

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015

Gestión por Resultados

División de Mercado: Parte 1



No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador *1	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *2	Meta del Indicador *3			Resumen del Indicador 2015	Total acumulado a Abril	Observaciones	
				Total acumulado a Abril	Cantidad					2015						
										1° cuatr. marzo	2° cuatr. marzo	3° cuatr. marzo				Annual
PROMOCIÓN																
1	Informe mensual de avance de la División de Mercado	12	informe	4	33.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Participación en ferias	20	evento	6	34.8%	1) Ferias por ferias - por negocio - por ferias y/o congresos	Cuanto de participación en ferias / Total de negocios - por ferias y/o congresos por el sector privado gubernativo	2014	Q 8.264.115.00 = 2.265 Q 4.156 / 10	Q 2.330.074 / 55 = Q 3.716 / 1	Q 1.710.036 / 481 = Q 0.716 / 1	Q 3.860.268 / 1.065 = Q 2.718 / 1	Q 5.020.200 / 2429 = Q 2.718 / 1	Q 4.028.306.10.980 = Q 6.256.25		
3	Caravanas Turísticas	6	evento	1	12.5%	Porcentaje de negocios - por ferias y/o congresos por las caravanas turísticas	(Negocios potenciales y/o congresos por sector privado gubernativo - Congresos y/o ferias extrajeros) * 100	2014	(\$56.578/100 = 56.57%	(\$40.300/100 = 40.30%	(\$6.800/100 = 6.80%	(\$6.800/100 = 6.80%	(\$200.1.000 / 1.533 = 13.33%	Q 38.722.12077 = Q 276.50		
4	Caripunas Nacionales	5	compaña	2	20.0%	Índice comparativo de ingreso de visitantes 2015-2014	(Número de visitantes año n-1 en principales mercados desde se realizó campaña promocional a nivel internacional - Número de visitantes año n-1 en principales mercados desde se realizó campaña promocional a nivel internacional) / número de visitantes año n-1 en principales mercados desde se realizó campaña promocional a nivel internacional * 100	2014	Q 1.742.275 / 8.711.448 / 100 = 8.12%	(\$58.740.4 / 688.970.4 / 100 = 8.12%	(\$58.740.4 / 688.970.4 / 100 = 8.12%	(\$58.740.4 / 688.970.4 / 100 = 8.12%	(\$244.370.2 / 348.455.2 / 1.742.275 / 100 = 1.17%	Q 1.742.275 / 1.742.275 / 100 = 1.17%	0	
5	Exposiciones (ballet folclórica manaba y ferias regionales)	350	presentación	100	31.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Material Promocional (impresor de folios)	50	Folios	20	54.0%	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		Descripción del Indicador *	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *	Meta del Indicador *5				Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Abril	Cantidad					%	2015				
		2015								1° cuatr. meta	2° cuatr. meta	3° cuatr. meta	Abril		
7	Distribución de material promocional	60	Evento mensual	19	31.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
EVENTOS Y MARCA PAÍS															
1	Eventos	125	evento	28	22.4%	Inventor: promedio del evento	Presión mensual / No. de eventos	2014	101,214,072.56 / 157 = Q 732.99	126,000.5 / 42 = Q 7,815.66	128,000 (40%) / 40 = Q 7,634.89	132,000 (40%) / 40 = Q 7,837.50	135,000 (40%) / 40 = Q 7,850	10305,502,871.26 / 10,810.81	
VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA															
1	Viajes de Prensa y Filmación	70	día	41	58.6%	Porcentaje de la inversión en días de prensa televisiva y filmación	Valor total del proyecto de los patrocinadores de los días + Gastos por gastos prensa, televisión y filmación / 100	2014	58,724,312.80 / 2,673,265.287 = 21.9718%	18,300,000 / 100 = 183,000.00	17,400,000 / 100 = 174,000.00	112,400,000 / 100 = 1,124,000.00	1,700,000 / 100 = 17,000.00	10,641,672 / 100 = 106,416.72	
REPRESENTACIONES EN EL EXTERIOR															
1	Seminarios de capacitación del destino dirigidos a agentes turísticos de México	10	seminario	5	50.0%	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	1	20.0%	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 turísticos de Colombia	4	seminario	4	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
MERCADEO VIRTUAL															
1	Servidor dedicado web para bajar las paginas web de request.widjia.com como www.widjia.com	1	hosting	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 2015	Observaciones		
				Total acumulado a Abril	Cantidad	%	Descripción del indicador *	Formula del indicador	Alto base del indicador	Límite base *	Meta del indicador * 5				Total acumulado a Abril				
											1º cuatr. mes	2º cuatr. mes	3º cuatr. mes	4º cuatr. mes				Annual	
2	Hosting & servidor dedicado web para el ser microdatos de segmentación: listados como pesca deportiva, wise, selva, escuelas de español, cultura, salud, etc.	1	hosting	1		100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Certificado de seguridad SSI para pagar miembros	1	servicio	1		100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Domino 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	N/A	N/A	
5	Nombre de dominio en internet (renovación de dominios .blbs, .luna, .cazaca, .venturidomains.com, .viveca.com, .geowebguatemala.com, .entel.gt(2015))	5	dominio	0		0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Membrías de hostsite	10	membrías	0		0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
7	Membrías (compra de plataforma virtual para conferencia en línea)	1	plataformas	1		100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Diseño, programación y publicación de página web institucional mgar.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	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	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercado: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador **2										Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Abril	Cantidad	%	Descripción del Indicador *1	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *3	Meta del Indicador *5				Año base			
											1° cuatr. mes	2° cuatr. mes	3° cuatr. mes	Año base				
2	Apoyo técnico para elaboración de textos para publicar en el directorio de ICCA y en la página Web.	1	texto	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Apoyo técnico para elaboración de textos para la página digital on la revista CONVENI de PCMA.	1	texto	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Realizar reuniones trimestrales con miembros de la Mesa de Reuniones y Negocios con acciones puntuales y de apoyo para el sector.	6	reunión	6	66.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Apoyo y participación en ferias	3	evento	3	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Apoyo técnico para la organización de FeriFross Tros de MICE	2	ferias	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
7	Apoyo técnico eventos relacionados con el segmento de MICE	4	evento	3	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Contratación de profesionales de turismo para capacitar a los miembros de la Mesa de reuniones y Negocios	2	evento	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
9	Actualización constante del micrositio de MICE en el portal www.intelguatemala.com	4	evento	0	0.2%	N/A	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

Division de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador *1	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5				Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Abril	Cantidad					2015			Total acumulado a Abril		
										1º cuatr. mes	2º cuatr. mes	3º cuatr. mes			
10	Apoyo técnico para la generación de textos, diagramación y diseño de pautas en medios nacionales e internacionales	6	pauses	2	37.5%	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	Participación en el stand de la feria Weddings Salon Nueva York, Estados Unidos de América	2	evento	2	57.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2	Apoyo técnico para la organización de Feriendas Miel de Bodas y Lunas de Miel	2	evento	1	25.0%	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 actualización del folleto de bodas y lunas de miel en Guatemala	1	folleto	0	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Actualización constante del micrositio de bodas y lunas de miel en el portal www.visitguatemala.com	6	evento	0	1.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TURISMO CULTURAL															
1	Reuniones de trabajo con las mesas trabajadoras de Turismo Cultural y principales actores	11	reunión	2	20.2%	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 Mercado: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador ¹	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ²	Meta del Indicador ³				Resultado del Indicador 2015	Observaciones		
				Total acumulado a Abril	Cambio %					2015							
										1 ^{er} cuadr. enero	2 ^{do} cuadr. marzo	3 ^{er} cuadr. mayo	Anual				
2	Reuniones de trabajo con el Centro de Voluntariado Guatemala	3	reunión	3	33.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Apoyo a AIESEC en la participación y representación de Guatemala en el Congreso Global en Vietnam de AIESEC	1	apoyo técnico	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Actualización de la información del ministerio de turismo seguro y de voluntariado en el perfil www.visitguatemala.com	1	texto	1	6.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
TURISMO GASTRONÓMICO																	
1	Apoyo técnico para la elaboración de textos, diagramación, diseño y selección de fotografías del folleto promocional Gastronómica Guatemala	1	folleto	1	52.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización y talleres con medios especializados en gastronomía	3	viajes de familiarización y talleres	1	33.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
3	Apoyo técnico para la realización de ferias en redes especializadas y gerentes respecto a temas de gastronomía	2	ferias	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Apoyo a la realización de eventos a nivel nacional e internacional para promover la gastronomía guatemalteca	4	eventos	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

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	Meta del Indicador ⁵				Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Abril	Cantidad					%	2015					Anual
											1° semr. marzo	2° semr. marzo	3° semr. marzo			
5	Creación de la marca de gastronomía Guatemalteca. Cerveza con Historia	1	marca	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 AVENTURA																
1	Reuniones con actores locales de diferentes regiones geográficas del país	5	reunión	1	20.0%	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	Visa Evaluador	3	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Generación de lealtad para incluir en la plataforma PasosClustromala	1	score	1	50.0%	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 ferias internacionales de turismo	2	fair	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
5	Apoyo a la promoción del Producto, Guatemala Paraiso Vudatruc	1	Apoyos locales	0	30.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	Apoyo a la promoción de Productos de Turismo de Naturaleza y Turismo de Aventura	1	Apoyos locales	0	30.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
7	Apoyo a la División de Desarrollo de Producto para el Proyecto de Evento BIRU Auditivo	1	Apoyos locales	>0	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Apoyo a la generación de material promocional de Guatemala	1	Apoyos locales	0	40.0%	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		Descripción del Indicador ¹	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea Base ²	Meta del Indicador ³				Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Abril	Cantidad					2015					
										1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre	Anual		
11	Apoyo a eventos de turismo de aventura en Guatemala	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
15	Participar a asociaciones internacionales de turismo de aventura y naturaleza	1	asociación	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
II	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización con puentes y operadores turísticos e internacionales especializados	5	Visas de familiarización con operadores turísticos	2	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
1	Apoyo técnico y participación en eventos de turismo de salud y bienestar	1	Apoyo técnico	1	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2	Coordinación apoyo, reuniones oficiales con la mesa de turismo médico	6	reunión	3	51.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
3	Apoyo técnico en viajes de familiarización y prensa con personalidades y medios de comunicación destacados en el turismo médico	6	Apoyo técnico	3	43.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Apoyo y participación en caravana de turismo de salud en Florida en seguimiento a actividad realizada en 2014 con el apoyo de AGEXPORT	1	caravana	1	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

SALUD Y BIENESTAR

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (evento o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Descripción del Indicador *	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *	Meta del Indicador **					Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Abril	Cantidad					2015						
										%	1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre	Anual		
TURISMO DEPORTIVO																
5	Visitas de inspección a eventos dedicados a proporcionar servicios de Salud y Bienestar para incluirlos en la oferta de país	10	visita	3	30.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
1	Apoyo a eventos deportivos diversos que tengan presencia internacional en Guatemala	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	N/A
2	Apoyo técnico para generación de textos de pautas internacionales para segmentos de golf y pesca deportiva	8	Apoyo técnico	3	37.5%	N/A	N/A	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	miembro	1	100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Reuniones de seguimiento con la comisión de la producción al pez vela	2	reunión	1	50.0%	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 viajes de familiarización y prensa con periodistas y medios de comunicación destacados en pesca y golf	2	Apoyo técnico	1	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
CRUCEROS																
1	Participación en ferias (Cruise Shopping Miami, Florida 20th Annual Cruise Conference and Trade Show, Platinum Members PALMBeach, Feria de CLIA)	6	evento	3	50.0%	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 Mercado: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Meta	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador **										Resultado del Indicador 2015	Observaciones		
				Total acumulado a Abril	Cantidad	Descripción del Indicador *	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *	Meta del Indicador *§					Total acumulado a Abril				
										1º cuatr. mes	2º cuatr. mes	3º cuatr. mes	4º cuatr. mes	Anual					
1	Porti del Visitante Interacional Estudio que permite conocer el perfil del visitante residente y no residente escalde y gasto promedio. En cada una de las fronteras Terrestres, Maritimas y Aéreas	1	Importe	2	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Encuestas en Establecimientos Estudio que permite medir la oferta y la demanda de los diversos 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	Importe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Medición de Turismo Interno Estudio que permite obtener la caracterización de los visitantes nacionales a los diferentes jurisdicciones Guatemaltecas permite conocer el perfil de gasto y estancia promedio del turista nacional. También se mide el nivel de satisfacción	3	Importe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Inteligencia Turística	12	Importe	3	25.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

MATRIZ DE PLANIFICACION 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 *	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *	Indicador **				Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Abril	%					Meta del Indicador **5						Total acumulado a Abril
										1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual			
6	Servicios de aire protegidos (datos arqueológicos, reservas naturales, hitos, etc. - otros)	4	informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
7	Basas de datos de TICCO	4	informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Aueres de Hijas simulares	4	informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Moneda de los delitos Seguros y Aueres de protección	4	informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
PROGRAMA DE ASISTENCIA AL TURISTA																
1	Cuestiones a grupos de visitantes	4/2	reunión	4/2	50.0%	Fortalecimiento de la capacidad de atención de los grupos	cantidad de grupos año 2015 / 2014	2012	11-27% (1'990/1'274) = 5.96%	1º cuatrimestre (432/389) = 10%	2º cuatrimestre (432/389) = 10%	3º cuatrimestre (218/194) = 10%	Anual (11'090/9'721) = 10%	(483/378) = 10%		
2	Capacitación Taxi Seguro	2	capacitación	0	0.0%	Taxistas capacitados	Nº de personas capacitadas / Nº de capacitaciones	2012	603-30	0	437=43	437=43	803=45	0		
3	Formación de 05 Agentes en la Especialización de Disputa de la Policía Nacional Civil	1	capacitación	0	0.0%	Licenciados capacitados	Nº de personas capacitadas / Nº de capacitaciones	2015	2015	N/A	0	201=20	201=20	0		


 Lcda. Brenda Zaldana
 División de Mercadeo