



Gobierno de Córdoba

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTO E INVERSIONES PÚBLICAS

PLAN ESTRATÉGICO Y SU VINCULACIÓN CON EL PRESUPUESTO AÑO 2011

Agencia Córdoba Turismo S.E.M.



Gobierno de Córdoba

DIRECCIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN POR OBJETIVOS

Nº	Objetivos	Indicadores / Periodicidad	Nº	Iniciativas	Categorías Programáticas Asociadas	Indicador/es de Producto/s	Nº	Actividades
1	Promover acciones tendientes a mejorar la Calidad en los servicios	1)Cantidad de establecimientos que obtienen la certificación en calidad.	1	Programa Córdoba Calidad Turística	867/4	1)Cantidad de establecimientos participantes del programa C.C.T	1	Seguimiento del Programa Córdoba Calidad Turística (C.C.T)
		2)% de establecimientos inspeccionados sobre la cuarta parte de establecimientos inscriptos en el padrón 2010	2	Inspecciones de establecimientos de alojamientos existentes		2)Cantidad de Inspecciones realizadas	1	Realización de Inspecciones
			3	Proyecto de reformulación de los criterios de valuación de los proyectos de Inversiones de acuerdo con los conceptos de sustentabilidad		3)% de avance del proyecto	1	Desarrollo del Proyecto
2	Fortalecer la interacción de la Agencia con Municipios, Comunas y Entes Privados	1)% de personas capacitadas	1	Capacitación Integral a Municipios y Comunas	867/2	1)Cantidad de cursos realizados en Municipios y Comunas	1	Contratación de Consultora especializada en Capacitación
							2	Selección de Municipios y Comunas al que se le asigna un curso
							3	Dictado de Cursos

Nº	Objetivos	Indicadores / Periodicidad	Nº	Iniciativas	Categorías Programáticas Asociadas	Indicador/es de Producto/s	Nº	Actividades
3	Facilitar un mayor acceso a la información Institucional	1) Nivel de satisfacción de visitantes del sitio	1	Construcción de un portal web íntegramente administrado por ACT	867/3	1) Cantidad de usuarios que visitan mensualmente el sitio	1	Recolección de Información de productos y áreas turísticas
			2	Construcción de un mini sitio íntegramente dedicado a todos los alojamientos de la Pcia. De Cba		2) Número de consultas referidas a hoteles y alojamientos desde el mini sitio de alojamiento	2	Procesamiento de la información para el sitio
							3	Relevamiento y actualización de Información
							4	Contratación de una empresa especializada para el mantenimiento del sitio
							5	Mantenimiento y actualización del contenido del sitio
							6	Delimitación de las características técnicas del mini sitio
							7	Coordinación del proyecto
4	Mejorar y mantener la Infraestructura y equipamiento técnico	1) % de Mejoras realizadas en oficina y predio ferial y centros de mayor atracción turística	1	Relevamiento de las necesidades en equipamiento de las oficinas de informe y en el Complejo Ferial Córdoba	868	1) Cantidad de herramientas compradas	1	Armar Inventario
			2	Mejoras y mantenimiento de la infraestructura del predio Ferial Córdoba y de los centros de mayor atracción turística			2	Relevamiento de las modificaciones a realizar y Carteles a Colocar
			3	Mejoras en la señalización y Cartelería de las Diferentes Rutas Turísticas y Localidades de la Provincia y en los circuitos y productos Turísticos		2) Cantidad de carteles colocados	3	Generar el procedimiento administrativo para la compra
							4	Realizar la compra y/o mejora
							5	Contratación de empresas especializadas para el mantenimientos de los diferentes centros de atracción turística

Nº	Objetivos	Indicadores / Periodicidad	Nº	Iniciativas	Categorías Programáticas Asociadas	Indicador/es de Producto/s	Nº	Actividades
5	Profundizar Políticas de Promoción y Marketing	1)Cantidad de vuelos Cordoba – Madrid	1	Promoción de los productos turísticos y destinos de la Provincia de Córdoba	890	1)Número de acciones y participación de eventos realizados por la Agencia	1	Asistencia a los Turistas durante los periodos de temporada alta y en eventos específicas
		2)Incrementos de acciones y participaciones en eventos en comparación al año anterior	2	Córdoba centro de Distribución Aero Comercial, Nacional, Regional e Internacional		2)Promedio de apariciones en medios de comunicación de la Agencia	2	Desarrollo de campañas estacionales vinculadas a la promoción de Córdoba durante las 4 estaciones del año: Verano, Otoño, Invierno y primavera
		3)% de incrementos de turistas extranjeros en comparación con el año anterior					3	Promoción de Córdoba a través de campañas publicitarias comunicadas en medios locales, nacionales e internacionales
							4	Desarrollo de campañas por productos turísticos
							5	Promoción a través de Cartelería, Vía Publica, folleterías e Impresiones en General
							6	Desarrollo de Caravanas de Promoción
							7	Sorteos y Concursos en General
							8	Campaña Rally Internacional y Dakar
							9	Campaña Semana Santa
							10	Participación en el calendario de Ferias, Congresos y Workshop apuntados en el Mercado Nacional e Internacional
							11	Realización de encuestas para determinar el perfil del Turista en la provincia y la forma en que elige el destino Córdoba
							12	Promoción de Vuelo Iberia