Aprobado	Presupuesto Definitivo	Presupuesto Ejecutado	% de Participación	% de Ejecución
Servicios Personales	69,589,193.00	69,589,193.00	64,756,798.81	27.33%	93%
Servicios No Personales	87,340,701.00	77,059,786.00	37,738,064.20	15.93%	49%
Materiales y Suministro	6,213,936.00	6,180,367.00	2,019,055.61	0.85%	33%
Bienes Capitalizables	4,702,660.00	12,051,625.00	6,913,487.89	2.92%	57%
Transferencias y Donaciones	7,129,981.00	109,982,003.00	105,582,664.01	44.56%	96%
Activos Financieros	0.00	20,000,000.00	19,936,490.00	8.41%	100%
<b>TOTAL GASTO</b>	<b>174,976,471.00</b>	<b>294,862,974.00</b>	<b>236,946,560.52</b>	<b>100%</b>	<b>80%</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Administración Financiera Integrada (SIAFI), Período Fiscal 2021

Los resultados presupuestarios muestran una coherencia al rol institucional de promover desarrollo turístico del país, con vistas a mejorar la calidad de vida de los hondureños y fortalecer la identidad nacional, lo anterior con base en lo siguiente:



Los Gastos Corrientes representan el 60% del presupuesto ejecutado, donde su mayor erogación se concentró en:

- **En Servicios Personales**, para pago de sueldos y salarios, demás colaterales del personal;
- **En Servicios No Personales**, que se orientaron a la contratación de servicios de propaganda y publicidad; alquiler de edificios, viviendas y locales; pago de pasajes y viáticos; gasto en protocolo y ceremonial; pago de servicios de vigilancia; servicios básicos, gastos de mantenimiento de sistemas informáticos, gasto en cánones y regalías.
- **Transferencias Corrientes**, que se detallan a continuación:
  - ✓ A Gobiernos Locales: Municipalidad de Utila, en apoyo para la ejecución de proyectos encaminados al fomento y promoción turística (Artículo N° 179 Disposiciones Generales del Presupuesto, donde el Instituto Hondureño de Turismo por Ley transfiere el 1% de los ingresos provenientes de Tasa Turística (4%).
  - ✓ A Instituciones de la Administración Central: a la Secretaría de Estado en los en los Despachos de Infraestructura y Servicios Públicos (INSEP), correspondiente a complemento de pagos de años anteriores, según notas explicativas.
  - ✓ Al Organismo Internacional ACDI VOCA que es una organización de desarrollo internacional que provee asistencia técnica, en este caso particular para el diseño y desarrollo de una estrategia de comercialización comercial de los mercados prioritarios de EUA y Canadá.
  - ✓ A Instituciones Descentralizadas: Instituto Hondureño para la Prevención y Tratamiento del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia (IHADFA), en el Artículo 174 de las disposiciones Generales del Presupuesto establece en donde el IHT por Ley transfiere L20,000.00 anuales.
  - ✓ A Instituciones sin fines de lucro, relacionadas con la promoción del turismo. En relación con este objeto de gasto se realizó un proceso de verificación al valor reportado como ejecutado por un monto de L11.69 millones; de la revisión documental de los Reportes de Ejecución del Gasto (F01) del SIAFI, se identificó que todo el valor está comprometido, para ser ejecutado conforme a la entrega de obras y servicios convenidos, sin embargo, solo se ha pagado L1.40 millones, a continuación, el detalle:
    - Fundación Ente Gestor de Destino Lenca (L4.3 millones).
    - La Asociación Copan (L 2.9 millones), pagos a la fecha por L446.9 miles.
    - Cámara de Comercio e Industria de Copan) L2.1 millones).
    - Cámara Nacional de Turismo de Honduras (L1.6 millones), pagos a la fecha por L290 miles.



- Asociación Pequeños Hoteles de Honduras (L400 miles) Pagado.
- Asociación Internacional de Transporte Aéreo (L121.1 miles) Pagado.
- Mancomunidad de los Municipios Lencas del centro de Lempira (L60 miles).
- Entretenidos HN (L 46.5 miles) Pagado.

Es importante mencionar que la revisión realizada no constituye una auditoría financiera ni de cumplimiento legal.

**Los Gastos Capital representaron 40%** los cuales se orientaron a:

- **Transferencias** a la Cooperativa Hondureña de Ahorro y Crédito de Emprendedores Turísticos Limitada (para financiar actividades que contribuyan al fortalecimiento gremial de la pequeña y mediana empresa turística) y Empresa Hondureña de Infraestructura y Servicios Aeroportuarios S.A. (para mejoramiento logístico e infraestructura de Aeropuerto Internacional de Golosón y aeródromos de Honduras).
- **Asignación de fondos** al Fideicomiso “Mejoramiento de la Infraestructura y Servicios del Departamento de Islas de la Bahía”, para contribuir con el desarrollo del Proyecto Mejoramiento de Infraestructura y Servicios Públicos del departamento de Islas de la Bahía, Decreto N° 171-2018 aprobado el 06 de diciembre de 2018.
- **Bienes Capitalizables:** compra de equipo para computación y construcciones y mejoras de bienes en dominio público que se detallan a continuación:
  - Recuperación de la Playa Sandy Bay (Chepes), en el municipio de Utila, Islas de la Bahía.
  - Limpieza del Sargazo, municipio de Roatán, Islas de la Bahía.
  - Construcción del Puente de Celaque, municipio de Gracias, Lempira.
  - Construcción del Bulevar Rubén Rosa, municipio de Gracias, Lempira.
  - Restauración de monumentos en el Parque Arqueológico de Copán Ruinas “Rosa Lila”, en el municipio de Copán Ruinas.
  - Construcción de calle a Copán Ruinas, Copán.
  - Recuperación del Malecón y Muelle, municipio de La Ceiba, Atlántida.
  - Apoyo al Aeropuerto Internacional de Golosón, municipio de la Ceiba, Atlántida.

La liquidación de egresos registró **un saldo presupuestario de L57.92 millones (fondos de la tasa turística), que estuvieron disponibles pero que no fueron ejecutados**, en vista que su incorporación al presupuesto del IHT fue hasta el mes de octubre del año 2021, lo que limitó realizar el proceso ejecución en tiempo y forma de diversos gastos planificados.



### **CAPÍTULO III CONCLUSIONES**

1. El Informe de Evaluación de la Rendición de Cuentas de la Ejecución del Gasto 2021 se practicó sobre la información proporcionada por el IHT de cuya veracidad es responsable; para lo cual, presentó una certificación por parte de Secretaría General que manifiesta que los datos son oficiales; además, como parte de la elaboración del presente informe se realizaron procedimientos de verificación a 21 productos finales que presentan ejecución de 22 reportados, y sobre el gasto devengado por transferencias corrientes a Instituciones sin Fines de Lucro, que permitieron establecer el efectivo cumplimiento de la planificación y una confiabilidad razonable en la orientación del presupuesto de gastos.
2. En la formulación del Plan Operativo Anual 2021, se observó que existe una coherencia entre las atribuciones de su marco legal, y la definición de sus objetivos institucionales y productos finales. La ejecución promedio del Plan Operativo Anual 2021 en 84%, permite establecer que esta institución está cumpliendo su misión de estimular, orientar y promover el desarrollo turístico del país.
3. El grado real de ejecución del presupuesto de egresos fue del 80% (L236.94 millones), que se determinó con base a los datos de los registros del Sistema de Administración Financiera Integrada (SIAFI) y con base en la disponibilidad real de recursos. Se identificó que la concentración de gastos es congruente con el rol institucional.

**Miguel Antonio Chávez Hernández**  
Técnico en Fiscalización

**Fany Gualdina Martínez Canacas**  
Jefe del Departamento de Fiscalización de  
Ejecución Presupuestaria

**Dulce Patricia Villanueva Rodas**  
Gerente de Verificación y Análisis

Tegucigalpa MDC., 30 de septiembre de 2022