

JURISDICCIÓN 6.30 AGENCIA CÓRDOBA TURISMO S. E. M.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES DE RESULTADO	CATEGORÍA PROGRAMÁTICA ASOCIADA	INICIATIVAS	INDICADORES DE PRODUCTO
1. Mejorar la productividad en la actividad turística todo el año.	1. Porcentaje de Incremento de la afluencia turística total en relación al 2012	890 Promoción Turística	1. Promoción de la Marca Córdoba, sus productos turísticos y destinos de la Provincia de Córdoba. 2. Organización y participación en eventos dirigidos a la promoción de los Productos Turísticos.	1. Número de turística que visitan Córdoba en relación al 2012. 2. Porcentaje de Incremento de la afluencia turística Extranjera en relación al 2012. 3. Incremento de acciones y participaciones en eventos Nacionales e Internacionales en relación a las realizadas en el 2012.
2. Profundizar políticas de promoción y marketing a nivel Nacional e Internacional.	2. Incremento de acciones y participaciones en eventos Nacionales e Internacionales en relación a las realizadas en el 2012.			
4. Fortalecer la interacción de la Agencia con Municipios, Comunas y entes privados de manera eficiente, apoyando diferentes eventos, ferias, fiestas, congresos y convenciones.	3. Incremento de acciones y participaciones en eventos Municipales y Comunales en relación al Total de las realizadas en el 2012..			
3. Facilitar un mayor acceso a la Información Institucional, con miras al uso de las nuevas tecnologías.	4. Porcentaje de satisfacción de los visitantes del sitio.	870 Acceso a la Información Institucional	3. Armado de concursos virtuales vía Internet. Los concursos virales vía Internet son promociones bajo diversos conceptos. 4. Pautas en canales de Búsqueda. (en Google) 5. Ampliación de los banners publicitarios en los principales portales. 6. Confeción del Software y sitio Web del Camino Real. 7. Armado de Tours Virtuales para: Estancias Jesuíticas, Productos y Atractivos turísticos.]	4. Cantidad de Newsletters enviados.(Base de 120.000 contactos). 5. Número de visitantes a los nuevos portales webs. (se estima pasar de 8.500 a 20.000 visitas mensuales promedio). 6. Porcentaje de satisfacción de los visitantes del sitio.
5. Verificar el cumplimiento del decreto Provincial 1359/2000 en los establecimientos de alojamiento de la Provincia de Córdoba.	5. Porcentaje de Establecimientos no inscriptos que inician en un año calendario los tramites correspondientes de inscripción.	867 Inversiones y Calidad Turística	8. Inspecciones en establecimientos de alojamientos existentes.	7. Número de inspecciones a establecimientos inscriptos. 8. Número de inspecciones a Establecimientos Existentes.
6. Mejorar y mantener la Infraestructura y equipamiento técnico.	6. Porcentaje de Mejoras realizadas en Complejo Ferial Córdoba y Centros de Mayor atracción Turística. 7. Incremento de los Congresos y Convenciones realizado con la participación de la Agencia del 2013 en relación a los realizados en el 2012	868 Desarrollo de Infraestructura y Equipamiento Técnico	9. Relevamiento de las necesidades en equipamiento técnico de las oficinas de informes y en el Complejo Ferial Córdoba. 10. Mejoras y mantenimiento de la infraestructura del predio Ferial Córdoba y de los centros de mayor atracción turística. 11. Mejoras de la Señalética y Carteles de las Diferentes Rutas Turísticas y Localidades de la Provincia y en los circuitos y productos Turísticos	9. Porcentaje de Mejoras realizadas en Complejo Ferial Córdoba y Centros de Mayor atracción Turísticas en relación de las realizadas en el mismo periodo del 2012. 10. Porcentaje de carteles colocados relación a los colocados en el mismo periodo del 2012. 11. Porcentaje de Equipamiento técnico Adquirido en relación a los adquiridos en el año anterior.