

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados



División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2				Meta del Indicador *5				Resultado del Indicador 2014		Observaciones	
				Total acumulado Enero	%	Descripción del Indicador *3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	2015			Total acumulado Enero	Observaciones			
										Cantidad	1º cuatrimestre	2º cuatrimestre			3º cuatrimestre		Anual
1	Informe mensual de avance de la División de Mercadeo	12	Informe	1	8.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
PROMOCIÓN																	
1	Participación en ferias	25	evento	3	12.0%	Inversión por negocio potencial y/o concretado	Gasto de participación en ferias / Total de negocios potenciales y/o concretados por el sector privado guatemalteco	2013	Q. 7,724,552.31 / 1028 = Q. 7,514.25 por negocio	Q. 3,330,074 / 895 = Q. 3,719.1	Q. 1,710,058 / 460 = Q. 3,719.1	Q. 3,960,088 / 1,065 = Q. 3,719.1	Q. 9,000,200 / 2420 = Q. 3,719.1	Q. 1,974,820.80 / 500 = Q. 3,949.64			
2	Caravanas Turísticas	8	evento	0	0.0%	Porcentaje de negocios potenciales y/o concretados en las caravanas turísticas	(Negocios potenciales y/o concretados por sector privado guatemalteco / Contactos mayoristas extranjeros) * 100	2013	(6572,170) * 100 = 30.20%	(40,300) * 100 = 13.33%	(80,600) * 100 = 13.33%	(80,600) * 100 = 13.33%	(200) * 100 = -13.33%	0			
3	Campañas Internacionales	5	campaña	0	0.0%	Índice comparativo de ingreso de visitantes 2013-2015	[(Número de visitantes 2015 de los mercados en donde se realizó campaña promocional - Número de visitantes 2013 de los mercados en donde se realizó campaña promocional) / número de visitantes 2013 de los mercados en donde se realizó campaña promocional] * 100	2013	N/A por falta de datos	((173,404 - 166,735) / 173,404) * 100 = 3.84%	((185,309 - 178,182) / 185,309) * 100 = 3.84%	((156,965 - 152,851) / 156,965) * 100 = 2.62%	((517,879 - 497,766) / 517,879) * 100 = 3.84%	0			
4	Campañas Nacionales	5	campaña	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			
5	Espectáculos (ballet folclórico, marimba y trajes regionales)	350	presentaciones	8	2.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			
6	Material Promocional (impresión de folletos)	50	Folleto	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador ¹	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Indicador ²					Resultado del Indicador 2014		Observaciones
				2015					Línea base ⁴	Meta del Indicador ⁵				Total acumulado Enero		
				Total acumulado Enero	%					2015						
				Cantidad						1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre	Anual			
VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA																
1	Viajes de Prensa y Filmación	70	gira	7	10.0%	Retorno de la inversión en giras de prensa, televisión y filmación	(Valor total del mercado de las publicaciones de las giras / Gasto por giras de prensa, televisión y filmación)*100	2012	(24,443,727.22/244,787.55)*100 = 753.32%	(9,200,000/506,000.00)*100 = 1,818.18%	(16,400,000/1,012,000.00)*100 = 1,618.18%	(12,400,000/682,000.00)*100 = 1,818.18%	(40,000,000/2,200,000)*100 = 1,818.18%	(Q.817,600.00/ Q.138,194.57)*100= 591.63%		
MERCADEO VIRTUAL																
1	Traducción de artículos	15	artículo	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Servidor dedicado web para alojar las páginas web de inguat como visitguatemala.com	1	hosting	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Hosting's (servidor dedicado web para alojar las páginas web de inguat como visitguatemala.com)	1	hosting	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Certificado de seguridad SSL para páginas institucionales	1	servicio	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Dominio guatemala travel	1	dominio	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Nombres de dominio en internet (renovación de dominios tales como corazondeimundomaya.com, vivexela.com, geovisiguatemala.com, entre otros)	15	dominio	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador ^{2,2}					Resultado del Indicador 2014				
				2015	Total acumulado Enero	%	Descripción del Indicador ¹	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	2015			Total acumulado Enero	Observaciones
											Meta del Indicador ⁵				
											1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre		
7	Fotografías en 360° grados para que los visitantes de la página web vean mejor los destinos de Guatemala	30	fotografía	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Membresía de hostsuite	1	membresía	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
9	Webinars (compra de plataforma virtual para conferencias en línea)	1	plataforma	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
10	Capacitación en especialización en seguridad en Internet, especialización en desarrollo de aplicaciones web.	3	capacitación	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
11	Diseño, programación y publicación de página web institucional inguat.gov.gt	1	servicio	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
REPRESENTACIONES EN EL EXTERIOR															
1	Seminarios de capacitación del destino dirigidos a agentes minoristas de México	10	seminario	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Participación en eventos del sector turismo en México	5	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Seminarios de capacitación del destino dirigidos a agentes minoristas de Colombia	4	seminario	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador ³	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Meta del Indicador ⁵				Resultado del Indicador 2014	Observaciones	
				Total acumulado Enero	Cantidad					%	2015					
											1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre			Anual
EVENTOS Y MARCA PAIS																
1	Eventos	125	evento	9	7.2%	Inversión promedio por evento	Inversión mensual / No. de eventos	2013	N/A	(270,000,401) = Q. 6,750	(310,000,700) = Q. 4,428.57	(270,000,401) = Q. 3,750	(650,000,150) = 5,000.00	0		
SALUD Y BIENESTAR																
1	Participación en el World Medical Tourism and Global Health Care (Washington, DC) en Septiembre	1	congreso	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
2	Reuniones oficiales a facilitadores médicos y tour operadores especializados en turismo médico y de salud en Los Angeles y San Francisco, California, Estados Unidos y en Chiapas México.	6	giras	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
3	Reuniones de trabajo con la mesa de turismo médico en la Ciudad de Guatemala, Antigua Guatemala y Quetzaltenango	9	reunión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
4	Participación en caravana de turismo de salud en Florida, Estados Unidos con el apoyo de AGEXPORT	1	caravana	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
5	Impresión de una guía promocional de la oferta de servicios de turismo de salud y bienestar en Guatemala con el apoyo de AGEXPORT	1	guía	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014				
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador *3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	Observaciones
											2015				
											1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre		
6	Visitas de inspección a recintos dedicados a proporcionar servicios de Salud y Bienestar para incluirlos en la oferta de país	10	visita	1	10.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
DEPORTE Y AVENTURA															
1	Apoyo a eventos deportivos diversos que tengan presencia internacional en Guatemala	5	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Apoyo técnico para generación de textos de pautas internacionales para segmentos de golf y pesca deportiva	2	pauta	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Pertenecer a Asociaciones Mundiales de golf y/o pesca deportiva por medio de membresías	1	membresía	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Reuniones de seguimiento con la mesa interinstitucional para erradicar la pesca ilegal	2	reunión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Reuniones con la mesa de turismo deportivo.	3	reunión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
MICE															
1	Pago de la Membresía de ICCA	1	membresía	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Apoyo técnico en la organización en el Congreso internacional.	1	contrato	0	36.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014				
				2015	2015	Descripción del Indicador *3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	Observaciones	
										Cantidad	%	1º cuatrimestre			2º cuatrimestre
3	Participación del representante del producto turístico en el Congreso Internacional.	1	congreso	1	125.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Realizar reuniones trimestrales con miembros de la Mesa de Reuniones y Negocios con acciones puntuales y de apoyo para el sector.	4	reunión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
5	Apoyo técnico para la evaluar trimestralmente el nivel de satisfacción del cliente durante los eventos internacionales	4	evaluación	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
6	Apoyo y participación en ferias	3	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
7	Apoyo y participación en caravanas	1	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
8	Apoyo técnico para la organización de Fam/Press Trips de MICE.	2	giras	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
9	Apoyo técnico eventos relacionados con el segmento de MICE	6	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
10	Actualización constante del micrositio de MICE en el portal www.visitguatemala.com	6	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014		Observaciones			
				2015	Cantidad	Total acumulado Enero	%	Descripción del Indicador *3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	
												2015				
												1º cuatrimestre		2º cuatrimestre		3º cuatrimestre
11	Apoyo técnico para la generación de textos, diagramación y diseño de pautas en medios nacionales e internacionales	1	textos	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
TURISMO BODAS Y LUNAS DE MIEL																
1	Apoyo técnico para la producción de testimoniales Bodas y Lunas de Miel	2	videos	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Participación en el stand de la feria Weddings Salón, Nueva York, Estados Unidos de América	2	evento	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Apoyo técnico para la organización de Fam/Press Trips de Bodas y Lunas de Miel.	2	apoyos	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Apoyo técnico para la creación de un folleto de bodas y lunas de miel en Guatemala	1	folleto	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Actualización constante del micrositio de bodas y lunas de miel en el portal www.visitguatemala.com	6	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014				
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador *3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	Observaciones
											2015				
											1er cuatrimestre	2er cuatrimestre	3er cuatrimestre		
TURISMO CULTURAL															
1	Reuniones de trabajo con las mesas regionales de Turismo Cultural y principales actores	10	reunión	1	10.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Webinar de turismo cultural	4	webinars	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Apoyo técnico para la impresión de material promocional a festivales culturales de mayor relevancia en el país (Fiesta Patronal de Sololá, Rabin Ajaw, Solsticio y Equinoccio de Uxactún, Semana Santa en Antigua y Feria de Independencia de Quetzaltenango)	4	impresión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Visitas de inspección a destinos tradicionales de turismo cultural y nuevos destinos para incluirlos en la oferta turística de Guatemala	10	visitas	1	10.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Apoyo técnico para la generación de textos diagramación y diseño de un mapa promocional de Guatemala	1	mapa	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Generación de textos y apoyo técnico para el diseño, impresión y diagramación de una guía arqueológica de Guatemala	1	guía	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014		Observaciones		
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador ³	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	
											2015				
											1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre			3 ^{er} cuatrimestre
7	Apoyo en la traducción de guía arqueológica de Guatemala (inglés, francés, alemán, ruso)	4	traducción	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Impresión de guía arqueológica de Guatemala	1	impresión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
9	Creación de la Marca de una Ruta Cultural que incluya arqueología y cultura viva	1	marca	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
10	Actualización de información de sitios arqueológicos, históricos y culturales de Guatemala en Mapas de Google Earth y Google Maps	20	textos	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
11	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización y prensa a Guatemala en aspectos relacionados con la cultura	5	viajes	1	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
12	Apoyo técnico para la realización de textos, diagramación y diseño de pautas en medios internacionales que promocionen a Guatemala como destino de turismo cultural	8	pautas	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
13	Actualización de la información en el sitio visitguatemala.com respecto a destinos de turismo cultural	1	textos	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014					
				2015	Cantidad	Total acumulado Enero	%	Descripción del Indicador *3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	Observaciones
												2015				
												1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre		
TURISMO IDIOMÁTICO																
1	Apoyo técnico en la elaboración de videos testimoniales y promocionales de Escuelas de Español	1	video	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		
2	Reuniones de trabajo con la Mesa de Escuelas de Español	10	reunión	1	10.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		
3	Apoyo técnico para el evento del encuentro de idioma español en Antigua Guatemala, el 18 y 19 de Julio de 2015	1	evento	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		
4	Actualización de la información del micrositio de turismo idiomático en el portal www.isitguatemala.com	1	textos	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		
TURISMO RESPONSABLE Y DE VOLUNTARIADO																
1	Apoyo técnico para evento nacional de Turismo de Voluntariado	1	evento	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		
2	Apoyo técnico en la filmación de un video testimonial y promocional del voluntariado en Guatemala	1	video	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		
3	Reuniones de trabajo con el Centro de Voluntariado Guatemalteco	3	reuniones	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA		

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador ¹	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Indicador ^{2,3}				Resultado del Indicador 2014		Observaciones
				Total acumulado Enero	%					Meta del Indicador ⁵			Total acumulado Enero	Observaciones		
				2015	Cantidad					1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre			Anual	
4	Generación de un documento que consolide el listado de instituciones que ofrecen oportunidades de voluntariado en Guatemala	1	listado	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
5	Actualización de la información del micrositio de turismo responsable y de voluntariado en el portal www.visitguatemala.com	1	textos	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
CRUCEROS																
1	Participación en ferias (Cruise Shipping Miami, Florida- 20th Annual Cruise Conference and Trade Show, Platinum Members PAMAC, Feria de CLIA)	5	evento	1	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Boletines Informativos trimestrales	4	boletín	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Atención y recepción a Cruceros	70	evento	10	14.3%	Ingreso de visitantes por medio de cruceros	Número de visitantes / número de cruceros	2015	N/A	32,000/40 =800	0	24,000/30 =800	56,000/70 =800	6280/8=600		
4	Conferencias de Guatemala dentro de Cruceros	15	conferencia	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Capacitaciones a prestadores de servicios	5	capacitación	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Membresía de cruceros (Florida Caribbean Cruise Association -FCCA-, Cruise Line International Association -CLIA-)	2	membresía	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador ^{1,2}					Resultado del Indicador 2014					
				Total acumulado Enero	%	Descripción del Indicador ³	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Meta del Indicador ⁵			Total acumulado Enero	Observaciones		
										1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre			Anual	
7	Pautas en medios sobre Cruceros	6	pauta	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
TURISMO DE NATURALEZA Y RURAL																
1	Reuniones con actores locales en diferentes regiones geográficas del país.	10	reunión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2	Visita a nuevos destinos de naturaleza y aventura para evaluación de disposición de inclusión en la oferta turística del país.	15	Viaje Evaluación	2	13.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
3	Reuniones en el interior en apoyo a oficinas, delegados y promotores regionales	10	Viaje Apoyo	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Participación en el stand de la feria de turismo de aventura y naturaleza.	6	Participación en feria	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
5	Apoyo técnico en el diseño y elaboración de folletos fotográficos y promocionales para el turismo de naturaleza y turismo de aventura.	4	Folleto Promocional Diagramado	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
6	Apoyo a eventos de turismo de naturaleza y comunitario	2	Eventos apoyados	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
7	Apoyo técnico para la elaboración de textos, diagramación y diseños para pautas en medios nacionales e internacionales	1	Apoyo técnico	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador ³	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Indicador ²				Observaciones	
				Total acumulado Enero	%				Meta del Indicador ⁵			Línea base ⁴		Resultado del Indicador 2014
				2015	2015				1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre			
8	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización con prensa y operadores internacionales especializados en turismo de naturaleza, aventura y turismo comunitario	14	Viajes de familiarización realizados	1	7.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
9	Webinar respecto a Guatemala como destino de Turismo de Naturaleza y Aventura	4	Webinar	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
10	Apoyo a eventos de turismo de aventura en Guatemala	2	Evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS														
1	Medición de Flujos Turísticos: Operación destinada a obtener el universo y caracterización de los visitantes que cruzan las principales fronteras terrestres de Guatemala	17	Informe	2	11.8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Perfil del Visitante Internacional Estudio que permite obtener el perfil del visitante residente y no residente, estadia y gasto promedio. En cada una de las fronteras Terrestres, Marítimas y Aéreas Aquí se aprovecha para medir los sitios de visitación y el nivel de satisfacción	5	Informe	1	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador ¹	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Indicador ²				Observaciones	
				2015						Meta del Indicador ⁵					Resultado del Indicador 2014
				Total acumulado Enero	%					1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre	Anual		
3	Encuestas en Establecimientos: Estudio que permite medir la oferta y la demanda de los diferentes establecimientos de las 5 categorías que afectan directamente al turismo. Al mismo tiempo se aprovecha para medir el empleo y el índice de precios.	2	Informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
4	Medición de Turismo Interno: Estudio que permite obtener la caracterización de los visitantes nacionales a los diferentes puntos destinos Guatemaltecos, permite obtener el perfil, el gasto y estadía promedio del turista nacional. También se mide el nivel de satisfacción.	3	Informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
5	Sistema de información turística. Permitirá integrar y compartir la información generada en el departamento	1	Sistema	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
6	Inteligencia Turística	12	Informe	0	0.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
7	Sistemas de área protegidas (sitios arqueológicos, reservas naturales, biotopos, entre otros)	4	Informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador ^{*2}					Resultado del Indicador 2014				
				Total acumulado Enero		Descripción del Indicador ^{*3}	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ^{*4}	Meta del Indicador ^{*5}			Total acumulado Enero	Observaciones	
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre			Anual
8	Bases de datos de TTOO	4	Informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
9	Alertas de Hojas consulares	4	Informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
10	Medición de los distintos Segmentos y Acciones de promoción	4	Informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
PROGRAMA DE ASISTENCIA AL TURISTA															
1	Custodias a grupos de visitantes	972	custodia	122	12.6%	Porcentaje de disminución de custodias	(Custodias año n/ custodias año n-1) * 100	2012	$\frac{((1,275 - 1,199) / 1,275) * 100}{5.96\%}$	2012	$\frac{((432 - 389) / 432) * 100}{-10\%}$	$\frac{((216 - 194) / 216) * 100}{-10\%}$	$\frac{((1080 - 972) / 1080) * 100}{-10\%}$	$\frac{((140 - 122) / 140) * 100}{-12.86\%}$	
2	Reuniones con el Comité de Crisis	12	reunión	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
3	Capacitación Taxi Seguro	2	capacitación	0	0.0%	Taxistas capacitados	No. de personas capacitadas/ No. de capacitaciones	2012	$\frac{90/3 - 30}{90/3 - 30}$	2012	0	45/1=45	90/2=45	0	
4	Capacitación Lancha Segura (Promoción Disetur)	1	capacitación	0	0.0%	Lancheros capacitados	No. de personas capacitadas/ No. de capacitaciones	2015	2013	N/A	0	20/1=20	20/1=20	0	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador *2					Resultado del Indicador 2014				
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador *1	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado Enero	Observaciones
											2015				
											1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre		
COMUNICACIÓN SOCIAL															
1	Monitoreo en medios de comunicación nacionales (plataforma)	13	informe	1	7.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Publicaciones en medios nacionales y medios electrónicos	4	pauta	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Ruedas de prensa	48	evento	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	


 Lidia Brenda Zaldaña
 División de Mercadeo