

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2015
Gestión por Resultados

División de Mercadeo: Parte 1

No.	Producto o subproducto (servicio o actividad)	Métrica	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador ^{1,2}					Resultado del Indicador 2015		Observaciones	
				Total acumulado a Junio	%	Descripción del Indicador ³	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Meta del Indicador ³			Total acumulado a Junio		
									2015					
									1° trimestre	2° trimestre	3° trimestre			
1	Informe mensual de avance de la División de Mercadeo	12	Informe	0	50.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
PROMOCIÓN														
1	Participación en ferias	20	evento	10	45.5%	Inversión por negocio potencial y concretado	2014	Q. 8,500 + 15,000 + 2,265 = Q. 27,765	Q. 3,330,074 = 100% = Q. 3,330,074	Q. 1,710,038 = 48% = Q. 3,576 +	Q. 3,950,088 = 100% = Q. 3,719 +	Q. 8,000,200 = 292.0% = Q. 2,719 +	Q. 4,785,809.2 = 126% = Q. 3,799.76	
2	Caravanas Turísticas	8	evento	5	62.5%	Porcentaje de negocios adheridos y concretados en las caravanas turísticas	2014	155,575 + 10 = 90.5%	100,000 + 100 = 13.3%	70,000 + 100 = 13.3%	100,000 + 100 = 100% = 13.3%	100,000 + 100 = 100% = 13.3%	150,000 + 100 = 137.2%	
3	Campañas Internacionales	3	campaña	3	60.0%	Índice comparativo de ingreso de visitantes 2015	2014	(17,742,278 - 1,011,440) = 16,730,838 = 100% = 17%	(3,968,740.4 - 556,910.4) = 3,411,830 = 100% = 3.99%	(6,699,740.4 - 556,910.4) = 6,142,830 = 100% = 3.99%	(17,742,278 - 1,742,278) = 16,000,000 = 100% = 17%	(17,742,278 - 1,742,278) = 16,000,000 = 100% = 17%	0	
4	Campañas Nacionales	3	campaña	3	60.5%		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
5	Espectáculos (baile folclórico marimba y trajes regionales)	350	presentaciones	100	45.7%		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	Indicador **				Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Junio						Meta del indicador 2015						Total acumulado a Junio
				Cantidad	%					1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre	Anual			
6	Materia Promocional (impresión de folletos)	50	Folios	46	92.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			
7	Distribución de material promocional	80	Eventos (servicios)	30	37.5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			
EVENTOS Y MARCA PAIS																
1	Eventos	125	evento	46	36.8%	Inversión promedio por evento	$\frac{\text{Inversión mensual} / \text{Nº de eventos}}$	2014	101,214,072.56 / 157 = 644,656.53	1326,300.5 / 43 = 30,846.51	1,326,300.5 / 43 = 30,846.51	1,326,300.5 / 43 = 30,846.51	1,326,300.5 / 43 = 30,846.51	1,326,300.5 / 43 = 30,846.51	10645,544.54 / 43 = 247,568.47	
VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA																
1	Viajes de Prensa y Filmación	75	viaje	70	93.3%	Relación de la inversión en gastos de prensa, televisión y filmación/IGD	$\frac{\text{Inversión en gastos de prensa, televisión y filmación}}{\text{IGD}}$	2014	156,724,202.50 / 173,385,381 = 90.42%	19,200,000 / 51,000,000 = 37.65%	18,400,000 / 782,000 = 23.53%	18,400,000 / 782,000 = 23.53%	18,400,000 / 782,000 = 23.53%	18,400,000 / 782,000 = 23.53%	113,964,743.30 / 816.8 = 139,403.46	
REPRESENTACIONES EN EL EXTERIOR																
1	Seminarios de capacitación del destino dirigidos a agentes minoristas de México	10	seminario	7	70.0%	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	3	60.0%	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		
MERCADEO VIRTUAL																
1	Servidor dedicado web para apoyar las páginas web de Ingluar como visitguatemala.com	5	hosting	5	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		Descripción del indicador ¹	Fórmula del indicador	Año base del indicador	Línea base ²	Meta del Indicador ³ 2015				Resultado del Indicador 2015	Observaciones
				Total acumulado a Junio	%					1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre	Anual		
				Carriada	%										
2	Hosting, servidor dedicado web para aljar micrositios de segmentos turísticos como pesos deportiva, vive veis 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 paginas institucionales	1	seguros	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 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
5	Nombre de dominio en internet, renovación de dominos .tels como coracorde@turcomaya.com vivevele.com goves@guatemala.com entre otros.	16	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 hosting	5	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	100.0%	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 inquat.gov.gt	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

MICE

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 2015				Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Junio						2015						Total acumulado a Junio
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual			
1	Pago de la Membresía de ICCA	1	moneda	1	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
2	Apoyo técnico para elabrador 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		
3	Apoyo técnico para elaboración de textos para la versión digital en la revista CONVENIO 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 acuerdos puntuales y de apoyo para el sector	8	reunión	7	77.5%	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	1	33.3%	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 Trip 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	6	97.7%	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	66.6%	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 Junio	%	Descripción del Indicador **1	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base **3	Meta del Indicador **5				
										1º cuatrimestre			2º cuatrimestre	3º cuatrimestre
8	Actualización constante del micrositio de MICE en el portal www.visitguatemala.com	6	evento	1	20.8%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
10	Apoyo técnico para la generación de textos, diagramación y diseño de posters en medios nacionales e internacionales.	6	lectura	3	54.2%	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	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	Apoyo técnico para la organización de Ferias/Encuentros de Bodas y Lunas de Miel.	2	apoyos	1	50.0%	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	1	100.0%	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	1	16.6%	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 regionales de Turismo Cultural y principales actores	10	reunión	3	30.0%	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		Indicador *2						Resultado del Indicador 2015			
				Total acumulado a Junio	%	Descripción del Indicador *3	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base *4	Meta del Indicador *5			Total acumulado a Junio	Observaciones	
				Cantidad	2015					1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre			Anual
2	Apoyo técnico para la promoción de los valores culturales de mayor relevancia en el país (Fiesta Patronales, Hahn Acah, Solísico y Equinoccio de Usulután, Semana Santa en Antigua y Feria de Independencia, Quetzaltenango Festival de Danzantes, Festival del Centro Histórico en Guatemala, entre otros) por vía de redes sociales	10	Apoyo técnico	6	60.0%	NA	NA	100%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3	Visitas de inspección a destinos tradicionales de turismo cultural y nuevos destinos para incluirlos en la oferta turística de Guatemala	3	visitas	6	60.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
4	Creación de la Marca y lanzamiento de una Ruta Cultural	1	marcas	0	0.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
5	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización y prensa a Guatemala en aspectos relacionados con la cultura	5	Apoyo técnico	4	80.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
6	Apoyo técnico para la realización de foros, programación y diseño de pautas en medios internacionales que promocionen a Guatemala como destino de turismo cultural	6	foros	4	66.6%	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		Descripción del Indicador ¹	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base ⁴	Indicador ²				Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Junio	%					Meta del Indicador ⁵						
				Cantidad	%					1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre	3 ^{er} cuatrimestre	Actual			
7	Actualización de la información en el sitio web/guatemala.com respecto a destinos de turismo cultural	1	texto	1	30.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
TURISMO IDIOMÁTICO																
1	Reuniones de trabajo con la Mesa de Escuelas de Español	10	reunión	7	70.0%	NA	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	1	100%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3	Apoyo en la elaboración de Folclore nominacional de Turismo Idiomatico	1	Apoyo técnico	1	50.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
4	Apoyo técnico en la alianza NIGUAL-AIESEC en el programa de embajadores de Guatemala. Miembros entitadas y salientes del país y promoción a Escuelas de Español	2	Apoyo técnico	1	50.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
5	Actualización de la información del municipio de turismo idiomático en el portal www.visitguatemala.com	1	texto	0	30.0%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
TURISMO DE VOLUNTARIADO																

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 **						Observaciones						
				Total acumulado a Junio	%	Descripción del indicador *	Fórmula del indicador	Año base del indicador	Línea base *	Meta del indicador * 2015			Resultado del Indicador 2015					
										1º cuatrimestre	2º cuatrimestre			3º cuatrimestre	Annual			
1	Apoyo técnico para evento nacional de Turismo de Voluntariado	1	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	N/A	
2	reuniones de trabajo con el Centro de Voluntariado Guatemalteco	3	reuniones	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	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	N/A	N/A
4	Actualización de la información del micrositio de turismo responsable y de voluntariado en el portal www.visitguatemala.com	1	textos	0	20.0%	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
TURISMO GASTRONÓMICO																		
1	Apoyo técnico para la elaboración de textos (gramática, diseño y selección de fotografías del folleto promocional Gastronomía Guatemalteca	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	N/A
2	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización y prensa con medios especializados en gastronomía	3	viajes de trabajo & prensa	2	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	N/A
3	Apoyo técnico para la realización de pasajes en medios especializados y talleres respecto a temas de gastronomía	2	pasajes	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	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*	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Indicador **2				Resultado del Indicador 2015
				Total acumulado a Junio					Meta del Indicador *5				
				Cantidad	%				1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Anual	
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
5	Creación de la marca de gastronomía guatemalteca Camade con Historia	1	marca	0	30.0%	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 en diferentes regiones geográficas del país	5	reunión	5	100.0%	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 viabilidad de inclusión en la oferta turística del país	10	Viaje Evaluación	6	60.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
3	Generación de rutas para incluir en la oferta turística PaseoGuatemala	1	ruta	1	80.0%	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	feria	2	90.0%	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 Volcánico	1	Apoyo/Producto	1	70.0%	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/Producto	1	70.0%	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)	Métrica	Unidad de Medida	Avance Meta 2015		Indicador **							Resultado del Indicador 2015			
				2015	%	Descripción del Indicador **	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base **	Meta del Indicador *5				Total acumulado a Junio	Observaciones	
										2015						
										1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre	3º Cuatrimestre	Anual			
7	Apoyo a la División de Desarrollo de Producto para el Proyecto de Autismo BID Auction	1	Apoyo técnico	1	80.0%	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	Apoyo técnico	1	30.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
9	Apoyo técnico para la realización de viajes de familiarización con arena y operadores nacionales e internacionales especializados	5	Viajes de familiarización con operadores nacionales e internacionales especializados	5	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
10	Participar a actividades internacionales de turismo de aventura y naturaleza	1	participación	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	66.6%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
SALUD Y BIENESTAR																
1	Apoyo técnico y participación en eventos de turismo de salud y bienestar	1	Apoyo técnico	1	110.0%	N/A	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	6	85.0%	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					Resultado del Indicador 2015							
				2015	Total acumulado a Junio	Cantidad	%	Descripción del indicador *3	Fórmula del indicador	Año base del indicador	Línea base *4	Meta del indicador *5						
												2015						
												1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre	Actual			
3	Apoyo técnico en viajes de familiarización y prensa con personalidades y medios de comunicación dedicados en el turismo médico	6	Apoyo técnico	5	75.0%	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 y participación en caravana de turismo de salud en Florida en seguimiento a actividades realizadas en 2014 con el apoyo de ASEXPORT	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	N/A	N/A	N/A
5	Visitas de inspección a recintos, recorridos a proporcionar servicios de Salud y Bienestar para incluidos en la oferta de país	10	visita	8	80.0%	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
TURISMO DEPORTIVO																		
1	Apoyo a eventos deportivos diversos que tengan presencia internacional en Guatemala	5	evento	3	60.0%	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	Apoyo técnico para generación de textos de prensa e informaciones para segmentos de golf y atleta deportiva	8	Apoyo técnico	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	N/A	N/A
3	Reuniones a Asociaciones Mundiales de golf y/o persona 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	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Reuniones de seguimiento con la comisión de la protección al pez vela	2	reunión	2	97.5%	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 +	Formula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base	Meta del Indicador 'S 2015				Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Junio						2015						Total acumulado a Junio
				Cantidad	%					1º cuatrimestre	2º cuatrimestre	3º cuatrimestre	Año en curso			
5	Apoyo técnico en viajes de familiarización y prensa con personalidades y medios de comunicación destacados en pesca y golf	3	Atorno técnico	2	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
CRUCEROS																
1	Participación en ferias (Cruise Shipping Miami Florida 20th Annual Cruise Conference and Trade Show, Portnum Members PAMM, Feria de CLIA)	5	evento	5	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
2	Boletines Informativos	4	boletín	0	0.0%	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	53	74.9%	Ingreso de visitantes por medio de cruceros	N/A	2015	N/A	52,000/40 = 800	0	24,000/30 = 800	56,000/70 = 800	58,509 / 49 = 1,154		
4	Capacitaciones a prestadores de servicios	5	capacitación	5	100.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
5	Miembros 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		
COMUNICACIÓN SOCIAL																
1	Monitoreo en medios de comunicación nacionales (prensa)	17	informe	8	50.0%	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	8	publica	3	40.0%	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 Junio	%	Descripción del indicador *1	Fórmula del indicador	Año base del indicador	Línea base *	Meta del indicador *5				Total acumulado a Junio	
										1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre			Anual
3	Ruedas de prensa	15	evento	4	26.7%	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	Periodicos	7	9.5%	N/A	N/A	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	8	47.1%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2	Punto de 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.	5	Informe	2	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		Indicador * 2					Resultado del Indicador 2015				
				Cantidad	%	Descripción del Indicador * 3	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base * 4	Meta del Indicador * 5			Total acumulado # Junio	Observaciones	
										1° cuatrimestre	2° cuatrimestre	3° cuatrimestre			Anual
3	Encuestas Establecimientos Estudio que permite medir la oferta y la demanda de los diferentes establecimientos de las 5 categorías que afectan directamente al Turismo A: mismo tiempo se aprovecha para medir el empleo y el índice de precios	7	Informe	0	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
4	Medición de Turismo interno. Estudio que permita obtener la caracterización de los visitantes nacionales e los diferentes puntos destino Guatemaltecos permite obtener el perfil, el 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	N/A	
5	Inteligencia Turística	12	Informe	5	41.6%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
6	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	Bases de datos de TTOO	4	Informe	1	25.0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
8	Alertas de Hojas consulares	6	Informe	2	33.3%	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	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	Fórmula del Indicador	Año base del Indicador	Línea base	Meta del Indicador 2015			Resultado del Indicador 2015	Observaciones	
				Total acumulado a Junio	%					2015					Total acumulado a Junio
										Cantidad	3 ^{er} cuatrimestre				
											1 ^{er} cuatrimestre	2 ^{do} cuatrimestre			
PROGRAMA DE ASISTENCIA AL TURISTA															
1	Cuadros a grupos de visitantes	87%	cuadros	683	68.3%	Porcentaje de disminución de cuadros	$\frac{\text{Cuadros año m} - \text{Cuadros año m-1}}{\text{Cuadros año m-1}} \times 100$	2012	07-275-1-199(1-275) = 0.86%	0430-386; -633-1130 = 12%	0430-386; -633-1130 = 10%	0716-1841 -2161-100 = 30%	01080-872 -1080-100 = 10%	(623-663) - 4221 - 100 = 6.42%	
2	Capacitación Taxi Belgium	2	capacitación	1	50.0%	Taxistas capacitados	No de personas capacitadas/ No de capacitaciones	2012	603-30	0	467-45	457-45	802-45	207-40	
3	Formación de 85 Agentes en la Especialización de Discurso de la Policía Nacional Civil	1	capacitación	1	100.0%	Agentes capacitados	No de personas capacitadas/ No de capacitaciones	2015	3013	N/A	0	201-20	201-20	85-185	



Lidia Brehda Zaldana
 División de Mercadeo