

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 <sup>1</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>2</sup>	Indicador <sup>3</sup>			Meta del Indicador <sup>5</sup>			Resultado del Indicador 2015		Observaciones	
				Total acumulado a Mayo	%					1 <sup>er</sup> cuatrimestre	2 <sup>do</sup> cuatrimestre	3 <sup>er</sup> cuatrimestre	Año base	Total acumulado a Mayo	%				
																Cantidad	Cantidad		Cantidad
1	Informe mensual de avance de la División de Mercadeo	12	Informe	6	41.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
<b>PROMOCIÓN</b>																			
1	Participación en ferias	23	evento	9	39.1%	Inversión por negocio potencial y/o concluido	Ciudad de participación en ferias / Total de negocios potenciales y/o concluidos por el sector privado guatemalteco	2014	Q 9,308,115.08 / 2,265 / Q 4,199.70	Q 1,710,058 / 490 / Q 3,719.1	Q 3,336,674 / 885 / Q 3,719.1	Q 3,983,088 / 1,085 / Q 3,719.1	Q 9,300,200 / 2,425 / Q 3,719.1	Q 4,326,090.78 / 1,160 / Q 3,729.39					
2	Carrivanes Turísticas	8	evento	4	50.0%	Porcentaje de negocios potenciales y/o concluidos en las carreteras turísticas	(Negocios potenciales y/o concluidos por sector privado guatemalteco / Contratos marginales extranjeros) * 100	2014	(556,576 / 100) - 86.53%	(80,800 / 100) - 13.33%	(40,000 / 100) - 13.33%	(80,800) / 100 - 13.33%	(80,800) / 100 - 13.33%	(80,800) / 100 - 13.33%	(4,202,200 / 100) - 182.61				
3	Campañas Internacionales	6	campaña	3	50.0%	Índice comparativo de ingresos de visitantes 2013-2015	(Número de visitantes año n en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional - Número de visitantes año n-1 en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional) / número de visitantes año n-1 en principales mercados donde se realizó campaña promocional a nivel internacional) * 100	2014	(1,742,276 - 1,811,448) / (1,811,448) * 100 - 48.12%	(1,688,740.4 - 896,910.4) / 896,910.4 * 100 = 89.96%	(1,688,740.4 - 896,910.4) / 896,910.4 * 100 = 89.96%	(1,688,740.4 - 896,910.4) / 896,910.4 * 100 = 89.96%	(1,344,370.2 - 348,455.2) / 1,742,276 / 1,742,276 * 100 = -1.17%	(1,344,370.2 - 348,455.2) / 1,742,276 / 1,742,276 * 100 = -1.17%	0				
4	Campañas Nacionales	5	campaña	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	
5	Espectáculos (baile folclórico marimba y trajes regionales)	300	presentación	142	46.9%	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	
6	Materiales Promocionales (impresión de folletos)	50	Folleto	49	98.0%	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	

**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 <sup>1)</sup>	Fórmula del indicador	Año base del indicador	Línea base <sup>2)</sup>	Indicador <sup>3,2)</sup>				Resultados del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Mayo						2015						Total acumulado a Mayo
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual			
7	Distribución de material promocional	60	Evento (servicio)	22	36.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
<b>EVENTOS Y MARCA PAÍS</b>																
1	Eventos	125	evento	36	30.4%	Inversión promedio por evento	Inversión mensual / No. de eventos	2014	(Q1,2+4,072.96 / 157) = Q. 7,732.85	(329,300.5 / 42) = Q. 7,816.68	(328,300.643) = Q. 7,634.89	(329,399.43) = Q. 7,637.19	(985,000/125) = Q. 7,880	(Q404,005.59/34) = Q. 11,882.52		
<b>VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA</b>																
1	Viajes de Prensa y Famacom	70	gira	56	80.0%	Retorno de la inversión en giras de prensa, televisión y filmación	(Valor total del mercado de las publicaciones de las giras) / Gasto por giras (prensa, televisión y filmación) * 100	2014	(56,724,302.90 / 2,673,386.38) * 100 = 2,121.82%	(6,200,000 / 381,000,000) * 100 = 2,352.84%	(18,400,000 / 782,000) * 100 = 2,352.84%	(12,400,000 / 527,000,000) * 100 = 2,352.84%	(40,000,000 / 1,700,000) * 100 = 2,352.84%	(Q. 11,960,217.40 / Q. 1,255,290.45) * 100 = 945.25%		
<b>REPRESENTACIONES EN EL EXTERIOR</b>																
1	Seminarios de capacitación del destino dirigidos a agentes minoristas de México	10	seminario	6	60.0%	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	2	40.0%	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	5	125.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
<b>MERCADEO VIRTUAL</b>																
1	Servidor dedicado web para alojar las páginas web de igual como visiguestinails.com	4	hosting	1	100.0%	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 * 3					Resultado del Indicador 2015				
				2016	Cantidad	%	Descripción del Indicador * 1	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base * 2	Meta del Indicador * 5			Total acumulado a Mayo	Observaciones
											2015				
											1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre		
2	Hosting (servidor dedicado web para alojar micrositios de segmentos turísticos como pesca deportiva, vive xela 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
3	Certificado de seguridad SSL para páginas institucionales	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
4	Domino guatemalteco 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
5	Nombres de dominio en internet (renovación de dominios isleños como corazondeliniridominy.com, vivexela.com, gov.siguatelemala.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
6	Miembros de hostisuite	1	miembros	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
7	Webinars (compra de plataforma virtual para conferencias en línea)	1	plataforma	1	50.0%	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 inq.ual.gob.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
<b>MICE</b>															
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

**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 <sup>1</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>2</sup>	Meta del Indicador <sup>3</sup>				Resultado del Indicador 2015		Observaciones
				2015						2015				Total acumulado a Mayo		
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual			
2	Apoyo técnico para elaboración de textos para publicar en el directorio de SCCA 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		
3	Apoyo técnico para elaboración de textos para la página digital en la revista CONVENE 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		
4	Realizar reuniones trimestrales con miembros de la Mesa de Reuniones y Negocios con acciones puntuales y de apoyo para el sector	9	reunión	7	77.8%	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	0	0.0%	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 Fam/Press Trips de MICE	2	grupos	1	50.0%	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	6	evento	4	66.7%	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.	3	evento	2	66.7%	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 <a href="http://www.visitguatemala.com">www.visitguatemala.com</a>	6	evento	0	4.2%	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 <sup>1</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>4</sup>	Indicador <sup>2,3</sup>				Observaciones
				2015						Meta del Indicador % 2015				
				Total acumulado a Mayo	%					1 <sup>er</sup> cuatrimestre	2 <sup>do</sup> cuatrimestre	3 <sup>er</sup> cuatrimestre	Anual	
10	Apoyo técnico para la generación de textos, diagramación y diseño de pausas en medios nacionales e internacionales.	8	textos	2	37.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>TURISMO BODAS Y LUNAS DE MIEL</b>														
1	Participación en el stand de la feria Weddings Salón, Nueva York, Estados Unidos de América	2	evento	2	87.5%	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 Fair/Press Trips de Bodas y Lunas de Miel.	2	apoyos	1	37.5%	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
4	Actualización constante del micrositio de bodas y lunas de miel en el portal <a href="http://www.visitguatemala.com">www.visitguatemala.com</a>	6	evento	0	4.2%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>TURISMO CULTURAL</b>														
1	Reuniones de trabajo con las mesas regionales de Turismo Cultural y principales actores	10	reunión	2	20.0%	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 <sup>2</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>4</sup>	Meta del Indicador <sup>5</sup>				Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Mayo	%					2015					
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual		
2	Apoyo técnico para la promoción de festivales culturales de mayor relevancia en el país (Fiesta Patronales Rabin Ajau, Satecico y Equinoccio de Unaxuctun, Semana Santa en Antigua y Feria de Independencia de Quezaltenango, Festival de Barriles, Festival del Centro Histórico en Guatemala entre otros) por vía de redes sociales	10	Apoyo técnico	3	30.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
3	Visitas de inspección a destinos tradicionales de turismo cultural y nuevos destinos para incluirlos en la oferta turística de Guatemala	10	visitas	4	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
4	Creación de la Marca y lanzamiento de una Ruta Cultural	1	marca	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
5	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización y prensa a Guatemala en aspectos relacionados con la cultura	5	Apoyo técnico	3	60.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
6	Apoyo técnico para la realización de textos de diagramación y diseño de spots en medios internacionales que promocionen a Guatemala como destino de turismo cultural	9	textos	1	10.0%	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 2015				
				2015	Total acumulado a Mayo	Descripción del Indicador **3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base **4	Meta del Indicador **5			Total acumulado a Mayo	Observaciones	
										1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre			Anual
7	Actualización de la información en el sitio web de turismo cultural	1	evento	0.0%	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
<b>TURISMO IDIOMÁTICO</b>															
1	Reuniones de trabajo con la Mesa de Escuelas de España	10	reunión	50.0%	6	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
2	Apoyo técnico para el evento del encuentro de idioma español en Antigua Guatemala	1	Apoyo técnico	0.0%	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3	Apoyo en la elaboración de Folleto promocional de Turismo Idiomático.	1	Apoyo técnico	30.0%	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
4	Apoyo técnico en la alianza INGLAT A-ESEC en el programa de embaledores de Guatemala intercambios estudiantiles y salientes del país y promoción a Escuelas de Español	2	Apoyo técnico	50.0%	1	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
5	Actualización de la información del micrositio de turismo idiomático en el portal www.visitguatemala.com	1	evento	0.0%	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
<b>TURISMO DE VOLUNTARIADO</b>															
1	Apoyo técnico para evento nacional de Turismo de Voluntariado	1	evento	50.0%	1	NA	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		Indicador **2						Resultado del Indicador 2015			
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador <sup>3</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>4</sup>	Meta del Indicador <sup>5</sup>			Total acumulado a Mayo	Observaciones
											2015				
											1 <sup>er</sup> cuadrimestre	2 <sup>do</sup> cuadrimestre	3 <sup>er</sup> cuadrimestre		
2	reuniones de trabajo con el Centro de Voluntariado Guatemalteco	3	reunión	1	33.3%	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	
4	Actualización de la información del micrositio de turismo responsable y de voluntariado en el portal <a href="http://www.visitguatemala.com">www.visitguatemala.com</a>	1	textos	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>TURISMO GASTRONÓMICO</b>															
1	Apoyo técnico para la elaboración de textos, diagramación, diseño y selección de fotografías de folleto promocional Gastronomía Guatemalteca	1	folleto	1	79.3%	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 prensa con medios especializados en gastronomía	3	viajes de fam & press	2	66.7%	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 pautas en medios especializados y generales respecto a temáticas de gastronomía	2	pautas	1	50.0%	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	



**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 <sup>1,2</sup>						Resultado del Indicador 2015				
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador <sup>3</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>4</sup>	Meta del Indicador <sup>5</sup>			Total acumulado a Mayo	Observaciones	
											2015					
											1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre			
5	Creación de la marca de gastronomía Guatemalteca, Comida con Historia	1	marca	6	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>TURISMO DE NATURALEZA Y AVENTURA</b>																
1	Reuniones con actores locales en diferentes regiones geográficas del país	8	reunión	8	100.0%	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	10	Viaje Evaluación	8	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
3	Generación de textos para incluir en la plataforma Paseo/Guatemala	1	textos	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	Participación en el stand de ferias internacionales de turismo	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
5	Apoyo a la promoción del Producto: Guatemala Paraíso Volcánico	1	Apoyo técnico	1	60.0%	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 la promoción de Productos de Turismo de Naturaleza y Turismo de Aventura	1	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
7	Apoyo a la División de Desarrollo de Producto para el Proyecto de Avituamiento BID Autobus	1	Apoyo técnico	1	70.0%	N/A	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	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

**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					Observaciones				
				2015	Cantidad	%	Descripción del Indicador *1	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4		Meta del Indicador *5			
												2015			
												1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre	3º Cuatrimestre	Anual
9	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización con prensa y operadores nacionales e internacionales especializados	5	vídeos de familiarización con realizaciones	5	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
10	Penetrar a asociaciones internacionales de turismo de aventura y naturaleza	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
11	Apoyo a eventos de turismo de aventura en Guatemala	2	evento	2	85.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>SALUD Y BIENESTAR</b>															
1	Apoyo técnico y participación en eventos de turismo de salud y bienestar	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
2	Coordinación, apoyo reuniones oficiales con la mesa de turismo Médico	6	reunión	4	66.6%	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	5	Apoyo técnico	4	80.0%	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 Fonda en seguimiento a actividad realizada en 2014 con el apoyo de ACEXPORT	1	caravana	1	100.0%	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					Resultado del Indicador 2015					
				2015	Cantidad	Total acumulado a Mayo	%	Descripción del Indicador *2	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado a Mayo	
												2015				Anual
												1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre		
5	Visitas de inspección a los puntos dedicados al proporcionar servicios de Salud y Bienestar para incluirlos en la oferta de pata.	10	visita	4	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
<b>TURISMO DEPORTIVO</b>																
1	Apoyo a eventos deportivos diversos que tengan presencia internacional en Guatemala.	5	evento	2	40.0%	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.	5	Apoyo técnico	4	80.0%	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	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
4	Relaciones de seguimiento con la comisión de la protección al pez vela.	3	reunión	1	33.3%	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 personalidades y medios de comunicación destacados en pesca y golf.	2	Apoyo técnico	2	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
<b>CRUCEROS</b>																
1	Participación en ferias (Cruise Shipping Miami, Honda- 20th Annual Cruise Conference and Trade Show, Platinum Members FAMAC, Feria de CLIA).	5	evento	4	80.0%	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 **					Resultado del Indicador 2015						
				2015	Total acumulado a Mayo	Cantidad	%	Descripción del Indicador *	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base **	Meta del Indicador *5			Total acumulado a Mayo	Observaciones	
												2015					Anual
												1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre			
2	Boletines 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	10	evento	40	70.0%	Ingreso de visitantes por medio de cruceros	N/A	2015	N/A	32 300,140 -800	0	34 000,300 -600	56 000,70 -800	54 136 / 86 -1,377	N/A		
4	Coordinación a prestadores de servicios	5	reunión	5	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	Membresía de cruceros (Flinders 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	N/A	
<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>																	
1	Monitoreo en medios de comunicación nacionales (plataforma)	12	informe	2	16.7%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Publicaciones en medios nacionales y electrónicos	5	perfil	5	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
3	Ruedas de prensa	15	evento	2	20.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Suscripción en Medios de Comunicación escritos	74	Periódicos	7	9.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b>																	
1	Medición de Fugas Turísticas Operación destinada a obtener el universo y caracterización de los visitantes que cruzan las principales fronteras terrestres de Guatemala	17	informe	7	41.2%	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 <sup>1</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>4</sup>	Meta del Indicador <sup>5</sup>				Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Mayo						2015					
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual		
2	Perfil del Visitante Internacional Estudio que permite obtener el perfil del visitante residente y no residente, estadía 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	6	Informe	2	40.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
3	Encuestas en establecimientos Estudio que permite medir la oferta y la demanda de los diferentes establecimientos de las 6 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 destino Guatemaltecos, permite obtener el perfil de gasto y estadía promedio del turista nacional. También se mide el nivel de satisfacción	3	Informe	1	33.3%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
5	Inteligencia Turística	12	Informe	4	33.4%	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 s*					Resultado del Indicador 2015			
				2015	Total acumulado a Mayo	Descripción del Indicador <sup>1</sup>	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base <sup>4</sup>	Meta del Indicador <sup>5</sup>			Total acumulado a Mayo	Observaciones
										1 <sup>er</sup> Cuatrimestre	2 <sup>do</sup> Cuatrimestre	3 <sup>er</sup> Cuatrimestre		
5.	Sistemas de área protegidas (sitios arqueológicos, reservas naturales, biotopos, entre otros)	4	Informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
7.	Buses de autos de TICO	4	Informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
8.	Alianzas de Hojas consultoras	4	Informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
9.	Medición de los distintos Segmentos y Acciones de promoción	4	Informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>PROGRAMA DE ASISTENCIA AL TURISTA</b>														
1.	Custodias a grupos de visitantes	572	custodia	618	63.0%	11,275 11,991(1,275)=- 8.96%	(1432-389) (432)-1100 = 10%	(1432-389) (432)-1100 = 10%	(216-154) (216)-100 = 10%	(1080-572) (1080)-100 = 10%	(538-618) (-80) = 14.87%	(538-618) (-80) = 14.87%		
2.	Capacitación Taxi Seguro	2	capacitación	1	50.0%	9075=30	451=45	451=45	451=45	9012=45	281=28	281=28		
3.	Formación de 85 Agentes en la Especialización de Difusur de la Policía Nacional Civil	1	capacitación	1	100.0%	2013	0	0	2011=20	2011=20	851=85	851=85		



*[Firma]*  
Licda. Brígida Zúñiga  
División de Mercadeo