

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**MAPEO DE COBERTURA MEDIÁTICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL
INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO- INGUAT**

Informe Final E.P.S. Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ALEJANDRA FABIOLA PALENCIA ESPAÑA

Previo a optar el título de:

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, Octubre 2014

CONSEJO DIRECTIVO

Director

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carilla Brán

Representantes de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar



Guatemala, 26 de junio de 2014

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Estimada M.Sc. Morataya:

Atentamente hago de su conocimiento que la señorita Alejandra Fabiola Palencia España, estudiante de la carrera de Ciencias de la Comunicación ha completado su período de práctica, con 300 horas, iniciando el 05 de mayo y finalizando el 25 de junio de 2014.

Dicha práctica fue realizada en la Sección de Comunicación Social de esta Institución, llevando a cabo con profesionalismo y responsabilidad actividades de monitoreo de noticias, mapeo de los diferentes medios escritos y redes sociales, entre otras.

Durante el período de práctica la señorita Palencia España, demostró buena presentación personal, cumpliendo a cabalidad con el horario establecido, así como normas de buena conducta, buenas relaciones interpersonales y con el reglamento interno de esta Institución.

De esta manera queremos expresarle nuestras muestras de agradecimiento por formar profesionales con sentido de responsabilidad y deseo de superación para llevar a cabo exitosamente actividades específicas en la Sección asignada.

Cordialmente,

Licda. Brenda Zaldaña
Jefe División de Mercadeo





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

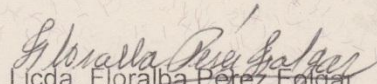
Estudiante
Alejandra Fabiola Palencia España
Carné: **9720149**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

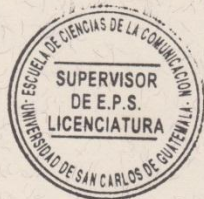
De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Mapeo de Medios de Comunicación del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-"**.

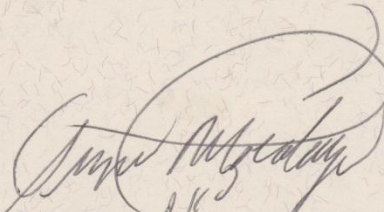
El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez Folgar
Supervisora de EPS



Vo. Bo.


M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



**Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo**

DEDICATORIA

- A Dios:** Por ser mi luz, guía y fuente de inspiración en todo momento, quien me dio las fuerzas para buscar mis sueños y alcanzar mis metas.
- A mis Padres:** Por darme la vida, amor que es el tesoro más grande siendo mis maestros de sabiduría y apoyo para obtener de sabiduría para obtener el título que hoy obtengo.
- A mis Hijos:** Que han sido mi bordón e inspiración de mi vida, a quienes deseo dejarles un legado de perseverancia y ejemplo de superación
- A mis Hermanos:** Christian Alejandro, Werner Rembrandt, por ser acompañantes en mi camino y darme todo su apoyo en todo momento.
- A mi Abuelita y Tía :** Desideria de Palencia y Enriqueta del Carmen Palencia, a quienes les agradezco toda su dedicación y tiempo que me brindaron como profesional. Que en gloria estén.
- A mi Supervisora:** Licda. Floralba Pérez, por entregarnos sus conocimientos académicos y ser un gran apoyo para la realización de mi EPS.
- A mi Coordinador:** Lic. Sergio Morataya, quien compartió su sabiduría, dedicación y paciencia.
- A mi Madrina:** Quien me demostró que los triunfos se pueden lograr y su sincera amistad.
- A mis Compadres:** Vanessa Rodas, Gary Cabrera, Rosemary Oliva y Manuel López quienes me ensañaron que el que persevera logra el éxito.
- A mis Amigos:** Licet Rodríguez, Natali Florián, Jorge Alvarado, María Elena Castillo, Thelma Bonilla, Ana Lidia Ordoñez, Mónica Balcarcel, Ingrid Méndez, Danilo López, José Alberto Castillo, Pablo Estrada, Luis Fernando Segura, por su valiosa amistad y su apoyo incondicional en todo momento.

AI INGUAT: Instituto Guatemalteco de Turismo, por abrirme las puertas, siendo un eje primordial en las vías de la comunicación. Siendo un patrón ejemplar en mi camino.

A LA E.C.C.: ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, por darme una oportunidad y dejar huella en todos sus conocimientos y enseñanzas, culminando con éxito siendo un ejemplo a seguir para abrirme nuevos pasos al éxito.

A: Todos mis compañeros de estudios, gracias por su amistad y todos esos momentos compartidos.

INDICE

RESUMEN.....	12
INTRODUCCIÒN.....	13
DIAGNOSTICO Y PLAN ESTRATEGICO MAPEO DE COBERTURAMEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÒN DEL INGUAT.....	14
CAPITULO I.....	17
MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÒN DEL INGUAT.....	17
1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO:.....	17
1.1. OBJETIVOS GENERALES.....	17
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.2.1. LA INSTITUCIÒN.....	18
ANTECEDENTES O HISTORIA.....	18
1.3. MARCO FILOSÓFICO.....	21
1.3.1. MISIÒN.....	21
1.3.2. VISION.....	21
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE COMUNICACIÒN SOCIAL:.....	23
DESCRIPCIÒN DE LOS PUESTOS.....	24
UNIDAD DE COMUNICACIÒN SOCIAL.....	24
OBJETIVO.....	24
ACTIVIDADES.....	24
MEDIOS AUDIOVISUALES.....	25
MONITOREO.....	25
REPORTERA-REDACTORA.....	26
PRODUCTOR.....	26
1.4. FODA.....	27
1.4.1 FORTALEZAS.....	27
1.4.2. OPORTUNIDADES.....	27

1.4.3. DEBILIDADES	27
1.4.4. AMENAZAS	28
1.5. METODOLOGIA	28
1.5.1. INSTRUMENTOS	28
1.5.2 RECOPIACION DE DATOS	29
1.5.3. CRONONOGRAMA	30
1.5.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	31
INDICADORES PRINCIPALES.....	33
INGUAT INSTITUCIONAL	33
1.5.5. INFOGRAFIA	34
1.6. DESCRIPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	35
1.6.1. Descripción de la Comunicación Interna	35
1.6.1.1. INFRAESTRUCTURA: Instalaciones del Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT-.....	35
1.6.2. Canales de Comunicación Interna.....	36
1.6.3. Descripción de Comunicación Externa:	37
1.6.4. POA (PLAN OPERATIVA ANUAL).....	37
1.6.5. Campañas Realizadas	38
1.6.5.1. El plan Estratégico que se está ejecutando.....	38
1.6.6. PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN	40
CAPÍTULO II.....	41
PROPUESTA DEL MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL INGUAT	41
-ANTECEDENTES ESTUDIO DE MERCADO	41
-OBJETIVOS.....	41
-OBJETIVOS GENERALES.....	41
-OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	41
-PÚBLICO OBJETIVO	41
-MENSAJE.....	41
-ESTRATEGIA PLANES DE COMUNICACIÓN	41

CAPITULO II.....	42
ANTECEDENTES:.....	42
OBJETIVOS.....	44
2.1. OBJETIVOS GENERALES	44
EL MANEJO INTERNO.....	44
2.2. MANEJO EXTERNO.....	44
2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	44
2.4. PUBLICO OBJETIVO.....	45
2.5. MENSAJE	45
“LECCIONES DE VIDA”	45
2.6. ESTRATEGIA	45
2.7. PLANES DE COMUNICACIÓN.....	45
REALIZACION DE MI PRÁCTICA DE EPS MAYO 2014	54
CAPITULO III.....	55
INFORME DE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO “INGUAT”	55
-PROGRAMACIÓN DE EVENTOS	55
-PUBLICACIONES.....	55
-CONFERENCIAS	55
-PUBLICACIÓN Y PRESENTACIÓN DE BODAS	55
-INFORME PERIODÍSTICO DEL LAGO DE ATITLÁN	55
-PUBLICACIONES DE PRENSA	55
-INFORME DEL VOLCÁN PACAYA	55
-FOTOGRAFÍAS DONDE REALICE MI PRÁCTICA.....	55
CAPITULO III.....	56
INFORME DE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO “INGUAT”	56
PRESENTACIÓN Y CONFERENCIA DE PRENSA DEL EVENTO DE BODAS Y LUNA DE MIEL EN EL LOBBY DEL INGUAT EL 15 DE MAYO DEL 2014.....	59
INFORME DE COBERTRUA PERIODÍSTICA SOBRE TALLER DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES.....	64

PUBLICACIONES DE PRENSA SOBRE EL VALOR SOSTENIBLE DEL	67
LAGO DE ATITLÁN DE FECHA 4 DE JUNIO 2014	67
CAPITULO IV.....	77
-RECOMENDACIONES	77
-CONCLUSIONES	77
-BIBLIOGRAFIA.....	77
Conclusiones	78
Recomendaciones	79
Bibliografía	80
ENCUESTA DE DIAGNOSTICO DE MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACION DEL INGUAT.....	81

RESUMEN

Universidad:	Universidad de San Carlos De Guatemala
Unidad Académica:	Escuela De Ciencias De La Comunicación
Autor:	Alejandra Fabiola Palencia España
Título:	Mapeo De Medios De Comunicación del Instituto Guatemalteco De Turismo- INGUAT.
Metodología:	Descriptiva, es dar a conocer que los medios de comunicación, son un modelo de desarrollo turístico, que se involucra en las comunidades y actores locales para garantizar así mayor sostenibilidad en temas económicos, sociales y ambientales.
Instrumentos y Técnicas:	Entrevistas, encuestas, monitoreo de medios escritos, portal de internet, comunicados de prensa.
Obtención de Datos:	Recopilación de información a través de la página de internet de la Institución, el POA, libros, Tesis de diferentes universidades.
Resultados y Conclusiones:	Analizar el posicionamiento en el mapa de noticias con resultados cuantitativos y cualitativos. Valorizando positiva o negativamente la imagen en la prensa regional y mundial teniendo una estadística mediática de la empresa y la competencia

INTRODUCCIÓN

La Comunicación es una fuente primordial en todo sentido, ya que estas influyen en darnos a conocer su importancia en la sociedad actual, en cuanto a la movilización de nuestro desarrollo.

Debido a ello, los medios escritos, son un aporte para la institución, conociendo el impacto mediático que tienen las acciones de INGUAT o el destino que los medios de Guatemala y el mundo, por el cual se analiza, el posicionamiento en el mapa de noticias con resultados cuantitativos y cualitativos de las menciones de la empresa y sus productos. Valorizando positiva o negativa la imagen en la prensa regional y extranjera, teniendo una estadística de las empresas y la competencia.

Conocer el impacto mediático que tienen las acciones del Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-, o el destino en los medios de Guatemala y el mundo.

Analizando el posicionamiento en el mapa de noticias con resultados favorables de las empresas y sus productos. Valorizando positiva o negativa la imagen en la prensa regional a nivel mundial

CAPITULO I

MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

DIAGNOSTICO Y PLAN ESTRATEGICO MAPEO DE COBERTURAMEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

- Objetivos Generales del Diagnóstico**
- Objetivos Específicos del Diagnóstico**
- LA INSTITUCION ANTECEDENTES O HISTORIA**
- Antecedentes o historia**
- Marco filosófico**
- Misión**
- Visión**
- Organigrama de la Institución**
- Organigrama Estructural de Comunicación Social**
- FODA**
- Fortalezas**
- Oportunidades**
- Debilidades**
- Amenazas**

METODOLOGÍA

-Descripción del método

-Instrumentos

-Cronograma

RECOPIACIÓN DE DATOS

Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las Encuestas

RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

-Descripción de la Comunicación interna

-De la infraestructura (Mobiliario y equipo)

-Canales de Comunicación Interna

-Descripción de comunicación Externa

**-El POA (Plan Operativo Anual de Comunicación Social) Campañas
Realizadas**

-El plan Estratégico que se está ejecutando

-Presupuesto de comunicación para el presente año



CAPITULO I

MAPEO DE COBERTURA MEDIÁTICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO:

Utilizar las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a la audiencia con temas de interés, del INGUAT, generando una imagen positiva que repercuten la reputación del mismo. Logrando un manejo de medios y mensajes clave para las diferentes entrevistas e informar todo el acontecer actual en la industria Turística así como de informar los temas relevantes que generen impacto en la industria.

Convocar a los medios para presentaciones y lanzamientos, conferencias de prensa entre otros que ameriten la participación de los medios de comunicación con la finalidad de que el INGUAT y la Secretaría de Turismo realicen en la industria turística.

Conocer el impacto mediático que tienen las acciones de INGUAT o el destino en los medios de Guatemala y el mundo. Analizando el posicionamiento en el mapa de noticias con resultados cuantitativos y cualitativos de las menciones de la empresa y sus productos. Valorizando positiva o negativa la imagen en la prensa regional y mundial teniendo una estadística mediática de la empresa y la competencia.

1.1. OBJETIVOS GENERALES

EL MANEJO INTERNO

Tener logros, con avances de actividades y proyectos para el personal, así como la información específica de relevancia de cualquier persona de la institución que requiere una estadística para la toma de decisiones y manejo de crisis pero no para la divulgación.

MANEJO EXTERNO

Informar oficialmente al sector público, privado potenciales, inversionistas, universidades, estudiantes, líderes de opinión y público en general.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Mantener y propiciar el trabajo interinstitucional con actores clave como gobierno y sector privado.
- b. Proteger el prestigio marca INGUAT y la secretaria de Turismo y todo lo que ellas representa. Incluye posicionar de forma positiva y asertiva a sus autoridades.
- c. Estar preparados estratégicamente con tácticas de ejecución difundiendo eficazmente y con enfoques positivos, para la imagen de Guatemala.
- d. Manteniendo un flujo de comunicación efectivo con los medios de comunicación Nacional e Internacional con un público previamente definidos.
- e. Colocar en la agenda de los medios temas de interés institucional y de país.
- f. Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- g. Proveer herramienta de información útil para la toma de decisiones.
- h. Sensibilizar a los guatemaltecos sobre la importancia del turismo como imagen de país y el aporte económico que genera.
- i. Propiciar mensajes en los que se vincule el tema turismo con la construcción de ciudadanía.

1.2.1. LA INSTITUCIÓN

ANTECEDENTES O HISTORIA

*Se fundó el 8 de septiembre de 1967 depende del Ministerio de Economía, el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) es una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica para adquirir derechos y contraer obligaciones y con patrimonio propio, de conformidad con su Ley Orgánica, Decreto No. 1701 del **Congreso de la República de Guatemala**. Su nombre no puede ser adoptado por ninguna entidad pública o privada. Actualmente tiene su sede en la **Ciudad de Guatemala** y su jurisdicción se extiende a todo el territorio nacional. Asimismo, es la autoridad superior en materia de turismo en el país y representa a Guatemala ante las entidades similares de otros países y también ante los organismos internacionales del ramo. Debiendo también favorecer el turismo receptivo e interno.*

De acuerdo a lo establecido en su Ley Orgánica, el INGUAT queda obligado a desarrollar las funciones encaminadas al fomento del turismo interno y receptivo, tales como:

- a) Determinar cuáles son los lugares de atracción turística en el territorio nacional, con el objeto de evaluarlos y desarrollarlos, según su importancia, con apego a las prioridades previamente establecidas;
- b) Cooperar con las instituciones encargadas del mantenimiento, conservación, exhibición, restauración y conocimiento de nuestros tesoros arqueológicos, históricos y artísticos, aportando cuanto sea necesario para que, sin menoscabo de su integridad y pureza, dicha riqueza pueda aprovecharse en los planes de desarrollo turístico;
- c) Elaborar un plan de turismo interno, que permita un mejor conocimiento entre los guatemaltecos, como miembro de la comunidad nacional, a la vez que les deposite la oportunidad de apreciar las manifestaciones de la cultura de las distintas regiones y la belleza de sus paisajes;
- d) Fomentar las industrias y artesanías típicas, colaborando en su desarrollo, promoviendo la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales, proporcionándoles informaciones que puedan beneficiar el mejoramiento de sus productos y aplicando los medios publicitarios de que disponga, para lograr una mayor demanda de los mismos;
- e) Habilitar playas, jardines, parques, fuentes de aguas medicinales y centros de recreación con sus fondos propios; y colaborar con las municipalidades respectivas, en la dotación de los servicios esenciales, y en el embellecimiento y ornamentación de los mismos, cuando tales zonas estén bajo su custodia;
- f) Construir hoteles o albergues, responsabilizándose en todo caso, de que tales construcciones respondan a las necesidades del turismo nacional, en cuanto a su funcionalidad y belleza y procurando que la arquitectura de dichas construcciones esté en consonancia con el ambiente, uso y tradiciones de la zona. Dichas edificaciones, cuando sean hechas por cuenta propia, deben ser entregadas para su explotación a personas idóneas, en el sentido que se considere conveniente a los intereses de la Nación y especialmente al incremento del turismo;
- g) Divulgar las propiedades terapéuticas de las fuentes de aguas medicinales despertando el interés de los guatemaltecos y extranjeros por aprovecharlas;
- h) Organizar o colaborar en la celebración de ferias internacionales, nacionales, departamentales y locales; festivales folclóricos y ceremonias tradicionales.

- i) Divulgar los programas religiosos de los más venerados santuarios de la República y las fechas de las solemnidades más importantes;
- j) Disponer la construcción de aeródromos y vías de acceso a los lugares de interés turístico; y gestionar su ejecución ante el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda.
- k) Emitir, previa opinión favorable de la **Junta Monetaria, del Ministerio Público** y llenando los requisitos que establecen las leyes, bonos de turismo para la construcción de obras autofinanciables, tales como hoteles, moteles, turicentros, funiculares y otras obras que tiendan a incrementar el turismo;
- l) Colaborar con el **Instituto de Recreación de los Trabajadores** en la organización de sistemas de turismo obrero, y con los establecimientos de enseñanza, en la promoción del turismo escolar, para los cuales el INGUAT, de común acuerdo con los propietarios o arrendatarios de hoteles, debe fijar tarifas especiales en temporadas apropiadas, que permitan el fácil conocimiento de las diferentes zonas turísticas al mayor número de personas de escasos recursos.
- m) Fundar por cuenta propia y con la ayuda de las universidades, una escuela de turismo, en colaboración con las entidades interesadas en esta materia; abrir centros de capacitación y de adiestramiento para el personal al servicio del turismo y otorgar becas para que los guatemaltecos que se distinguen o tengan vocación, puedan asistir a escuelas del extranjero con iguales fines.
- n) Orientar la organización y funcionamiento de las asociaciones, comités y otras entidades que se constituyan con fines de promoción turística;
- o) Inscribir, clasificar e inspeccionar el funcionamiento de las empresas turísticas, para que puedan operar en el país;
- p) Autorizar, de acuerdo con la clasificación por categorías, previamente establecida por el INGUAT, las tarifas máximas de los hoteles, moteles, pensiones, autobuses y taxis dedicados al turismo, y controlar la observancia de las mismas. La clasificación podrá ser revisada, a solicitud de parte, tomándose en cuenta todas las circunstancias, en cada caso.
- q) Formar y mantener actualizado, bajo su más estricta responsabilidad, el inventario turístico del país.
- r) Proporcionar toda la información que se le solicite, sobre lugares, servicios y cualquier objetivo turístico.

- s) Imprimir el mapa vial de Guatemala, buscando su mejor presentación y calidad, y actualizarlo cada año; editar folletos y guías que contengan información sobre todos los asuntos de interés que se mencionan en el inciso anterior.
- t) Empezar periódicamente campañas publicitarias dirigidas al turismo interior, a fin de que durante los períodos de vacaciones, los guatemaltecos visiten los centros de recreación del país.
- u) Imponer las sanciones correspondientes a las personas que infrinjan esta ley o sus reglamentos.
- v) Solicitar al Ejecutivo que se entreguen las zonas turísticas a su custodia;
- w) Organizar con las entidades encargadas, o especializadas, partidas de caza y pesca, en lugares turísticos, empeñándose en crear temporadas y competencias.
- x) Fomentar por todos los medios a su alcance, el turismo interior y receptivo.

1.3. MARCO FILOSÓFICO

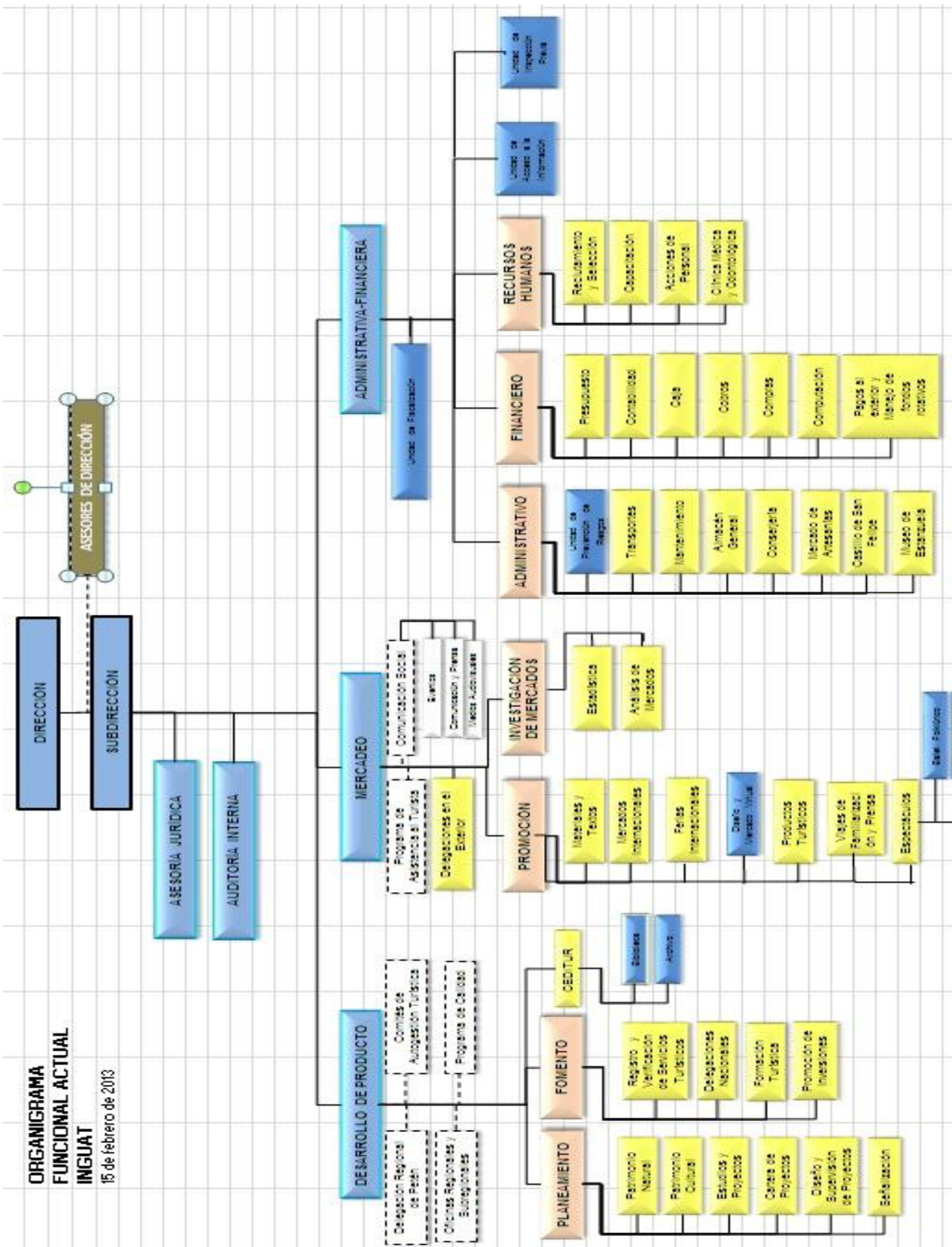
1.3.1. MISIÓN

Somos el ente rector y facilitador que promueve y fomenta el desarrollo turístico sostenible de Guatemala, a nivel nacional e internacional, por medio de la coordinación entre los sectores público, privado y sociedad civil.

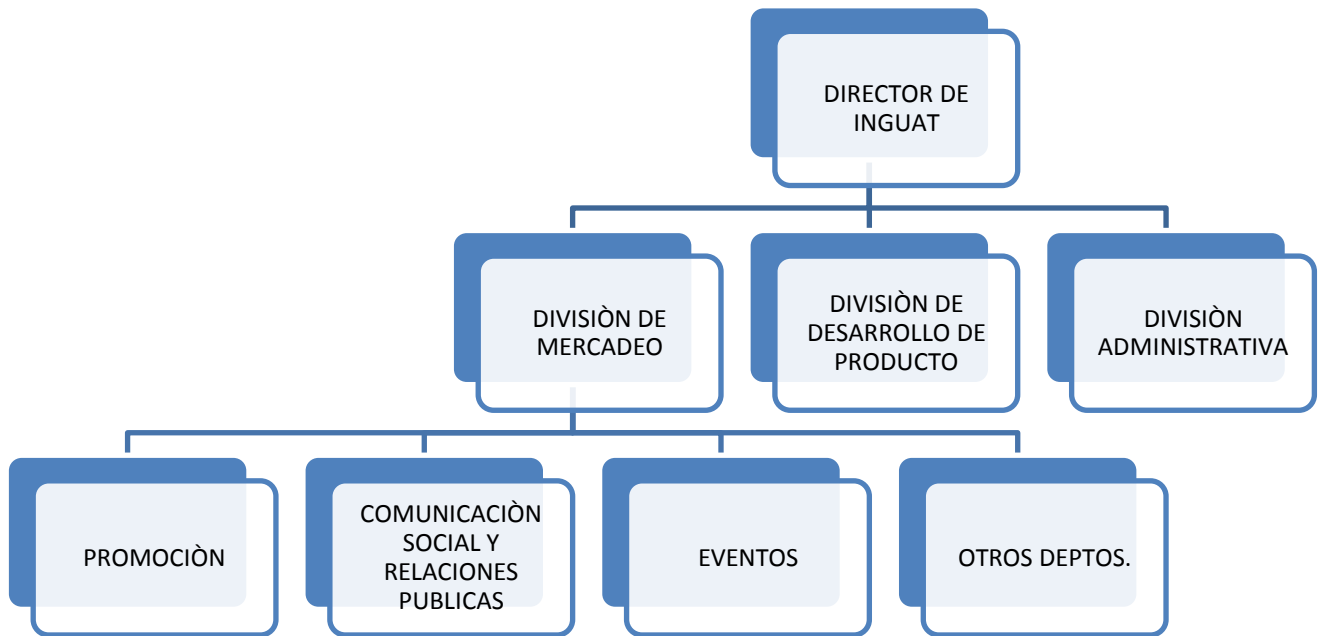
1.3.2. VISION

Liderar el posicionamiento de Guatemala como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, aprovechando sus ventajas comparativas, para contribuir al desarrollo turístico sostenible del país.

MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL:



DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Manejo interno: Lograr, avances de actividades, proyectos para el personal, así como información específica de relevancia para cualquier persona de la institución, para toma de decisiones y manejo de crisis pero no para divulgación.

Manejo externo: información oficial hacia sector público, privado, potenciales inversionistas, universidades, estudiantes, líderes de opinión y público en general.

OBJETIVO

Construir y proteger la reputación institucional utilizando las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a los públicos previamente definidos, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen del INGUAT.

ACTIVIDADES

1. Asesorar a las autoridades de la institución acerca del manejo de medios y mensajes clave que deben ser utilizados en las diferentes entrevistas pactadas.
2. Ser enlace directo con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, de donde direccionan instrucciones específicas para los altos funcionarios del sector gobierno, todas ellas concernientes en temas de comunicación y prensa.
3. Realizar visitas de cortesía a los directivos de los diferentes medios de comunicación nacional o bien entrevistas solicitadas, las cuales son dirigidas a las autoridades de la Institución, con la finalidad de comunicar temas específicos.
4. Realizar diariamente monitoreo de medios nacionales e internacionales, con el objetivo de informar a las autoridades del INGUAT de manera inmediata acerca del acontecer actual en la industria turística, así como informar temas relevantes del acontecer nacional que generen impacto directo o indirecto en la industria sin chimeneas.
5. Realizar comunicados periodísticos para medios nacionales con la finalidad de comunicar (medios de comunicación y/o sector turístico organizado) los logros alcanzados o las acciones de impacto relacionadas al sector turístico en Guatemala.
6. Convocar a medios para presentaciones, lanzamientos, conferencias de prensa, entre otros eventos, que ameriten la participación de los medios de

comunicación, con la finalidad de dar a conocer las acciones que el INGUAT realiza en la industria turística.

7. Desarrollar comunicados o notas de prensa las cuales son giradas a los medios de comunicación y sector público-privado del país.
8. Realizar análisis de medios y cobertura noticiosa, a través del cual se determina el tipo de cobertura que se obtuvo durante el mes y se analizan las nuevas o posibles estrategias de comunicación a utilizar.
9. Gestionar la realización de giras con medios de comunicación, con la finalidad de promover la imagen turística del país.

MEDIOS AUDIOVISUALES

Apoyar a las unidades Administrativas del INGUAT con toma de fotografías y reproducción de material promocional digital. Así como también:

- a. Pre producción, producción y post producción de material informativo institucional.
- b. Reproducir CDS y DVDS promocionales de Guatemala y otros institucionales.
- c. Brindar apoyo en la cobertura fotográfica.
- d. Atender solicitudes externas de material digital promocional de Guatemala.
- e. Atender solicitudes de periodistas nacionales y extranjeros.

MONITOREO

Extenderse con una cobertura internacional, teniendo sólidas capacidades de búsqueda en la plataforma de monitoreo de noticias, los usuarios pueden encontrar la información que necesitan y cuando la necesitan a través de su propio buscador web para el rastreo de noticias, capaz de adaptarse a las necesidades específicas del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.

Las capacidades analíticas interactivas permiten a los funcionarios y tomadores de decisiones conseguir un valor añadido de las menciones que sobre ellos se hacen en los medios de comunicación mediante la evaluación de las tendencias, las actividades de mapeo de prensa, la identificación de los objetivos del mercado y la medición del rendimiento de la inversión (ROI, por sus siglas en Inglés) de las campañas de marketing y de relaciones públicas.

REPORTERA-REDACTORA

Investigar y reportear tanto dentro como fuera de la Institución, con el objetivo de generar contenidos noticiosos para dar a conocer la labor del INGUAT, o temas de interés para la institución y sus audiencias. Redactando boletines de prensa, reportajes y otros contenidos que le sean solicitados. Además realiza entrevistas periódicas a funcionarios de la institución y personas relacionadas con la industria turística o imagen del país con el objetivo de generar contenidos informativos y noticiosos. Trabajando en conjunto con el área de producción, entrevistas y contenidos en video para alimentar el canal digital y distribuir a los medios de comunicación.

Manteniendo actualizado la base de datos de periodistas que cubren la fuente INGUAT y otros de interés para la institución. Respondiendo a requerimientos específicos de información hechos por periodistas, preparando y distribuyendo un boletín informativo semanal.

PRODUCTOR

Tendrá a su cargo el equipo multimedia disponible en la institución asignada a Comunicación Social.

Será responsable del registro fotográfico y de video institucional.

Producción audiovisual de noticias en instituciones con el apoyo en la atención a prensa y acompañamiento del mismo.

1.4. FODA

1.4.1 FORTALEZAS

Comunicación

Publicados de prensa

En Radio Transmisiones de Spot

Televisión de Spot Nacionales e Internacionales

Material Audiovisual en Internet en la página central de la institución

Redes Sociales.

1.4.2. OPORTUNIDADES

Dar a conocer los diferentes lugares que tiene Guatemala

Incremento de turismo

Ingresos económicos en las comunidades

Desarrollo

Inversión turística en Guatemala.

1.4.3. DEBILIDADES

Mala información

Inseguridad de nuestro país

Contaminación ambiental

Mal estado de carreteras

Desbordamiento de puentes

Derrumbes

Crecido de ríos

Desprendimiento de rocas.

1.4.4. AMENAZAS

Devaluación de la moneda

Cambios climáticos

Violencia contra el turismo

Empresas fantasmas en el turismo.

1.5. METODOLOGIA

Describir el perfil del jefe del Departamento de Relaciones Públicas, (RRPP), así como su experiencia en el área. Perfil del jefe del Departamento y dirigirlo profesionalmente de preferencia con estudios de maestría en Comunicación Social, Política y Turismo.

1.5.1. INSTRUMENTOS

Son valoradas de la siguiente manera, dirigiendo profesionalmente, estudios de maestría en Comunicación Social, Política y Turismo.

1. Tener la experiencia en el desarrollo de proyector de comunicación y en actividades de relacionamiento con medios de comunicación
2. Acostumbrado(a) a trabajar en cumplimiento de metas.
3. Capacidad para las relaciones interpersonales y habilidades para el trabajo en equipo.
4. Conocimiento avanzado en redacción y comunicación estratégica.
5. Dominio total de los programas: Microsoft Word, Excel y Power Point.
6. Capacidad de análisis crítico e investigación.
7. Capacidad de desarrollar materiales de comunicación como comunicados, documentos de apoyo, mensajes clave, etc...

8. Capacidad para presentar resultados de forma creativa.
9. Bilingüe: español-inglés.

Poseer la Licenciatura en Ciencias de la comunicación con una especialización en ciencias Políticas y en Tecnologías de la información. Ser Comunicador Social obteniendo la experiencia en desempeñarse profesionalmente en múltiples campos relacionados con comunicación social y corporativa, relaciones públicas, generación de contenidos y gestión pública.

1.5.2 RECOPIACION DE DATOS

Me proporcionó la Licenciada de Comunicación Social Patricia Letona es una persona que actualmente cumple con esta función, y posee una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y se ha especializado en Ciencias Políticas y en Tecnologías de la Información por lo que ha cursado estudios formales en Guatemala y cursos especializados en distintas partes del mundo lo que le permite una visión más amplia y criterio de alcance global. En otras palabras es una mujer emprendedora ya que con más de 14 años de experiencia, se ha desempeñado profesionalmente en múltiples campos relacionados con Comunicación Social y Corporativa, Relaciones Públicas. Construyendo y protegiendo la reputación institucional utilizando las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a los públicos previamente definidos, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen del INGUAT y de quien lo dirige.

En otras palabras. Ganar la confianza y credibilidad de la opinión pública. Recobrando la credibilidad de la institución para que el INGUAT, sea reconocido como rector del tema turismo en Guatemala.

1.5.3. CRONOGRAMA

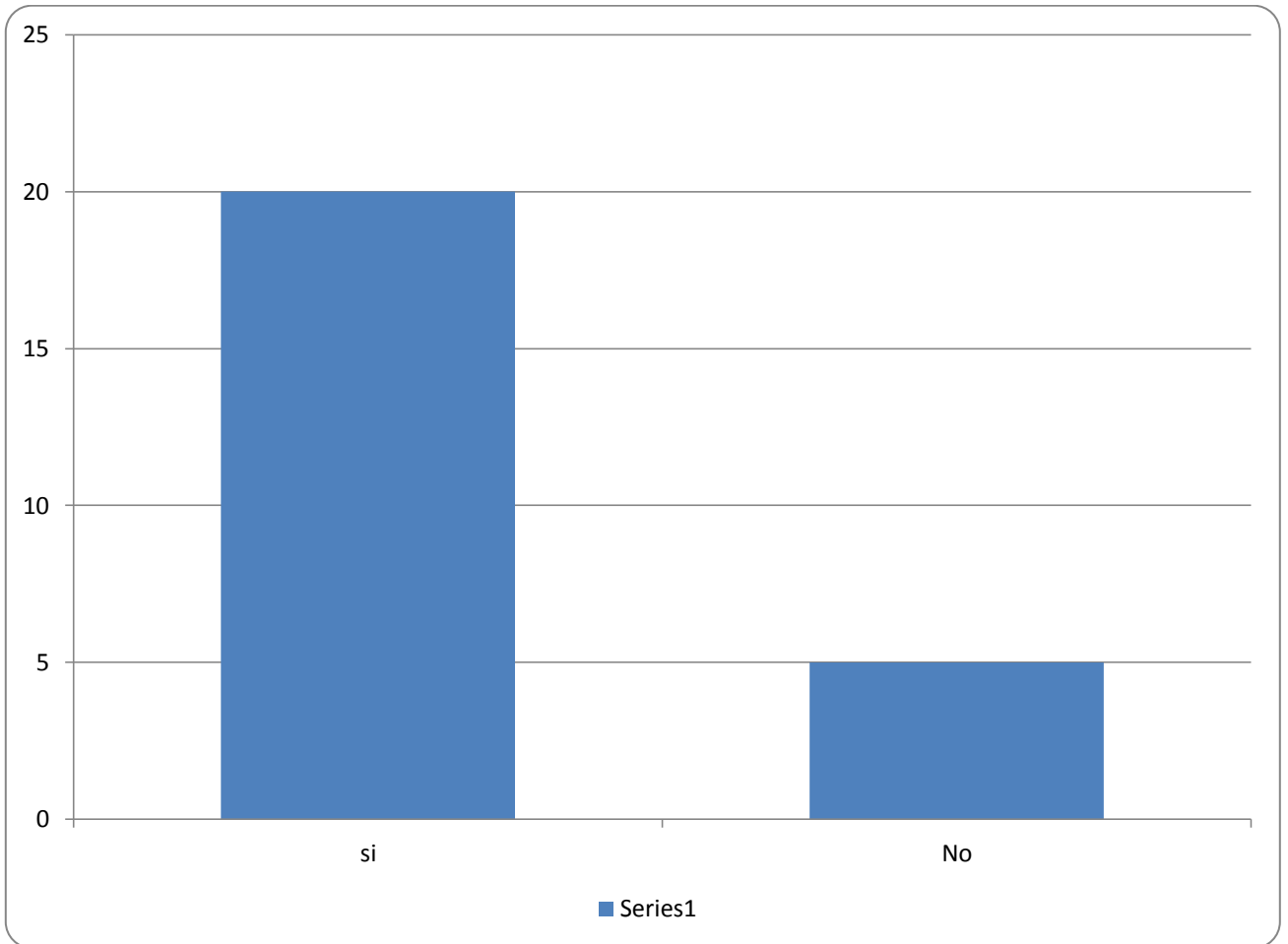
CALENDARIO						
ACTIVIDADES	SEMANA					
	Del 13 al 17 de enero 2014	Del 20 al 24 de enero 2014	Del 27 al 31 de enero 2014	Del 03 al 07 de febrero 2014	Del 17 al 21 de febrero 2014	Del 24 al 28 de febrero 2014
Asistencia al propedéutico del EPS						
Solicitud de permiso para realizar las practicas del EPS en la empresa						
Estudio de los folletos del EPS						
Observación realizada en la empresa y realización de fichas de entrevistas y encuestas						
Trabajo final						

1.5.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

GRAFICAS Y CUADROS E INTERPRETACIONES DE RESULTADOS EN LAS ENCUESTAS

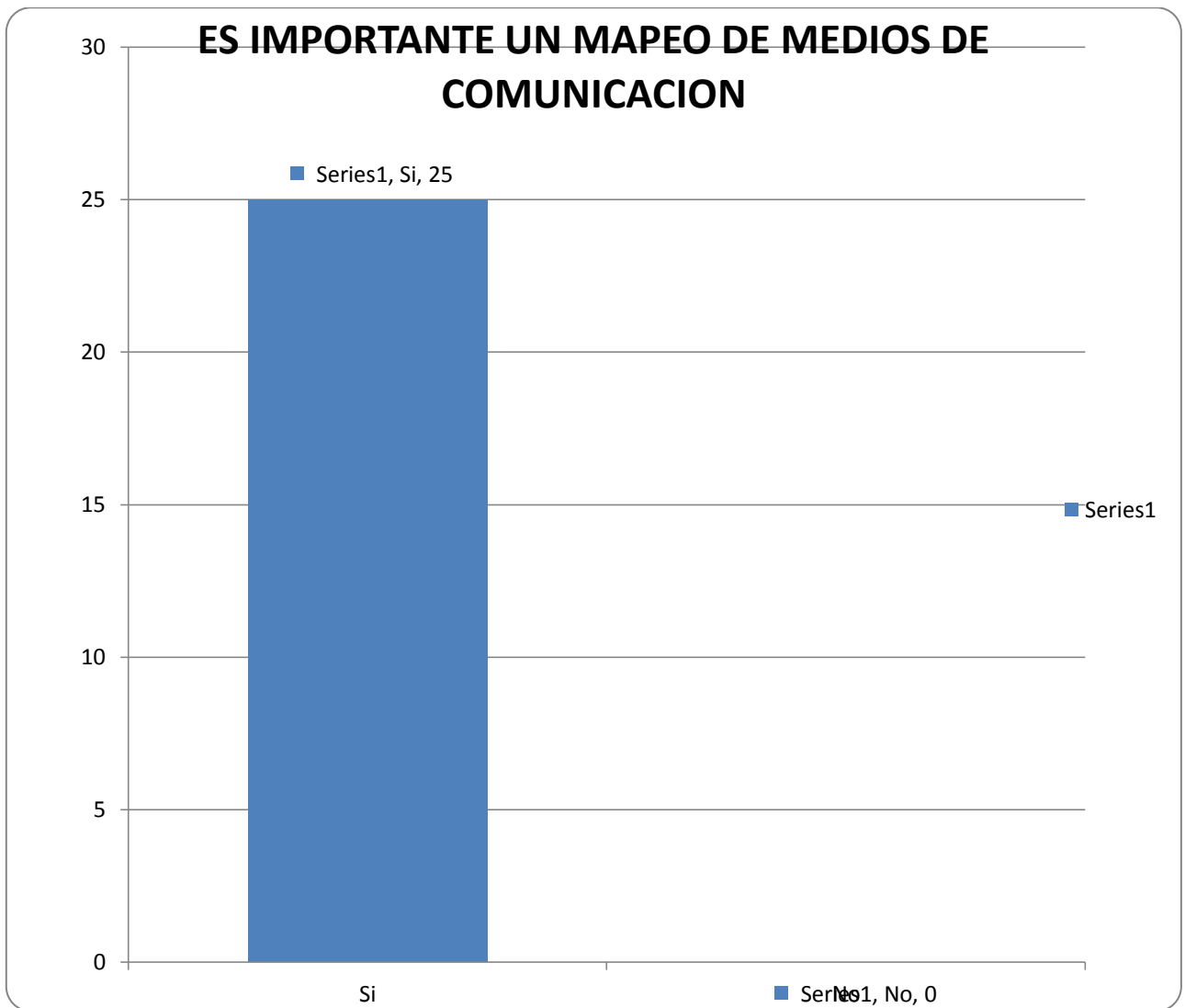
GRAFICA No. 1

Es funcional el mapeo de medios



Se concentra en los medios escritos ya que un 85% plantea que es funcional el mapeo de medios de comunicación y el 20% señala que desconoce dicha información. Es más, la aceleración de exposición con la que cierra enero del 2014, eleva su participación en medios escritos por 525%, algo que se concentra en pasar de 4 exposiciones en diciembre, hasta alcanzar 25 para enero en los diferentes medios escritos. De hecho, los 12 días iniciales de febrero, confirman la tendencia.

Televisión, el segundo lugar para la exposición por género de medios y finalmente, radio. Turismo suele ser una actividad cuya característica de comunicación merece una diversificación de medios en cuanto a su género, siendo de éstos, el de mayor relevancia la televisión por ser compatible con la necesidad de una exposición animada y de alta transmisión de



La mayor parte de las personas confirman que prefieren difundirse por medio de una estructura mediática en la que se facilite la implementación del monitoreo de medios en la unidad de Comunicación Social

Es importante un mapeo de medios de comunicación ya que prevalece el enfoque de lo que se está implementando mediante un inventario en la que puedan cubrir las actividades o informaciones que genera la noticia.

Protegiendo la marca INGUAT, y lo que ella representa, incluye posicionar de forma positiva y asertiva a sus autoridades, manteniendo un flujo de comunicación efectivo, con los medios de comunicación nacionales e internacionales con otros públicos previamente definidos.

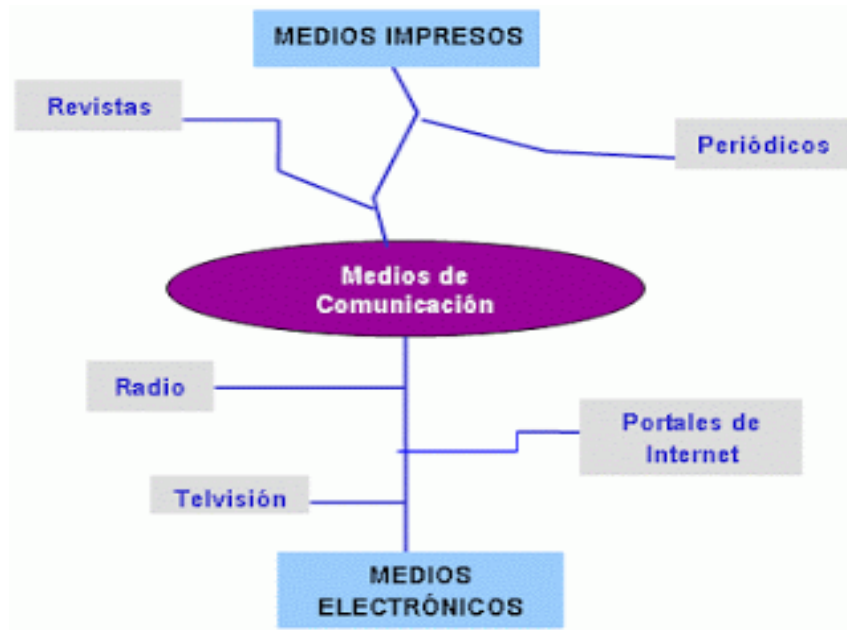
INDICADORES PRINCIPALES

INGUAT INSTITUCIONAL

La reputación institucional para INGUAT se postula en niveles altamente satisfactorios, encontrándose en entornos muy superiores a la media general, que se corresponde con 45/55 puntos. Tomando en cuenta sus niveles de exposición mensual, la variable de aprobación/reputación es bastante satisfactoria. Resalta en el histórico, el perfil o registro de comunicación que caracteriza la exposición INGUAT, que es el de ser una institución referente en su sector al provocar que prácticamente la totalidad de la comunicación provenga de sus audiencias.

En adición, el indicador de opinión desfavorable, que ocupa niveles también altamente satisfactorios al mantenerse por debajo de los dos dígitos, en una zona de alto control, aún con dos meses del 2013 (octubre-noviembre) en el que las audiencias elevaron la crítica negativa hacia la institución, enfocándose en temas muy específicos y cuya incidencia en cantidad fue reducida, más no así en calidad puesto que para noviembre, la crítica se deriva inclusive de un editorial en relación a un proceso de compras y contrataciones.

1.5.5. INFOGRAFIA



1.6. DESCRIPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

1.6.1. Descripción de la Comunicación Interna

Tener logros, con avances de actividades y proyectos para el personal, así como la información específica de relevancia de cualquier persona de la institución que requiere una estadística para la toma de decisiones y manejo de crisis pero no para la divulgación.

1.6.1.1. INFRAESTRUCTURA: Instalaciones del Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT- (MOBILIARIO Y EQUIPO)

Computadoras

Internet

Scanner

Archivos

Quemadoras de CD'S

Escritorios

Periódicos

Macetas

Sacabocados

Cintas adhesivas

Cuadros

Engrapadoras

Sillas secretariales

Teléfonos

1.6.2. Canales de Comunicación Interna

Plantear las variantes de cómo funciona la oficina de comunicación.

Teniendo un progreso en el monitoreo con un sistema coherente de evaluación.

1. ¿Cómo funciona el Departamento de Comunicación e implementan las Relaciones internas o externas y utilizan las Relaciones Públicas con Prensa lo utilizan?

Sí, diariamente

2. Realizan alguna actividad relacionada a eventos protocolarios o institucionales, ¿De qué tipo? ¿Cuál es su metodología?

El departamento de eventos depende directamente del área de promoción y mercadeo, no de Relaciones Públicas.

3. ¿Tienen una persona encargada de monitoreo o es una empresa sub-contratada?

Ambos casos. Hay dos empresas contratadas para el monitoreo de medios en el Departamento de Relaciones Públicas.

4. ¿Cuál es la importancia de la realización del monitoreo de medios en el Departamento de Relaciones Públicas?

Medir el impacto de las acciones de comunicación
Prever tendencias en la opinión públicas.

5. La institución o empresa tiene vocero. ¿Cuáles son sus funciones?

El vocero oficial es el Director?

6. ¿Cuál es la importancia de manejar una buena imagen de la institución o empresa?

Construir y proteger la reputación institucional utilizando las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a los públicos previamente definidos, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen del INGUAT y de quien lo dirige.

1.6.3. Descripción de Comunicación Externa:

Informar oficialmente de hacia el sector público, privado de potenciales, inversionistas, universidades, estudiantes, líderes de opinión y público en general.

Aprender a tener una evolución de modo continuo

Diverso

Significativo

Giras con los medios de comunicación

Conferencias de prensa

Exposiciones

Comunicados de medios

1.6.4. POA (PLAN OPERATIVA ANUAL)

ACTIVIDADES

1. Asesorar a las autoridades de la institución acerca del manejo de medios y mensajes clave que deben ser utilizados en las diferentes entrevistas pactadas.
2. Ser enlace directo con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, de donde direccionan instrucciones específicas para los altos funcionarios del sector gobierno, todas ellas concernientes en temas de comunicación y prensa.
3. Realizar visitas de cortesía a los directivos de los diferentes medios de comunicación nacional o bien entrevistas solicitadas, las cuales son dirigidas a las autoridades de la Institución, con la finalidad de comunicar temas específicos.
4. Realizar diariamente monitoreo de medios nacionales e internacionales, con el objetivo de informar a las autoridades del INGUAT de manera inmediata acerca del acontecer actual en la industria turística, así como informar temas relevantes del acontecer nacional que generen impacto directo o indirecto en la industria sin chimeneas.
5. Realizar comunicados periodísticos para medios nacionales con la finalidad de comunicar (medios de comunicación y/o sector turístico organizado) los logros alcanzados o las acciones de impacto relacionadas al sector turístico en Guatemala.

6. Convocar a medios para presentaciones, lanzamientos, conferencias de prensa, entre otros eventos, que ameriten la participación de los medios de comunicación, con la finalidad de dar a conocer las acciones que el INGUAT realiza en la industria turística.
7. Desarrollar comunicados o notas de prensa las cuales son giradas a los medios de comunicación y sector público-privado del país.
8. Realizar análisis de medios y cobertura noticiosa, a través del cual se determina el tipo de cobertura que se obtuvo durante el mes y se analizan las nuevas o posibles estrategias de comunicación a utilizar.
9. Gestionar la realización de giras con medios de comunicación, con la finalidad de promover la imagen turística del país.

1.6.5. Campañas Realizadas

- “LECCIONES DE VIDA” SPOTS DE TELEVISIÓN, Enero 2014
- “PASEOS GUATEMALA” INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LÍNEA, Marzo 2014 por medio de internet

1.6.5.1. El plan Estratégico que se está ejecutando

Diagnosticar los logros de aprendizaje para lograr una práctica evaluativa teniendo siempre las pruebas e informes que provoquen la movilización de conocimientos.

Evaluar a nivel profesional las fortalezas y debilidades teniendo criterios propios en la toma de decisiones reconociendo con un diálogo para mejorar las competencias.

Progresar una mejora en el aprendizaje de los medios de comunicación y monitorear con una relación de expectativas que se describe el mapa de medios.

Aportar con una visión sintética para la evolución del progreso colectivo e inmediato.

Retroalimentar y motivar al sector turístico para focalizar la atención para las Relaciones Públicas, trabajando en equipo teniendo el conocimiento en la que tengan desafíos y propuestas del mismo.

EVENTOS A ASISTIR	DESTINO	FECHA
Medio maratón Internacional de Cobán	Alta Verapaz	mayo
Atitlán con Destino Sostenible	Atitlán	29 -30 de mayo
Maya Traiking	Petén	5-9 de mayo
Festival folklórico Nacional Rabin Ajaw	Alta Verapaz	junio
Fiestas Agostinas 2014	Nacional	1-9 de agosto
Feria del municipio de Todos Santos Cuchumatán, carrera de caballos, actos religiosos maya y católicos	Huhuetenango	1 de noviembre
Festival de barriletes gigantes	Santiago y Sumpango Sacatepéquez	1 de noviembre
Celebración de fin de año Calle del Arco	Antigua Guatemala	31 de Diciembre
Fiestas de Fin de año	Nacional	28-31 de Diciembre

Desarrollo de relaciones interinstitucionales:

Desarrollar mecanismo de comunicación y cooperación cuerpo consular y diplomático acreditado en Guatemala.

- 1) Presentación semestral de planes y resultados.
- 2) Visitas de cortesía mensuales a representaciones de mercados prioritarios.
- 3) Apoyar al cuerpo diplomático ante el Ministerio de Gobernación y Ministerio Público, para el seguimiento de casos de prioridad.
4. Desarrollar mecanismo de comunicación y cooperación con sector turístico organizado.
- 5) Presentación mensual en Consejo de Seguridad Hotelera de Guatemala COSEHOGUA.

- 6) Presentación trimestral de Planes Resultados y estadísticas en Asociación de Tour operadores “ASOPTUR”, y Junta Directiva Cámara de Turismo.
- 7) Presentación del programa y sus resultados en la Convención Anual de Comités de Autogestión Turística 2014.
- 8) Presentación del programa y sus resultados en el Congreso Nacional de Turismo Cámara de Turismo.
- 9) Presentación del programa y sus resultados en el Congreso Nacional de Guías.

1.6.6. PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN

Consolidar un presupuesto anual para fomentar así el turismo en Guatemala solamente figuran tres personas encargadas en tomar las ediciones relevantes en la unidad de comunicación social.

CAPÍTULO II

PROPUESTA DEL MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL INGUAT

-ANTECEDENTES ESTUDIO DE MERCADO

-OBJETIVOS

-OBJETIVOS GENERALES

-OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-PÚBLICO OBJETIVO

-MENSAJE

-ESTRATEGIA PLANES DE COMUNICACIÓN

CAPITULO II

ANTECEDENTES:

Los mapeos son instrumentos que describen de cómo se progresa el lenguaje y conocimientos para una mejora más eficaz y continua teniendo una buena organización más profunda aplicadas a un sistema con fundamentos más significativos y de mayor progreso.

INFOGRAFIA:

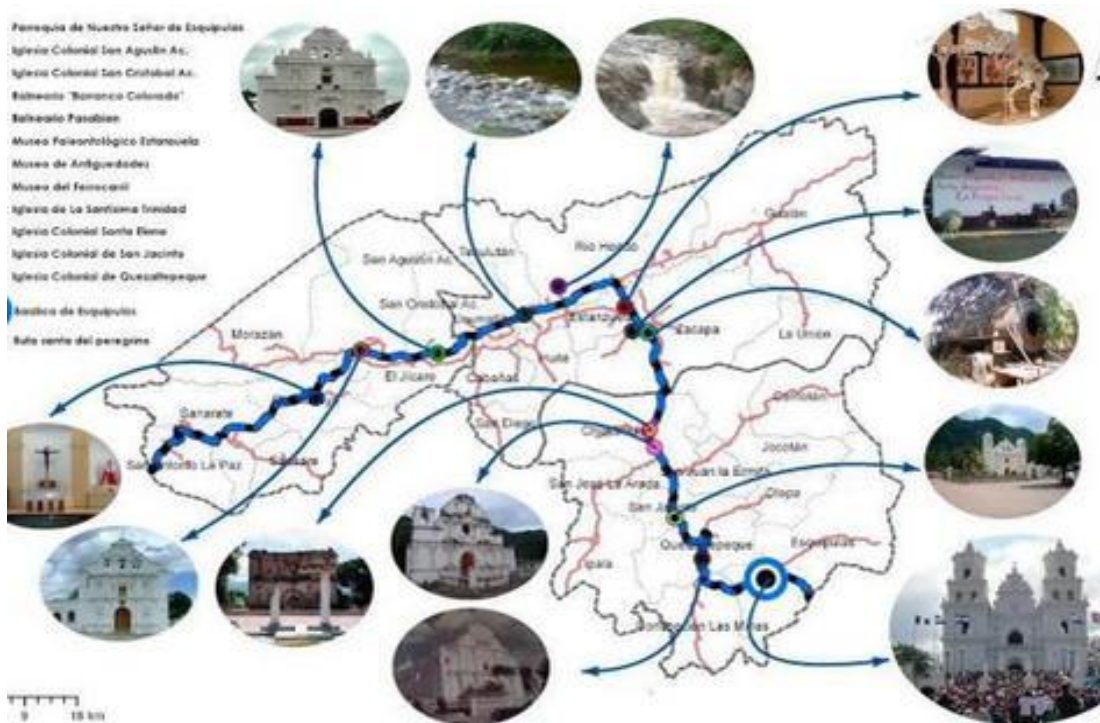


Atractivos

Siete sitios turísticos son los más visitados en el país tanto por nacionales como por extranjeros.

Antigua Guatemala	Esquipulas	Retalhuleu	Petén			
 <ul style="list-style-type: none"> • Plaza central • Calle del arco • Alfombras y procesiones durante Semana Santa • Ruinas del Convento de San Jerónimo 	 <ul style="list-style-type: none"> • Basílica del Cristo Negro de Esquipulas • Parque ecológico Chatún • Iglesia de Santiago de los Caballeros • Parque ecológico Cueva de las Minas 	 <ul style="list-style-type: none"> • Parque acuático Xocornil • Parque de diversiones Xetulul • Parque arqueológico Takaik Abaj 	 <ul style="list-style-type: none"> • Parques arqueológicos de Yaxhá • Parque arqueológico Nacional Tikal • Parque Natural Ixpanajul • Isla de Flores 			
 <ul style="list-style-type: none"> • Ruinas del convento e iglesia de La Recolectión • Ruinas de Santa Clara • Museo de Capuchinas 	<th>Quetzaltenango</th> <td>  <ul style="list-style-type: none"> • Laguna de Chicabal • Iglesia La Ermita • Centro histórico • Procesiones de Semana Santa • Fuentes Georginas • Eco sauna Las cumbres • Volcán Santa María </td> <td> <th>Sololá</th> <td>  <ul style="list-style-type: none"> • Lago de Atitlán • Volcán de Atitlán • Volcán Tolimán • Panajachel </td> </td>	Quetzaltenango	 <ul style="list-style-type: none"> • Laguna de Chicabal • Iglesia La Ermita • Centro histórico • Procesiones de Semana Santa • Fuentes Georginas • Eco sauna Las cumbres • Volcán Santa María 	<th>Sololá</th> <td>  <ul style="list-style-type: none"> • Lago de Atitlán • Volcán de Atitlán • Volcán Tolimán • Panajachel </td>	Sololá	 <ul style="list-style-type: none"> • Lago de Atitlán • Volcán de Atitlán • Volcán Tolimán • Panajachel
			<th>Izabal</th> <td>  <ul style="list-style-type: none"> • Río Dulce • Playa Punta de Palma • Castillo de San Felipe de Lara • Sitio arqueológico Quirguá </td>	Izabal	 <ul style="list-style-type: none"> • Río Dulce • Playa Punta de Palma • Castillo de San Felipe de Lara • Sitio arqueológico Quirguá 	

Fuente: Inguat



Mapa que detalla recorridos de la la Ruta del Peregrino en Guatemala. (Foto Prensa Libre: Mapa Inguat) publicado el 6 de junio 2014.

OBJETIVOS

2.1. OBJETIVOS GENERALES

EL MANEJO INTERNO

Tener una comunicación con logros, con avances de actividades y proyectos para el personal, así como la información específica de relevancia de cualquier persona de la institución que requiere una estadística para la toma de decisiones y manejo de crisis pero no para la divulgación.

2.2. MANEJO EXTERNO

Informar oficialmente al sector público, privado, inversionistas, universidades, estudiantes, líderes de opinión y público en general.

2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Mantener y propiciar el trabajo interinstitucional con actores clave como gobierno y sector privado.
- b. Proteger el prestigio marca INGUAT y la secretaria de Turismo y todo lo que ellas representa. Incluye posicionar de forma positiva y asertiva a sus autoridades.
- c. Estar preparados estratégicamente con tácticas de ejecución difundiendo eficazmente y con enfoques positivos, para la imagen de Guatemala.
- d. Manteniendo un flujo de comunicación efectivo con los medios de comunicación Nacional e Internacional con un público previamente definidos.
- e. Colocar en la agenda de los medios temas de interés institucional y de país.
- f. Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- g. Proveer herramienta de información útil para la toma e decisiones.

- h. Sensibilizar a los guatemaltecos sobre la importancia del turismo como imagen de país y el aporte económico que genera.
- i. Propiciar mensajes en los que se vincule el tema turismo con la construcción de ciudadanía.

2.4. PÚBLICO OBJETIVO

Está dirigido a funcionarios públicos que laboran en el INGUAT, siendo el enlace directo con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, de donde direccionan instrucciones específicas del sector Gobierno, que cubren todas ellas concernientes en temas de comunicación de prensa. Entre las edades de 20 a 65 años aproximadamente.

2.5. MENSAJE

“LECCIONES DE VIDA”

2.6. ESTRATEGIA

Trasladar por medio de portales de internet, cubriendo además comunicados de prensa de medios masivos para difundir las actividades de interés, generando una comunicación positiva de impacto al sector turístico.

2.7. PLANES DE COMUNICACIÓN

1. Gestionar la realización de una campaña de publicidad para posicionar las siglas PROATUR a nivel nacional e internacional, en los mercados prioritarios de acuerdo al análisis previo del departamento respectivo en INGUAT.
2. Participación del personal de PROATUR y DISETUR-PNC en programas de capacitación realizados por las agencias de cooperación internacional, en temas de seguridad, asistencia y actividad turística, para profesionalizar el recurso humano.
3. Fortalecer los planes operativos a nivel nacional en Semana Santa, Fiestas Agostinas y fiestas de fin de año, mediante el aporte de mayor recurso humano y logístico.
4. Participar en festivales, ferias y diversas actividades en los destinos turísticos apoyando en seguridad, asistencia y actividad turística

ATITLAN

INFORME DE COBERTRUA PERIODÍSTICA SOBRE TALLER DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN ATITLÁN, SOLOLÁ



LICDA. MARU ACEVEDO, SUB-DIRECTORA INGUAT



Conferencia en Atitlán 29 y 30 de mayo, 2014, Comunicación Social, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. Fotografías por Adrián Ramos

INFORME COBERTURA PERIODÍSTICA BUENAS PRÁCTICAS EN ATITLÁN

No	MEDIO	DESCRIPCIÓN	FECHA	LINK
1	Prensa Libre	Atitlán busca disminuir la contaminación y continuar como destino preferido.	29/05/2014	http://www.prensalibre.com.gt/economia/turismo-contaminacion-residuos-destinos-Atitlan_0_1147085438.html
2	De guate	Atitlán aspira a convertirse en un destino sustentable	29/05/2014	http://www.deguate.com/artman/publish/actualidad-ecologica/atitlan-aspira-a-convertirse-en-un-destino-sustentable.shtml#.U437T3KSzc0
3	Siglo XXI	Buscan que Atitlán sea destino sustentable.	30/05/2014	http://oceanoazul.com.gt/cliente/index.php?id=391536
4	Emisoras Unidas	AUTORIDADES DEL INGUAT y empresarios de ambiente buscan crear conciencia en los ciudadanos para el sector turismo con el objetivo de cuidar el lago de Atitlán, según Pedro Duchez, Director del INGUAT, periodista indica que en dicho proyecto participan escuelas.	31/05/2014	http://oceanoazul.com.gt/cliente/index.php?id=392267
5	Telediario	INAUGURAN TALLER DE PRÁCTICAS AMBIENTALES para rescatar el Lago de Atitlán y convertirlo en un destino	02/06/2014	http://oceanoazul.com.gt/cliente/index.php?id=392726

MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

		turístico. Periodista resalta el aporte del INGUAT.		
6	Diario de Centroamérica	Buscan convertir Atitlán en un destino sustentable	02/06/2014	http://oceanoozul.com.gt/cliente/index.php?id=392682

7	Nuestro Diario	Cuidan ambiente. Hoteleros promueven destinos sostenibles.	02/06/2014	http://oceanoozul.com.gt/cliente/index.php?id=392609
8	Agencia Guatemalteca de Noticias, AGN	Impulsan turismo de calidad y reciclaje en el Lago de Atitlán en Guatemala	02/06/2014	http://www.agn.com.gt/index.php/world/politics/item/16512-impulsan-turismo-de-calidad-y-reciclaje-en-el-lago-de-atitlan-en-guatemala
9	Periódico Digital Centroamericano y del Caribe	Atitlán aspira a convertirse en un destino sustentable	02/06/2014	http://www.newsinamerica.com/search.php
10	De guate	Buscan convertir Atitlán en un destino sustentable	02/06/2014	http://www.dequate.com/artman/publish/actualidad-ecologica/buscan-convertira-atitlan-en-un-destino-sustentable.shtml#.U436m3KSzc1
11	Reportaje De	Atitlán aspira a convertirse en un destino sustentable	02/06/2014	http://reportajede.com/2014/06/atitlan-aspira-a-convertirse-en-destino-sustentable/
12	Prensa Libre	Hoteleros participan en taller	03/06/2014	http://oceanoozul.com.gt/cliente/index.php?id=393211
13	Diario de Centroamérica	Impulsan acciones a favor del lago.	04/06/2014	http://oceanoozul.com.gt/cliente/index.php?id=394170

CLIPPING VOLCÁN PACAYA

Publicación de la Unidad de Comunicación Social, Instituto Guatemalteco de Turismo,
-INGUAT- Junio, 2014.



MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

NO.	MEDIO	NOTA
1	Prensa Libre, página web	Volcán de Pacaya es escogido destino excursionista
2	Prensa Libre, impreso	Volcán de Pacaya destino NatGeo
3	Siglo 21, página web	Volcán Pacaya, entre los 20 senderos más importantes del mundo
4	siglo 21, impreso	NatGeo incluye a Pacaya como destino
5	Soy 502	NatGeo cataloga al Volcán Pacaya como destino turístico emocionante
6	Diario de Centroamérica	El Volcán Pacaya fue catalogado por NationalGeographic
7	Publinews, web	Volcán de Pacaya, uno de los lugares más emocionantes, según NatGeo
8	Emisoras Unidas, web	NatGeo nombra a volcán Pacaya entre destinos emocionantes del mundo
9	AGN	El Pacaya es uno de los lugares más emocionantes del mundo, según Nat Geo
10	Telediario	Nat Geo nombra a volcán de Pacaya entre destinos emocionantes del mundo
11	Reportaje De	Volcán de Pacaya, lugar recomendado por NatGeo para excursionismo Guatemala

MAPEO DE COBERTURA MEDIÁTICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

12	Telemundo, San Diego	Nat Geo nombra a volcán guatemalteco entre los destinos más emocionantes del mundo
13	Todanoticia.com	NatGeo nombra a volcán Pacaya entre destinos emocionantes del mundo
14	Caracol Radio, web	NatGeo nombra a volcán guatemalteco entre destinos emocionantes
15	Boliviaentusmanos.com	NatGeo nombra a volcán guatemalteco entre destinos emocionantes del mundo.
16	Informe21.com, Venezuela	NatGeo nombra a volcán guatemalteco entre destinos emocionantes del mundo
17	Hola Ciudad, San Antonio, Estados Unidos.	La revista NationalGeographic eligió al volcán guatemalteco Pacaya en su lista de destinos de los senderos más emocionantes del planeta
18	Revista Summa, Costa Rica	Guatemala: Volcán de Pacaya es escogido destino excursionista
19	Sipse.com, México	Volcán de Guatemala, de los destinos más emocionantes del mundo
20	Vida y Éxito, Nicaragua	¡Excursión emocionante!
21	Qué Pasa Mi Gente Charlotte, Estados Unidos	NatGeo nombra a volcán guatemalteco entre los destinos más emocionantes del mundo
22	Noticiero Guatevisión	Segmento económico: Volcán de Pacaya nombrado por NatGeo, sendero emocionante
23	Noti7	Buenas noticias. Volcán de Pacaya, catalogado sendero emocionante por NatGeo.

Publicación de Prensa Ruta al Peregrino Prensa Libre

2 Diario Centro América

Guatemala, lunes 16 de junio de 2014

Nacionales

CIUDAD CAPITAL

DÍA NOCHE



Ambiente húmedo favorece la presencia de nublados con lluvias y actividad eléctrica.

17° 23°

Diario de Centro América

@diariodeca



Reportajes

El turismo religioso atractivo para los ex

ARELLI ALONZO • arelli.alonzo@diario.gob.gt
FOTOS • Willy Estrada y archivo

En la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022 se establece que el patrimonio cultural y religioso es una de las principales motivaciones de la visita de extranjeros a nuestro país, por lo cual parte de las acciones del Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) consisten en fomentar festivales, actividades culturales, entre otros, que se realicen en los principales destinos.

Maru Acevedo, subdirectora de la entidad mencionada, informó que el turismo espiritual es una corriente que se encuentra en auge en el ámbito mundial, el cual genera oportunidades de desarrollo y empleo para las comunidades que albergan atractivos culturales y religiosos.

"En Guatemala existe gran potencial para este segmento, y estamos generando alianzas y coordinando esfuerzos para posicionarnos internacionalmente como destino de peregrinaciones, lo que contribuirá a fomentar más flujo de visitantes", expresó.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, este nicho de la industria sin chimeneas puede dar un impulso al desarrollo sostenible, al poner en contacto diferentes modos de vida, devociones, cosmovisiones e historia.

Dentro de las estrategias de promoción de las autoridades de turismo se desarrollará material informativo impreso, así como la creación de contenido digital para difundirlo en Internet.

Cuaresma
Hasta abril de 2014 ingresaron al país 182 mil 719 turistas, según datos del Inguat; 82 mil 581 vinie-



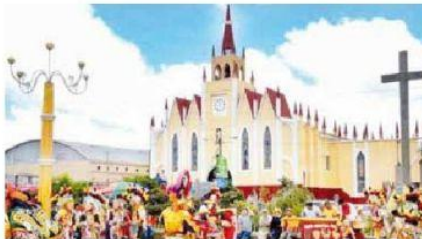
La Basílica de Esquipulas, el gran imán de convocatoria de turistas de la región donde se venera al Cristo Negro.

ron en la época de Semana Santa, 6 mil 476 más que en el 2013, lo que equivale a un crecimiento del 8.5 por ciento.

Los principales emisores de excursionistas al territorio guatemalteco fueron El Salvador, Estados Unidos y México, que en su conjunto sumaron 61 mil 64.

Esquipulas, Chiquimula, es un sitio de recepción y peregrinación de residentes y no residentes. Roel Pérez, gobernador del departamento, manifestó que al año se recibe 1 millón de visitantes, y la atracción principal es la veneración al Cristo Negro.

Asimismo, las iglesias evangélicas más importantes llevan a cabo retiros en distintos momentos del año, actividades que cuentan



En San Pedro Sacatepéquez la feria local atrae visitantes.

con afluencia creciente de seguidores y visitantes. Claudia Samayoa, relacionista de Ministerios Ebenezer, aseguró que dicha entidad cristiana organiza el Retiro

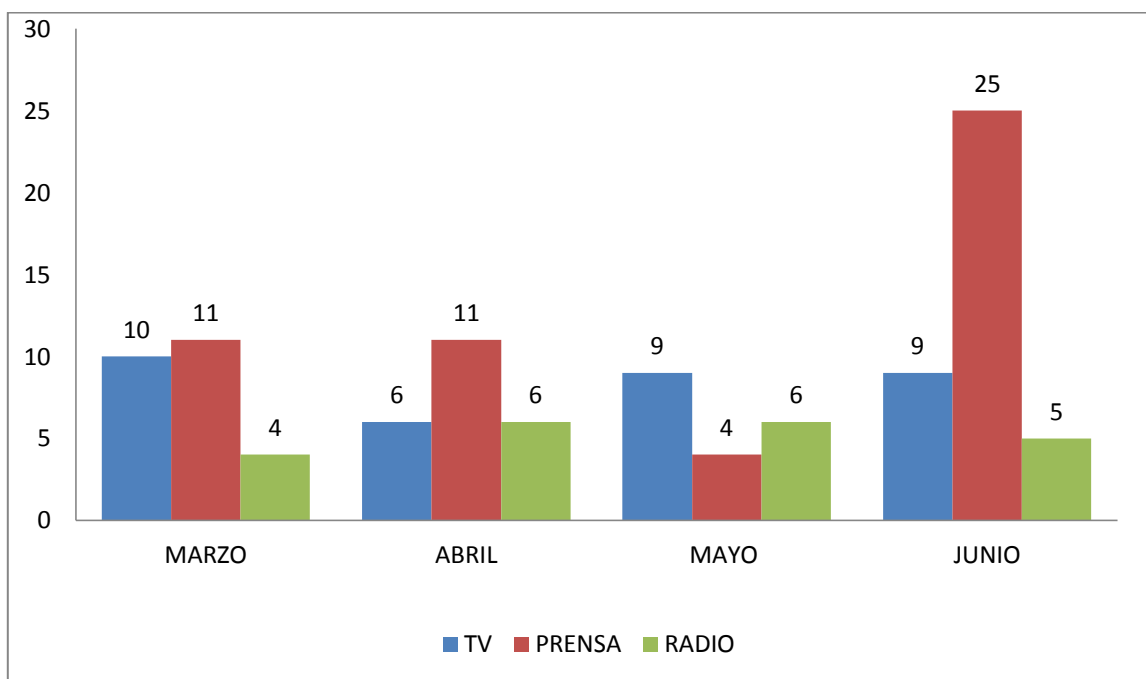
de Verano, evento que convoca a los 900 templos que están distribuidos en Norteamérica, México, Centroamérica, Sudamérica, España y Senegal.

El congreso dura una semana, agregó Samayoa, y se recibe a pastores, apóstoles, profetas y evangelistas, así como a los fieles que provienen de todo el mundo. De los creyentes que vienen, la mayoría hace visitas a lugares turísticos", dijo. La Fraternidad Cristiana tiene dos encuentros de gran convocatoria: el 27, 28 y 29 de junio realizará el Explo Music Fest 2014, con la participación de 12 grupos locales y extranjeros. En septiembre llevará a cabo la reunión Transformadas, con evangelistas de talla internacional.

Por el Hermano Pedro
Para promover este sector y como parte de la celebración del duodécimo aniversario de la cano-

Publicado en el Diario de Centro América lunes 16 de junio de 2014, el Instituto Guatemalteco de Turismo-Inguat-, consiste en fomentar festividades y actividades culturales, para realizar destinos turísticos.

MAPEO DE COBERTURA MEDIÁTICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT



Registrar la participación de los medios televisivos puesto que la personalización es el posicionamiento de resultados que debe ser constante, junto con la divulgación de los indicadores para el avance y desarrollo.

Aclarar que los medios escritos posee más audiencia de alta incidencia, en la multiplicación de la opinión, por lo que debe de mantener, los niveles preexistentes, atendiendo una adecuada gestión de audiencias, cómo es característico.

Por lo que la observación de mejora es sugerir, que se aumente la diversificación de medios puesto que la prensa escrita puede crear distorsión en audiencias al no tener completo acceso, por la misma alta concentración de la información y divulgación del INGUAT, a no informarse de las acciones y resultados institucionales por tratarse de audiencias cuya fuente principal es la radio y la televisión.

REALIZACION DE MI PRÁCTICA DE EPS MAYO 2014

CALENDARIO								
	SEMANA							
	Del 05 al 09/05/ 2014	Del 12 al 16/05 2014	Del 19 al 23/05/2 014	Del 26 al 30/05/ 2014	DEL 2/6/2 014 AL 6/6/2 014 DE JUNI O201 4	DE L 9/6/ 201 4 AL 13/ 6/2 014	DEL 16/6/ 214 AL 20/6/ 2014	DEL 23/6/201 4 AL 27/6/201 4
ACTIVIDADES								
MONITOREO DE MEDIOS ESCRITOS/ORDENAMIENTO DE LOS MISMOS								
LLAMADAS DE LOS DIFERENTES MEDIOS TANTO ESCRITOS,RADIO PARA EVENTOS DE LA INSTITUCIÓN								
DISEÑAR EL MAPEO DE MEDIOS								
REALIZACIÓN DEL MISMO								

CAPITULO III

INFORME DE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO “INGUAT”

-PROGRAMACIÓN DE EVENTOS

-PUBLICACIONES

-CONFERENCIAS

-PUBLICACIÓN Y PRESENTACIÓN DE BODAS

-INFORME PERIODÍSTICO DEL LAGO DE ATITLÀN

-PUBLICACIONES DE PRENSA

-INFORME DEL VOLCÁN PACAYA

-FOTOGRAFÍAS DONDE REALICE MI PRÁCTICA

CAPITULO III

INFORME DE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO “INGUAT”

Durante las prácticas realizadas en el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, se realizaron varios eventos, que dentro de los cuales se obtuvo la cobertura de medios escritos, así como de televisión, cable nacional y también por el canal de –INGUAT- se lanzó la campaña “LECCIONES DE VIDA” enfocados a la sostenibilidad de proponer como modelo de experiencias “transmitiendo el mensaje de que todo el que viene a nuestro país se va mejor, más completo, con una maleta de anécdotas e impresiones de haber compartido con gente extraordinaria”.

Nuestro país es reconocido como destino turístico a nivel mundial, el Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-, ha trabajado en conjunto con el sector público y privado, exponiendo al país como uno de los mejores sitios, ideal para realizar cualquier actividad turística.

Gracias a la implementación de planes estratégicos y de nuevas campañas, los resultados obtenidos han sido motivantes y alientan las perspectivas de desarrollo del sector turístico en Guatemala. El aporte de los medios de comunicación es muy valioso, para lograr los efectos esperados se realizan varias promociones, actualmente se realizaron las siguientes tales como: Maya Traiking, Ruta al Peregrino y Volcán Pacaya que han contado con la cobertura de los diarios tanto Nacionales como Internacionales como:

1. Prensa Libre
2. El Periódico
3. La Hora
4. Nuestro Diario
5. Al Día
6. Diario de Centroamérica
7. El New York Times
8. Washington Post
9. Los Angeles Times (L.A. Times)

10. Houston Chronicle,
11. Revista Smith Sonian
12. National Geographic en Español
13. Nacional Geographic Traveller

En los medios Televisivos nacionales e internacionales como:

1. Telediario
2. Noti 7
3. Telecentro Trece
4. Guate visión
5. Canal Antigua
6. CNN Internacional
7. CNN en español.

Por medio de internet como: en Facebook, Google, Youtube.

Entre las estrategias ejecutadas se participo en eventos culturales, ferias y actividades deportivas.

Esta campaña va dirigida al turista que busca trascender, dejando un legado e impactar la vida de más personas.

Una parte fundamental de esta campaña lo constituye el sitio web www.leccionesdevda.com.gt, donde se albergarán los videos documentales, pero además se convertirá en un espacio donde los turistas que visiten Guatemala, podrán dejar plasmadas las lecciones aprendidas durante la estadía en tierras chapinas.

Como complemento a esta campaña de publicidad la promoción incluirá, ruedas de negocios, activaciones de marca y la participación en por lo menos 22 ferias internacionales en Centro, Norte, Sur América y Europa.

EVENTOS A ASISTIR	DESTINO	FECHA
Medio maratón Internacional de Cobán	Alta Verapaz	mayo
Atilán con Destino Sostenible	Atilán	29 -30 de mayo
Maya Traiking	Petén	5-9 de mayo
Festival folklórico Nacional Rabin Ajaw	Alta Verapaz	junio
Fiestas Agostinas 2014	Nacional	1-9 de agosto
Feria del municipio de Todos Santos Cuchumatán, carrera de caballos, actos religiosos maya y católicos	Huquetenango	1 de noviembre
Festival de barriletes gigantes	Santiago y Sumpango Sacatepéquez	1 de noviembre
Celebración de fin de año Calle del Arco	Antigua Guatemala	31 de Diciembre
Fiestas de Fin de año	Nacional	28-31 de Diciembre

PUBLICACION DE:



PRESENTACIÓN Y CONFERENCIA DE PRENSA DEL EVENTO DE BODAS Y LUNA DE MIEL EN EL LOBBY DEL INGUAT EL 15 DE MAYO DEL 2014



MESA DE COMITÉ DE BODAS



Brenda Zaldaña Depto. De Mercadeo, Claudia Alvarado Jefe de Promociones y Ana Lorena Wong.



Presentación y conferencia de Prensa “BODAS Y LUNAS DE MIEL”



Abel Murga, miembro de la mesa Mexicano

PRESENTACION DE PRENSA EL 15 DE MAYO DEL 2014 DE BODAS Y LUNAS DE MIEL EN EL LOBBY DEL INSTITUTO GUATEMALATECO DE TURISMO INGUAT





PRESENTACION DE PRENSA DE BODAS Y LUNAS DE MIEL EL 15 DE MAYO DEL 2014 EN EL LOBBY DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO INGUAT



PRESENTACION DE PRENSA DE BODAS Y LUNAS DE MIEL EL 15 DE MAYO DEL 2014, EN EL LOBBY DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO INGUAT



INFORME DE COBERTURA PERIODÍSTICA SOBRE TALLER DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



FOTOGRAFÍA DE ADRIÁN RAMOS EL 2 DE MAYO 2014 EN ATITLÁN



Licda. Marù Acevedo Sub-Directora del Inguat,

Fotografías por Adrián Ramos

INFORME COBERTURA PERIODÍSTICA BUENAS PRÁCTICAS EN ATITLÁN

No.	MEDIO	DESCRIPCIÓN	FECHA	LINK
1	Prensa Libre	Atitlán busca disminuir la contaminación y continuar como destino preferido.	29/05/2014	http://www.prensalibre.com.gt/economia/turismo-contaminacion-residuos-destinos-Atitlan_0_1147085438.html
2	De guate	Atitlán aspira a convertirse en un destino sustentable	29/05/2014	http://www.deguate.com/artman/publish/actualidad-ecologica/atitlan-aspira-a-convertirse-en-un-destino-sustentable.shtml#.U437T3KSzc0
3	Siglo XXI	Buscan que Atitlán sea destino sustentable.	30/05/2014	http://oceanoo azul.com.gt/cliente/index.php?id=391536
4	Emisoras Unidas	AUTORIDADES DEL INGUAT y empresarios de ambiente buscan crear conciencia en los ciudadanos para el sector turismo con el objetivo de cuidar el lago de Atitlán, según Pedro Duchez, Director del INGUAT, periodista indica que en dicho proyecto participan escuelas.	31/05/2014	http://oceanoo azul.com.gt/cliente/index.php?id=392267
5	Telediario	INAUGURAN TALLER DE PRÁCTICAS AMBIENTALES para rescatar el Lago de Atitlán y convertirlo en un destino turístico. Periodista resalta el aporte del INGUAT.	02/06/2014	http://oceanoo azul.com.gt/cliente/index.php?id=392726
6	Diario de Centroamérica	Buscan convertir Atitlán en un destino sustentable	02/06/2014	http://oceanoo azul.com.gt/cliente/index.php?id=392682

MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INGUAT

7	Nuestro Diario	Cuidan ambiente. Hoteleros promueven destinos sostenibles.	02/06/2014	http://ocean azul.com.gt/cliente/index.php?id=392609
8	Agencia Guatemalteca de Noticias, AGN	Impulsan turismo de calidad y reciclaje en el Lago de Atitlán en Guatemala	02/06/2014	http://www.agn.com.gt/index.php/world/politics/item/16512-impulsan-turismo-de-calidad-y-reciclaje-en-el-lago-de-atitlan-en-guatemala
9	Periódico Digital Centroamericano y del Caribe	Atitlán aspira a convertirse en un destino sustentable	02/06/2014	http://www.newsinamerica.com/search.php
10	De guate	Buscan convertir Atitlán en un destino sustentable	02/06/2014	http://www.deguate.com/artman/publish/actualidad-ecologica/buscan-convertira-atitlan-en-un-destino-sustentable.shtml#.U436m3KSzc1
11	Reportaje De	Atitlán aspira a convertirse en un destino sustentable	02/06/2014	http://reportajede.com/2014/06/atitlan-aspira-a-convertirse-en-destino-sustentable/
12	Prensa Libre	Hoteleros participan en taller	03/06/2014	http://ocean azul.com.gt/cliente/index.php?id=393211
13	Diario de Centroamérica	Impulsan acciones a favor del lago.	04/06/2014	http://ocean azul.com.gt/cliente/index.php?id=394170

PUBLICACIONES DE PRENSA SOBRE EL VALOR SOSTENIBLE DEL LAGO DE ATITLÁN DE FECHA 4 DE JUNIO 2014

Guatemala, **miércoles 4 de junio** de 2014

Diario-Centro América **7**

Departamentales

Diario de Centro América
@diariodeca



Las entidades vinculadas con el Pacto Hambre Cero informaron en qué proyectos intervienen.

Dan a conocer acciones contra la desnutrición.

Exponen la Ventana de los Mil Días

JOSÉ PELICÓ • jose.pelico@dca.gob.gt
FOTO • Walter Albalá

Las intervenciones de la **Ventana de Oportunidades de los Mil Días** fueron expuestas en Río Blanco, San Marcos, con el objetivo de socializar las acciones contra la desnutrición, establecidas en el **Pacto Hambre Cero**, informaron los encargados de la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional (Sesan).

Los delegados de la Sesan explicaron a los visitantes la importancia del cuidado de las mujeres en período de gestación, la lactancia materna, higiene y uso de agua segura, alimentación complementaria y estimulación temprana de los infantes, pasos fun-

“Son necesarios los esfuerzos conjuntos contra la desnutrición”.

Luis Rivera
Gobernador

damentales para el desarrollo integral de las personas.

La exposición fue inaugurada por el gobernador de San Marcos y presidente de la Comisión Departamental de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Luis Rivera, quien dijo: “Es necesario que los padres de familia conozcan en qué consisten las acciones, para que contribuyan a luchar contra la desnutrición”.

El alcalde de Río Blanco, Eugenio Leopoldo López, expresó

que su administración está comprometida en apoyar las iniciativas que coadyuvan a disminuir los índices de enfermedades, causadas por la falta de alimento.

Por su parte, María López, estudiante del Instituto Nacional de Educación Diversificada, dijo: “Estas actividades nos ayudan a entender los flagelos provocados por el hambre, hacer conciencia sobre el problema y buscar la manera de cómo aportar para su combate”.

En la Expo Ventana de los Mil Días participaron las instituciones vinculadas con el **Pacto Hambre Cero** con su respectivo stand, donde brindaron información de los diferentes programas y proyectos, con los cuales intervienen en las comunidades.

Impulsan acciones a favor del lago

TEXTO Y FOTO • ENRIQUE DE LEÓN

Ante los diferentes problemas de contaminación que enfrenta el lago de Atitlán, se emprenderán acciones para minimizar el impacto negativo de los desechos tóxicos a ese recurso y convertirlo en un destino autosostenible, según información del Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat).

Por ello, autoridades y empresarios debatieron en Panajachel, Sololá, la posibilidad de fortalecer los encadenamientos para el reciclaje y tratamiento de los residuos sólidos en la cuenca del lago.

“Es importante el compromiso conjunto de los sectores público y privado para que haya sostenibilidad en la región”, dijo Maru Acevedo, subdirectora del Inguat.

Las partes acordaron establecer enlaces con entidades financieras para obtener recursos que sean destinados para la construcción de sistemas de tratamiento de aguas.

En la iniciativa también están involucrados la compañía CBC y la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago de Atitlán y su Entorno, expresó Iván Azurdia, director de la última entidad.



Autoridades municipales y hoteleros buscarán financiamiento para la construcción de sistemas de tratamiento de aguas.



Asume gobernadora

Aixa Marisol Aguirre Rivera tomó posesión como titular de la Gobernación Departamental de Petén. Fue juramentada por el presidente Otto Pérez Molina el 29 de mayo. El diputado Simón Vinicio Penados le colocó el pin, que la distingue en el cargo. • Texto y Foto: Erwin Sánchez

Miercoles 4 de junio del 2014, impusan al lago de Atitlán para sostenibilidad ambiental e insentivar a la población para el cuidado de sus aguas.

Publicaciones de Prensa sobre el destino sostenible del Lago de Atitlán



El jueves 22 de mayo del 2014, El Instituto Guatemalteco de Turismo -Inguat- busca que Guatemala sea certificada como un destino de turismo sostenible, informó el Director de la entidad, Pedro Pablo Duchez.

Publicación en Periódico Digital



The screenshot shows a news article from the website 'newsinamerica.com' under the 'PERIODICO DIGITAL Centroamericano y del Caribe' banner. The article is titled 'Asociación de Estados del Caribe se reúne en Guatemala' and is categorized under 'Generales'. It features a photograph of a group of people in a meeting room. The text describes the 20th meeting of the Special Committee for Sustainable Tourism, held in Antigua, Guatemala, on May 22-23, 2014. The article discusses the AEC's efforts to integrate sustainable tourism practices, the establishment of the ZTSZ (Zona de Turismo Sostenible del Gran Caribe), and the implementation of a accreditation system for sustainable tourism. It also mentions the presentation and discussion of a program for promoting security and protection in the tourism industry, and the realization of a workshop for presenting best practices and lessons learned in sustainable destination management.

Asociación de Estados del Caribe se reúne en Guatemala

La Ciudad Colonial de Antigua Guatemala, fue la sede de la vigésimo quinta reunión del Comité Especial de Turismo Sostenible, que se desarrolló los días 22 y 23 de mayo del presente año, en la cual representantes de los países miembros de la Asociación de Estados del Caribe -AEC- buscaron integrar los esfuerzos en el ámbito regional, encaminados a compartir conocimientos sobre las mejores prácticas del turismo sostenible en la región.

Durante la reunión a la que asistieron Ministros y Viceministros de Turismo, además de funcionarios de AEC, se trataron importantes temas como el establecimiento de la Zona de Turismo Sostenible del Gran Caribe (ZTSZ), primera de su género en el mundo. Dentro de este mismo tema se presentó el proyecto competitividad de los destinos turísticos del Gran Caribe a través de la implementación de un sistema de acreditación de la sostenibilidad Turística.

Los participantes discutieron también sobre el programa para la promoción del turismo multi destino con el objetivo de convertir a la zona en un bloque turístico sostenible capaz de atraer mayor número de turistas a varios países en un mismo viaje.

Este evento organizado en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala y auspiciado por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, es una importante plataforma para colocar a Guatemala como un referente internacional en las buenas prácticas de turismo sostenible y dar cumplimiento a lo que establece la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022 en la que se destaca que el turismo sostenible representa una opción real de desarrollo económico y social, demostrando su capacidad de contribuir de forma eficaz a la generación de empleo digno y ocupaciones productivas, a la protección del medio ambiente y el patrimonio cultural, así como al fortalecimiento de la identidad nacional, informó Pedro Pablo Duchez, Director de INGUAT.

Otros temas tratados durante el evento fueron la presentación y discusión sobre el programa para la promoción de la seguridad y la protección en la industria del turismo y la cooperación con las agencias internacionales y regionales en el área del turismo sostenible.

De acuerdo a la AEC, el turismo constituye la principal actividad económica y representa un factor importante en cuanto a los ingresos de divisas y el desarrollo social en los países que la conforman, de allí la importancia de las prácticas sostenibles como base para la protección de la cultura y el medioambiente.

Esta reunión incluyó la realización de un taller de trabajo para la presentación de las mejores prácticas y lecciones aprendidas en relación al manejo de destinos sostenibles para los países que conforman la AEC.

Fuente: Periódico Digital Centroamericano y del Caribe

Publicado por el periódico Digital El 22 de mayo del año 2014 se reunieron en la Antigua Guatemala, en la que buscan fomentar en mejores Prácticas del Turismo Sostenible e implementar un sistema de acreditación, atrayendo mayor número de turistas a varios países en un mismo viaje con la competitividad de los destinos del Gran Caribe.

Publicación de Prensa sobre ruta al Peregrino Emisoras Unidas

EL VIERNES 6 de junio del año 2014

Emisoras Unidas

Envíe sus mensajes a cabina desde su teléfono celular al 8970

Ahora Mundial Brasil Brasil 2014 Estados Unidos Presidente Fútbol

Inicio Nacionales Internacionales Deportes A Primera Hora El Chapt

Programación

Inicio > Nacionales

Lanzarán ruta turística en memoria del Santo Hermano Pedro

Viernes, 6 Junio, 2014 - 15:40

Twitter (9)

El Gobierno guatemalteco anunció hoy que lanzará una ruta turística conmemorativa de la canonización del Santo Hermano Pedro de San José de Betancur, celebrada el 30 de julio de 2002 en Guatemala por el papa Juan Pablo II.

Se trata de la "Ruta del Peregrino", ideada por el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) y la Orden Franciscana, que recorrerá 13 lugares emblemáticos que formaron parte de la vida del santo en la ciudad colonial de Antigua Guatemala, a unos 40 kilómetros al oeste de la capital guatemalteca.

Considerado el evangelizador de Guatemala, Santo Hermano Pedro de San José Betancur nació en Tenerife en 1626 y murió en Guatemala en 1667.

Se le menciona como una figura clave tanto en la historia de las Canarias como en la de Guatemala, y se le atribuye una gran labor social por su dedicación a los más desamparados y necesitados.

La subdirectora del Inguat, Maru Acevedo, comentó este viernes durante el anuncio de lanzamiento de la ruta que el turismo espiritual es una corriente creciente a nivel mundial, que genera oportunidades de desarrollo y empleo para las comunidades que albergan esos atractivos culturales.

"En Guatemala existe un gran potencial para este segmento y estamos generando alianzas y coordinando esfuerzos para posicionarnos a nivel internacional como destinos de peregrinaciones, lo que contribuirá a generar más flujo de visitantes", subrayó.

La "Ruta del Peregrino" incluye visitas a los telares de Pedro Armengol, al monumento al Hermano Pedro y el Arco del Matasanos, Hospital Real de Santiago, Templo de la Nuestra Señora de la Merced y al monumento y convento de la Compañía de Jesús.

Además a la Catedral Calle de los Pasos, Escuela de Cristo, Parroquia Nuestra Señora de los Remedios Ermita del Santo Calvario, Antiguo hospital y Templo de Nuestra Señora de Belén, Templo de San Francisco y Santuario del Santo Hermano Pedro Obras Sociales del Hermano Pedro, de acuerdo a la información oficial.

Manuel López, miembro de un comité de feligreses creado para la conmemoración del duodécimo aniversario de la canonización, afirmó que el turista le encuentra un sentido místico a la ciudad de Antigua cuando conoce la historia que hay detrás de los muros y que involucra a Santo Hermano Pedro de San José de Betancur.

"Recorrer los lugares en los que anduvo el Santo Hermano Pedro y conocer su legado como las obras sociales, es parte del aprendizaje de la peregrinación. La Ruta del Peregrino permite que uno experimente una forma diferente de conocer la Antigua Guatemala", declaró este viernes López a los periodistas.

La canonización del Santo Hermano Pedro de San José de Betancur se realizó el 30 de julio de 2002, durante la tercera visita del hoy Santo Juan Pablo II a Guatemala. EFE

Temas: Antigua Guatemala Guatemala Inguat Ruta turística Santo Hermano Pedro Turismo

Twitter (9)

Se trata de la "Ruta del Peregrino", ideada por el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) y la Orden Franciscana, que recorrerá 13 lugares emblemáticos que formaron parte de la vida del santo en la ciudad colonial de Antigua Guatemala, a unos 40 kilómetros al oeste de la capital guatemalteca.

PUBLICACIÓN DE PRENSA LIBRE RUTA AL PEREGRINO DE FECHA VIERNES 6 DE JUNIO DEL AÑO 2014



07/06/14 - 03:00 ECONOMÍA

Inguat relanza la Ruta del Peregrino

Como parte del apoyo a las actividades de conmemoración del 12 aniversario de la canonización del Santo Hermano Pedro de San José Betancurt, el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) relanzó ayer la Ruta del Peregrino.

Twitter 0 | +1 0



La Ruta es un recorrido por 13 lugares emblemáticos que fueron parte de la vida del santo, y está dirigida tanto a visitantes nacionales como extranjeros.

Manuel López, del comité organizador de las actividades previas al aniversario, expresó que cuando el turista conoce la historia detrás de un muro, ya no ve a la Antigua Guatemala como antes, sino que encuentra el sentido místico de esta.

Recorrer los lugares por los que caminó el Santo Hermano Pedro y conocer su legado, como las obras sociales, es parte del aprendizaje de la peregrinación.

Maru Acevedo, subdirectora del Inguat, señaló que el turismo espiritual es una corriente creciente a escala mundial, que genera desarrollo y empleo.

El Hermano Pedro fue canonizado el 30 de julio del 2002 por el papa Juan Pablo II, durante su tercera visita al país.

Herramientas

Imprimir | A achicar
Enviar | A agrandar
Comentar | Compartir

Tags

Inguat, Ruta del Peregrino, Instituto Guatemalteco de Turismo, Hermano Pedro San José de Betancurt



En la que los turistas puedan conocer, el misticismo, historia y espiritualidad que engalana una historia en sus obras sociales como lo fue el Hermano Pedro, informo Maru Acevedo Sub-Directora del Instituto Guatemalteco de Turismo-Inguat-.

**VOLCÁN PACAYA DESTINO PARA EXCURSIONISTAS
FUE PUBLICADO EN LA PRENSA LIBRE EL 19 DE JUNIO DEL 2014**



TURISTAS EXTRAJEROS ESCALANDO EL VOLCÁN PACAYA



FOTOGRAFIA DEL VOLCÁN PACAYA

INFORME DEL VOLCAN DE PACAYA

EL 19 DE JUNIO DEL AÑO 2014

NO.	MEDIO	NOTA
1	Prensa Libre, página web	Volcán de Pacaya es escogido destino excursionista
2	Prensa Libre, impreso	Volcán de Pacaya destino NatGeo
3	Siglo 21, página web	Volcán Pacaya, entre los 20 senderos más importantes del mundo
4	siglo 21, impreso	NatGeo incluye a Pacaya como destino
5	Soy 502	NatGeo cataloga al Volcán Pacaya como destino turístico emocionante
6	Diario de Centroamérica	El Volcán Pacaya fue catalogado por National Geographic
7	Publinews, web	Volcán de Pacaya, uno de los lugares más emocionantes, según NatGeo
8	Emisoras Unidas, web	NatGeo nombra a volcán Pacaya entre destinos emocionantes del mundo
9	AGN	El Pacaya es uno de los lugares más emocionantes del mundo, según Nat Geo
10	Telediario	Nat Geo nombra a volcán de Pacaya entre destinos emocionantes del mundo
11	Reportaje De	Volcán de Pacaya, lugar recomendado por NatGeo para excursionismo Guatemala

PUBLICACIÓN DE SIGLO 21

Del volcán Pacaya

PRENSA LIBRE EL 19 DE JUNIO AÑO 2014

Nat Geo incluye al Pacaya como destino



Sendero en el Volcán de Pacaya. F. NAT GEO

Caminatas

Por Geovanna Cardona Para Siglo.21

Algunas rutas se prestan para realizar paseos tranquilos en los que se busca disfrutar de la paz y el aire puro de los bosques. Sin embargo, National Geographic seleccionó las 20 Mejores caminatas del mundo localizadas en las alturas peligrosas, volcanes en erupción, entre otros. El volcán de Pacaya, ubicada en esta lista. Es un colo-

so en constante cambio que ha estado activo durante 23 mil años aproximadamente. Su más reciente erupción ocurrió en 2010, cuando cubrió la ciudad capital con cenizas, incluso a principios de 2014 lanzó columnas de gases, lava.

Según el portal de Nat Geo "el recorrido no es tan peligroso como parece, aunque sí se deben tomar medidas de precaución, ya que la seguridad no está garantizada". Asimismo indica que varios operadores turísticos han realizado excursiones por la caldera, y a algunos tur-

Link <http://bit.ly/VolcanPacaya>

Otros sitios/ Lista

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. Besseggen Ridge, Noruega | 11. Granite Peak, EE. UU. |
| 2. El Caminito del Rey, España | 12. Búri Cave, Islandia |
| 3. Via Ferrata, Italia | 13. Crypt Lake Trail, Canadá |
| 4. Devil's Path, EE. UU. | 14. Huayna Picchu, Perú |
| 5. Volcán Estrómboli, Italia | 15. Monte Huashan, China |
| 6. Anaoch Eagach Ridge, Reino Unido | 16. Lion's Head, Sudáfrica |
| 7. Huntington Ravine, EE. UU. | 17. Kokum Canopy Walk, Gambia |
| 8. Sendero de Kokoda, Nueva Guinea | 18. Low's Peak Via Ferrata, Malasia |
| 9. Dry Fork Coyote Gulch, EE. UU. | 19. Chador Trek, India |
| 10. Black Hole of White Canyon, EE. UU. | 20. Volcán de Pacaya, Guatemala |

Bad Neighbors se estrena hoy en los cines

BUENOS VECINOS

Mac Radner (Seth Rogen) y su esposa Kelly (Rose Byrne) acaban de tener una niña y se compraron una casa preciosa. Están convencidos de estar instalados en su papel de adultos, pero enfrentarán un reto inesperado: sus vecinos son miembros de la fraternidad universitaria Delta Psi Beta. A la cabeza de este grupo se encuentra el carismático presidente Teddy Sanders (Zac Efron). Los Ran-



der Intentan encajar, pero los desenfrenos de los jóvenes los hacen tener que enfrentarse. La pareja busca la manera de que expulsen a

los universitarios, y estos se empeñan en hacer perder la poca cordura que les queda a los nuevos padres. Véala en los cines.

CARTELERA DE CINE

TODO PÚBLICO

- CÓMO ENTRENAR A TU DRAGÓN 2
D CONCEPCIÓN IMAX 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q55
D CONCEPCIÓN 3D, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q45
D CONCEPCIÓN 3, 15:30, 17:30, 19:30, 21:30, Q30
D PRADERA 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q40
D PRADERA 3, 15:30, 17:30, 19:30, 21:30, Q30
D GRAN VÍA 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q40
D GRAN VÍA 3, 15:30, 17:30, 19:30, 21:30, Q30
D ESCUINITA 1 3D, 15:30, 17:30, 19:30, Q40
D CHIMALTENANGO 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, Q40
D AMÉRICAS 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, Q40
D AMÉRICAS 3, 15:30, 17:30, 19:30, Q30
D XELA 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q40
D XELA 3, 15:30, 17:30, 19:30, 21:30, Q30
D CHIQUIMULA 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q40
D PUERTO BARRIOS 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q40
D PETÉN 1 3D, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q40
D MIRAFLORES 1, 15:30, 18:00, Q41
D MIRAFLORES 1, 20:30, Q41
D MIRAFLORES 2 3D IMAX, 16:00, 18:30, Q61
D MIRAFLORES 2, 20:30, Q41
D MIRAFLORES 4, 14:30, 17:00, 19:30, 22:00, Q61
D MIRAFLORES 5, 14:00, 16:30, 19:00, 21:30, Q41
D MIRAFLORES 11, 15:00, 17:30, 20:00, Q41
D OAKLAND 1 3D, 16:00, 18:30, Q61
D OAKLAND 3D, 21:00, Q61
D OAKLAND 2 3D, 15:00, 17:30, 20:00, Q61
D OAKLAND 2, 3D, 22:30, Q61
D OAKLAND 8, 14:30, 17:00, 19:30, 21:30, Q41
D OAKLAND 11, 15:30, 20:30, Q41
D OAKLAND 11, 18:00, Q41
D OAKLAND VIP 2 3D, 15:15, 20:15, Q97
D OAKLAND VIP 3 2D, 17:45, Q97
D OAKLAND VIP 3, 14:30, 17:00, 19:30, Q79
D OAKLAND 3, 14:00, 16:30, 19:00, Q41
D CAYALÁ 1, 14:55, 17:30, 22:30, Q41
D CAYALÁ 2, 20:00, Q41
D CAYALÁ 2 3D, 16:00, 19:00, Q61
D CAYALÁ 2, 14:00, 21:30, Q41
D CAYALÁ 5 3D, 15:30, 18:00, 20:30, Q61
D CAYALÁ 5 3D, 20:30, Q61
D PORTALES 1, 15:00, 17:30, Q37
D PORTALES 2, 13:35, 16:05, 18:35, 21:05, Q37
D PORTALES 8 3D, 15:30, 18:30, 20:30, Q56
D PORTALES 9 3D, 14:05, 16:35, 19:05, Q56
D PORTALES 9 3D, 21:35, Q56
D PORTALES 3 3D, 13:00, 15:20, 17:40, 20:05, Q55
D CINEMARK 4 3D, 14:15, 16:45, 19:00, 21:25, Q58
D CINEMARK 4 3D, 14:15, 16:45, 18:15, 20:10, Q45
D CINEMARK 3, 15:15, 17:15, 19:15, Q30
D AMATITLÁN 1 3D, 14:00, 16:00, 18:00, 20:00, Q35
D CAPITOL 2 3D, 14:00, 16:00, 18:00, 20:00, Q35
D CAPITOL 3, 14:30, 16:30, 18:30, 20:30, Q25
D CAPITOL 4, 15:00, 17:00, 19:00, Q25
D PROCERES 1, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q25
D PROCERES 4, 16:00, 18:00, 20:00, Q25

MALÉFICA

- D CONCEPCIÓN 6, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q30
D GRAN VÍA 4, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q30
D COSBÁN 1, 15:10, 17:10, 19:10, Q25
D MIRAFLORES 3, 16:15, 20:55, Q41
D MIRAFLORES 3 3D, 18:35, Q61
D MIRAFLORES 6, 15:35, 17:55, 20:15, Q41
D MIRAFLORES 14, 14:50, 21:50, Q41
D MIRAFLORES 14, 17:10, 19:25, Q41
D OAKLAND 4, 17:10, 22:10, Q41
D OAKLAND 4, 16:40, 19:40, Q41
D OAKLAND 10, 18:25, Q41
D OAKLAND 10 3D, 20:45, Q61
D OAKLAND 10, 15:45, Q41
D OAKLAND VIP 1, 18:20, Q37
D CAYALÁ 7, 13:30, 16:00, 18:30, 21:00, Q41
D PORTALES 5, 15:40, 18:10, 20:35, Q37
D PORTALES 7, 14:55, 17:15, 19:40, Q37
D PORTALES 10, 14:10, 16:30, 18:55, 21:25, Q37
D CINEMARK 1, 12:10, 14:30, 16:50, 19:10, Q35
D CINEMARK 2, 14:00, 16:00, Q30
D AMATITLÁN 2, 14:15, 16:15, 18:15, 20:10, Q25
D CAPITOL 1 3D, 14:00, 16:00, 18:00, 20:00, Q35
D CAPITOL 3, 15:00, 17:00, 19:00, Q25
D PROCERES 2, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q25
D PROCERES 3, 16:00, 18:00, 20:00, Q25

PEQUEÑOS GIGANTES

- D CINEMARK 2 3D, 13:40, 17:20, Q55

TIERRA DE MARÍA

- D MIRAFLORES 10, 17:05, Q41
D OAKLAND 3, 19:20, Q41
D PORTALES 6, 16:35, Q37
D CINEMARK 2, 14:40, Q35

EL SORPRENDENTE HOMBRE ARAÑA 2

- D CINEFICK 5, 14:00, 16:30, 19:20, Q30
D CAPITOL 7, 14:00, 16:30, 19:00, Q20

15 AÑOS

BUENOS VECINOS

- D CONCEPCIÓN 2, 15:10, 17:10, 19:10, 21:10, Q30
D PRADERA 2, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q30
D GRAN VÍA 2, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q30
D ESCUINITA 2, 16:00, 18:00, 20:00, Q30
D CHIMALTENANGO 2, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q30
D AMÉRICAS 2, 16:00, 18:00, 20:00, Q30
D XELA 3, 15:30, 17:30, 19:30, 21:30, Q30
D CHIQUIMULA 2, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q30
D PUERTO BARRIOS 2, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q30
D PETÉN 2, 15:15, 17:15, 19:15, 21:15, Q30
D MIRAFLORES 7, 17:40, 22:25, Q41
D MIRAFLORES 7, 15:15, 20:05, Q41
D OAKLAND 7, 16:10, Q41
D OAKLAND 7, 18:35, 21:05, Q41
D CAYALÁ 6, 17:25, 22:00, Q41
D CAYALÁ 6, 15:15, 19:45, Q41
D PORTALES 3, 14:45, 17:10, 19:30, Q37
D PORTALES 3, 21:50, Q37
D CINEMARK 6, 14:40, 17:00, 19:20, Q35
D CINEMARK 6, 21:40, Q35
D CINEFICK 2, 18:00, 20:00, Q30

LUNA DE MIEL EN FAMILIA

- D CONCEPCIÓN 5, 15:00, 17:35, 20:00, Q30
D XELA 4, 15:15, 17:45, 20:15, Q30
D MIRAFLORES 9, 14:05, 22:20, Q41
D MIRAFLORES 9, 16:50, 19:40, Q41
D OAKLAND 3, 14:15, 16:45, 19:15, Q41
D OAKLAND 9, 17:25, Q41
D OAKLAND 9, 14:45, 20:05, Q41
D OAKLAND VIP 4, 16:05, 18:50, 21:35, Q79
D CAYALÁ 4, 13:55, Q41
D CAYALÁ 4, 16:30, 19:15, 21:50, Q41
D PORTALES 4, 14:15, 17:00, 19:45, Q37
D CINEMARK 5, 15:30, 18:10, Q35
D PROCERES 5, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00, Q25

BAOBA LA REISMA ESTRELLA

- D CONCEPCIÓN 4, 15:15, 17:45, 20:15, Q30
D PRADERA 4, 15:00, 17:25, 20:00, Q30
D XELA 5, 15:00, 17:30, 20:00, Q30
D MIRAFLORES 8, 16:35, 19:35, Q41
D OAKLAND 6, 16:35, 19:25, 22:15, Q41
D OAKLAND VIP 1, 14:00, 20:50, Q79
D CAYALÁ 3, 14:10, 19:10, Q41
D CAYALÁ 3, 17:00, 22:15, Q41
D PORTALES 6, 13:30, 16:00, 18:30, 21:40, Q37
D CINEMARK 5, 20:50, Q35

PASTÓN INOCENTE

- D MIRAFLORES 12, 14:45, 17:15, 19:45, 22:10, Q41

AL FIL DE LA MARANA

- D CINEMARK 2, 18:40, 21:15, Q35

X-MEN DÍAS DEL FUTURO PASADO

- D MIRAFLORES 10, 14:10, 19:50, Q41
D CINEMARK 1, 21:30, Q35
D CINEFICK 4, 14:30, 17:00, 19:30, Q30

GOTZILLA

- D GRAN VÍA 5, 15:05, 17:35, 20:05, Q30

D = Doblado S = Subtitulado E = Español

En Cineflick los niños pagan Q25 en función normal y Q45 en función 3D. En cines Amatlán los días miércoles, sábado y domingo matinal, paga uno y entra dos. Aplican restricciones en estrenos y películas 3D.

En Miraflores y Oakland, todos los días antes de las 15:00 horas, Q29. Después de las 15:00, adultos Q37. Sala digital, adultos Q39 y niños Q47.

Portales, todos los días antes de las 15:00 horas, público en general Q27. Después de las 15:00, niños y tercera edad Q27, adultos Q34.

Cinemark, todos los días antes de las 15:00 horas, público en general Q28. Todos los días después de las 15:00, niños y tercera edad Q28, adultos Q34. Películas 3D, todos los días adultos Q55, niños y tercera edad Q44.

Indican en Prensa Libre que el Volcán Pacaya, en un destino turístico y emocionante y es uno de los 20 senderos más importantes del mundo.

**FOTOGRAFÍAS DONDE SE REALIZÓ MI PRÁCTICA EN EL INSTITUTO
GUATEMALTECO DE TURISMO- INGUAT- DE FECHA 6 DE JUNIO AÑO 2014**



Rosana Letona Asistente del Depto.de Comunicación del Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat), junto con la Estudiante E pesista Alejandra Palencia, el 6 de junio 2014.



Alejandra Palencia Estudiante E pesista en Comunicación, junto con la Licda. Floralba Pérez Folgar verificando datos del MONITOREO DE MEDIOS, el 6 de junio año 2014.



Estudiante Alejandra Palencia Elaboran junto con la Rosana Letona un MAPEO DE MEDIOS ESCRITOS, en el depto. De Comunicación, Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) el 6 de junio 2014.

CAPITULO IV

-RECOMENDACIONES

-CONCLUSIONES

-BIBLIOGRAFIA

-ANEXOS

Conclusiones

Conocer los proyectos que tengan continuidad en los próximos años, los cuales contribuirán al fortalecimiento del sector turístico y de las acciones emprendidas por la institución, la cual debe caracterizarse no solamente por la promoción del país a través de los distintos segmentos turísticos, sino también por ser un ente facilitador de oportunidades turísticas en las distintas comunidades, como una estrategia descentralizadora del turismo.

Estableciendo nuevos retos y metas para el sector turístico guatemalteco, tanto del sector público como privado, además tienen un fuerte compromiso de trabajo para hacer un generador de divisas del país en los próximos años.

Llegando a la audiencia con temas de interés, del INGUAT, generando una imagen positiva que repercuten la reputación del mismo. Logrando un manejo de medios y mensajes clave para las diferentes entrevistas e informar todo el acontecer actual en la industria Turística así como de informar los temas relevantes que generen mayor impacto en la industria.

Que todos los visitantes, por medio de redes sociales y televisión promuevan nuestra gama de color y percusión de los ámbitos majestuosos que tiene nuestro bello país y que a través del tiempo sepan valorar nuestras costumbres que tenemos los guatemaltecos.

Recomendaciones

Determinar que en Guatemala cuáles son los lugares de atracción turística en el territorio nacional, con el objetivo de evaluarlos y desarrollarlos, según su importancia, previamente establecidas, cargado de espiritualidad y misticismo ofreciendo riqueza natural y uno de los centros religiosos de mayor importancia en la región.

Asesorar a las autoridades de la institución acerca del manejo de medios y mensajes clave que deben ser utilizados en las diferentes entrevistas pactadas.

Tener un enlace directo con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, de donde direccionan instrucciones específicas para los altos funcionarios del sector gobierno, todas ellas concernientes en temas de comunicación y prensa.

Guatemala es punta de lanza para Centroamérica y el mundo, con modernas edificaciones y centros de negocios; en contraste, Antigua Guatemala la ciudad colonial y bohemia es una mezcla de antiguas construcciones y arraigadas costumbres y tradiciones.

Previo a ello, debemos ser trascendentales con gran relevancia, analizando el posicionamiento en el mapa de noticias con resultados cuantitativos y cualitativos de las menciones de la empresa y sus productos. Valorizando positiva o negativamente la imagen en la prensa regional y mundial teniendo una estadística mediática de la empresa y la competencia.

Bibliografía

- 1. MAPEO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ALTAGRACIA**
Arquitecto Julio César Corral, Apoyo sostenible de la República Dominicana.
- 2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD GUATEMALTECA 2002**, Gustavo Berganza.
- 3. *Plan Operativo Anual y Multianual 2014-2016, Agosto 2013, consultado en Junio 2014, disponible en:***

http://www.google.com.gt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CBoQFjAA&url=http%3A%2F%2Finstitutoguatemalteco.neturismo.com%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D769%26Itemid%3D122&ei=o_m2U5vvN8zgsAShloLwAg&usg=AFQjCNFWffDNLILMxVNETv0MIU8VgUHySQ&sig2=5SCvySRGGti-2E-JYKavVg.
- 4. Visit.guatemala.com**

ENCUESTA DE DIAGNOSTICO DE MAPEO DE COBERTURA MEDIATICA DE MEDIOS DE COMUNICACION DEL INGUAT

En base a una serie de preguntas conteste lo siguiente.

1. ¿Es importante un mapeo de medios a nivel turístico?
2. ¿Qué elementos debe contener un mapeo de medios turísticos?
3. ¿Para qué sirve el mapeo de medios?
4. ¿Es funcional?
5. ¿Tiene algún costo?
6. ¿Qué resultados se esperan?
7. ¿Cuál es el objetivo primordial y que impacto puede tener el mapeo de medios?
8. ¿Cual es público a quien va dirigido el mapeo de medios
9. ¿Con que frecuencia debe hacerse?

Detectar que los medios de comunicación le den cobertura a diferentes actividades que tenga la institución. Seguidamente se utiliza el internet, para visitas personales para recabar los datos preponderantes con respecto a dicha institución o eventos que contengan el mismo. Conocer los intereses de los medios, es decir, los temas que atraen su atención para la noticia.

Es sugerente elevar sus registros de participación televisiva, puesto que hace combinar la personalización del compromiso

con las metas y política del sector, además de los avances e indicadores de gestión, principalmente en un año como el 2014 en la que el posicionamiento de resultados debe ser una constante, junto con la necesaria divulgación de los ya referidos indicadores, principalmente en su estado de avance y desarrollo.

Es claro que la prensa escrita, posee audiencias de alta incidencia en la multiplicación de la opinión, por lo que mantener los niveles pre-existentes, es saludable, atendiendo una adecuada gestión de audiencias, como es característico.