

6.05 Agencia Córdoba De Inversión Y Financiamiento S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.05

Descripciones 1 / 3

MISIÓN INSTITUCIONAL:

La Agencia Córdoba de Inversión y Financiamiento tiene la MISIÓN de centralizar la Planificación, Administración, Coordinación, Ejecución, Seguimiento y Evaluación, según corresponda, de los programas y proyectos de inversión provinciales con financiamiento, subsidio y/o asistencia nacional y /o internacional, en virtud de las autorizaciones emanadas de las Leyes 9050, 7715, concordantes y modificatorias.

Asimismo, determina los procedimientos metodológicos necesarios para la ejecución de dichos proyectos, los que deben respetar las disposiciones de su Estatuto Social, la Ley 9086 de Administración Financiera y de Control Interno de la Administración General del Estado Provincial, las especificaciones particulares de los Organismos Multilaterales de Crédito involucrados y las previsiones que, en materia de control interno y externo, pudiera fijar el Tribunal de Cuentas de la Provincia.

Entre otras, tiene las siguientes responsabilidades:

- Asistir a las dependencias de la administración provincial y los demás municipios a fin de que los proyectos de inversión pública por ellos presentados logren una formulación que satisfaga los requerimientos de los organismos que habrán de financiarlos (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Corporación Andina de Fomento, Fondo Fiduciario Federal de Infraestructura Regional o entidades financieras oficiales o privadas del ámbito nacional o internacional).*
- Asistir al Poder Ejecutivo en la determinación de los objetivos y políticas del área.*
- Evaluar la viabilidad jurídico-institucional, económico-financiera y social de los proyectos que podrían ser financiados, en el contexto de los programas a su cargo.*
- Gestionar el financiamiento ante las entidades que corresponda y administrar los fondos así obtenidos.*
- Centralizar la información sobre el endeudamiento público de la provincia, interno o externo.*

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Ser una Agencia Modelo en Gerenciamiento de Programas con Financiamiento de Organismos Nacionales e Internacionales a nivel país, constituyendo una de las principales herramientas del Poder Ejecutivo Provincial en la implementación de políticas públicas de desarrollo económico, productivo y social.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

- Asistir a las dependencias de la administración provincial y los demás municipios a fin de que los proyectos de inversión pública por ellos presentados logren una formulación que satisfaga los requerimientos de los organismos que habrán de financiarlos (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Corporación Andina de Fomento, Fondo Fiduciario Federal de Infraestructura Regional o entidades financieras oficiales o privadas del ámbito nacional o internacional).*
- Asistir al Poder Ejecutivo en la determinación de los objetivos y políticas del área.*
- Evaluar la viabilidad jurídico-institucional, económico-financiera y social de los proyectos que podrían ser financiados, en el contexto de los programas a su cargo.*

6.05 Agencia Córdoba De Inversión Y Financiamiento S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.05

Descripciones 2 / 3

- Gestionar el financiamiento ante las entidades que corresponda y administrar los fondos así obtenidos.
- Centralizar la información sobre el endeudamiento público de la provincia, interno o externo.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

1. Contribuir al desarrollo productivo, turístico y social provincial mediante la **GESTIÓN EFICIENTE DE LOS RECURSOS DE FINANCIAMIENTO**.
2. Promover la **MEJORA** continua en los principales **PROCESOS DE TRABAJO INTERNOS** de la Agencia.
3. Mantener **ACTUALIZADO** el **CAPITAL HUMANO** y los **SISTEMAS DE INFORMACIÓN**.

INDICADORES DE RESULTADO:

OBJETIVO ESTRATEGICO 1:

1. **% DE CUMPLIMIENTO EN LOS PAGOS DE ADQUISICIONES / CERTIFICADOS DE OBRA DEL PROGRAMA.** (Descripción: Indica el grado de cumplimiento en el pago de Adquisiciones / Certificados de Obra del programa de acuerdo a los fondos disponibles para tal fin y al capital de trabajo necesario para una segura operatorio de pagos. Formula: monto pagado / monto disponible para pagar. Fuente de Verif.: Reportes UEPEX e info. Contable. Periodo: Semestral)

Estos indicadores de Resultado se aplican/miden individualmente para las siguientes iniciativas:

- Programa de Mejoramiento de Caminos Provinciales (PMCP)
- Programa de Desarrollo Interior y Apoyo Social (PDIAS) OBRAS VIALES E HIDRICAS
- Programa de Desarrollo Interior y Apoyo Social (PDIAS) OBRAS DE ARQUITECTURA
- Programa de Servicios Agrícolas Provinciales (PROSAP)
- Programa de Desarrollo de Áreas Rurales (PRODEAR)
- Programa de Obras con Financiamiento Internacional y Nacional (POFIN)
- Programa de Desarrollo Social de la Provincia de Córdoba (PDSPC)
- Gasificación por Ductos (SIST. CENTRO, SUR Y R2)
- Gasificación por Ductos (SIST. NORTE Y ESTE)

2. **NIVEL DE DESEMPEÑO DE ACIF COMO GERENCIADOR DE PROGRAMAS CON FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL.** (Descripción: Mide el desempeño con el que la ACIF gerencia los programas con créditos directos. Formula: Cantidad de observaciones del Banco Financiante a las cláusulas contractuales. Fuente de Verif.: Registro de comunicaciones con el Banco Financiante, papeles de trabajo, Ayuda Memoria de las Misiones del Banco. Periodo: Semestral)

Estos indicadores de Resultado se aplican individualmente para las siguientes iniciativas:

- Programa de Mejoramiento de Caminos Provinciales (PMCP)
- Programa de Desarrollo Social de la Provincia de Córdoba (PDSPC)

6.05 Agencia Córdoba De Inversión Y Financiamiento S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.05

Descripciones 3 / 3

OBJETIVO ESTRATEGICO 2:

RESULTADO

1. **% DEL PERSONAL CON CAPACIDAD ADQUIRIDA PARA TRAMITAR EXPTES.** (Descripción: Indica el % de personas de la planta de ACIF que pueden localizar físicamente, dar curso, etc. a un expediente desde su ordenador, optimizando su tiempo de trabajo y eliminando las demoras que genera hacerlo personalmente. Fórmula: N° de personas con capacidad para utilizar SUAC / N° de personas q trabajan en ACIF. Fuente Verif.: Reporte de usuarios ACIF en SUAC, informe del referente informático. Período: semestral.)
2. **EFICACIA EN LA PRESUPUESTACION DE LA DEUDA PÚBLICA** (Descripción: Indica el grado de precisión a la hora de presupuestar los servicios financieros derivados de los préstamos que, de manera total o parcial, financian los programas de inversión administrados por ACIF. Fórmula: $\text{Importe devengado de servicios de la deuda ACIF} / \text{Importe presupuestado de servicios de la deuda ACIF}$. Fuente Verif.: Presupuesto Anual y Registros ACIF (Statement of Account). Período: Anual.)

OBJETIVO ESTRATEGICO 3:

RESULTADO:

1. **CAPACIDAD DE LA RED FÍSICA.** (Descripción: Mide la cantidad de máquinas a las que la red de ACIF puede brindar conectividad a la red de gobierno, gracias a los SWITCH instalados. Fórmula: Cantidad de bocas de red. Fuente de Verif.: Reporte de la Subsecretaría de informática y telecomunicaciones. Período: Anual.)
2. **EFICACIA DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACION.** (Descripción: Mide el grado de utilidad de los conocimientos incorporados a través del plan de capacitaciones 2013. Fórmula: $\text{Cantidad de personas capacitadas que afirman haber adquirido conocimientos útiles para su trabajo} / \text{Cantidad de personas capacitadas de ACIF}$. Fuente de Verif.: Reporte del área de RRHH de ACIF. Período: Anual.)

6.15 Agencia Córdoba Deportes - S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.15

Descripciones 1 / 2

MISIÓN INSTITUCIONAL:

Multiplicar y potenciar la práctica del juego y el deporte en sus distintos tipos, niveles y estratos sociales, como medio preventivo en relación a la salud, la educación y la cultura.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Ser un organismo promotor del deporte como instrumento integrador de la sociedad, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Provincia de Córdoba.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

- I. Contribuir a la inclusión social de los cordobeses a través del Deporte.*
- II. Propender al desarrollo armónico del deporte social, comunitario, federado y olímpico.*
- III. Imponer la cultura de la actividad física y deportiva, como elementos insustituibles para el mejoramiento de la calidad de vida.*

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- 01. Fortalecer los procesos críticos de la Agencia Córdoba Deportes SEM, promoviendo el aumento de la eficiencia en la gestión.*
- 02. Fortalecer la participación de los distintos sectores de la sociedad en prácticas deportivas.*
- 03. Promover el deporte como instrumento para la integración social.*
- 04. Impulsar la integración de las prácticas deportivas en las distintas instituciones.*
- 05. Fomentar el perfeccionamiento y contención de los agentes deportivos.*
- 06. Fomentar y contribuir al desarrollo de deportistas destacados.*
- 07. Facilitar el acceso a la práctica del deporte de las personas con discapacidad.*
- 08. Contribuir al fortalecimiento de los clubes de Córdoba, en su rol de contención y formación social a partir de la familia.*
- 09. Mejorar la infraestructura deportiva provincial (Pública y Privada).*
- 10. Aplicar normas médicas sanitarias para la práctica y la competencia deportiva.*
- 11. Contribuir al sostenimiento de los deportes de alta competencia de la Provincia de Córdoba.*
- 12. Promover políticas destinadas a deportistas consagrados y retirados.*

INDICADORES DE RESULTADO:

**Porcentaje de procesos eficientizados o con plan de mejora continua.*

**Porcentaje de utilización de recursos, con la incorporación de tecnología.*

6.15 Agencia Córdoba
Deportes - S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.15

Descripciones 2 / 2

**Porcentaje de inscriptos socialmente vulnerables o en situación de riesgo, en los programas especiales.*

**Porcentaje de inscriptos por municipios y comunas, participantes en los Juegos.
Porcentaje de instituciones participantes.*

**Porcentaje de obras planificadas terminadas en los Centros de Desarrollo Deportivos.
Índice de satisfacción de los usuarios de los centros deportivos*

**Porcentaje de crecimiento en agentes deportivos incorporados, capacitados y con mejora de sus capacidades efectivas de acción.*

**Porcentaje de deportistas federados becados participantes en servicios y programas de la Agencia Córdoba Deportes.
Porcentaje de deportistas que cumplieron sus objetivos*

**Porcentaje de inclusión de deportistas adaptados en las diferentes Instituciones deportivas Municipales, Clubes y Asociaciones.*

**% de Ampliaciones y refuncionalizaciones realizadas de la infraestructura deportiva de los Clubes de Córdoba.*

**% de Refuncionalizaciones realizadas, de la infraestructura deportiva provincial, en función de las políticas de gestión deportivas, definidas por la Agencia Cordoba Deportes SEM.*

**Porcentaje de adhesión federativo al sistema de evaluación médica deportiva .*

**Incremento en el rendimiento de deportistas olímpicos.*

**Porcentaje de ex deportistas y dirigentes del deporte incorporados al programa.*

6.20 Agencia Córdoba Joven

Jurisdicción/Entidad 6.20

Descripciones 1 / 5

MISIÓN INSTITUCIONAL:

La Agencia Córdoba Joven tendrá competencia en todo lo inherente a la planificación, diseño, ejecución, implementación, gestión y control de las políticas públicas, programas, planes y proyectos que tengan por objeto promover la inclusión social, política, cultural, salud, desarrollo productivo y deportiva de los jóvenes que residan en la Provincia de Córdoba.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Ser una entidad de referencia para los jóvenes, teniendo una activa participación en el ámbito provincial y permitiendo la igualdad entre ellos en diversos aspectos; tales como la educación, la cultura, el deporte, etc.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

A- La planificación, diseño, implementación, ejecución y evaluación de las políticas públicas de la materia de su competencia que tiendan al reconocimiento efectivo de los derechos de los jóvenes y promuevan su desarrollo integral.

B- La creación, implementación, ejecución y regulación de los programas, planes y proyectos de nivel provincial destinados a favorecer la inclusión social, política, cultural y deportiva de los jóvenes que residan en la Provincia de Córdoba.

C- La creación, articulación, coordinación y cooperación con las distintas jurisdicciones ministeriales, en la ejecución de planes, programas y proyectos destinados al sector de su competencia, debiendo intervenir en la definición de los mismos como órgano de consulta necesario.

D- La actuación como referente jurisdiccional y autoridad de aplicación de la materia de su competencia, en representación del Gobierno Provincial, ante los organismos nacionales e internacionales que implementen y/o ejecuten programas, planes y proyectos destinados al cumplimiento de su objeto.

E- La creación, organización, dirección, promoción, ejecución y difusión de actividades sociales, políticas, culturales y deportivas destinados a promover la participación, comunicación, identidad colectiva y compromiso social de los jóvenes, en todas sus manifestaciones.

F- La creación y conformación de Sub-unidades de ejecución, delegaciones y/o Centros de la Juventud, en razón de la distribución territorial, cuando ello resulte conveniente para el mejor cumplimiento de sus funciones.

G- El desarrollo de acciones de vinculación y articulación del sector de su competencia con la sociedad civil, en general, y los ámbitos de la cultura, el trabajo y la producción, y, la ciencia y la técnica, a nivel Nacional, Provincial, Municipal o del MERCOSUR e internacionales.

H- La creación y desarrollo de acciones y programas destinados a vincular y articular a las Universidades Públicos o Privados, y sus diferentes áreas académicas.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

1) Espacio Córdoba Joven: espacios físicos y/o simbólicos en los cuales los jóvenes sean protagonistas de desarrollar acciones orientadas a sus pares (por Ej.: Centros Juveniles, agrupaciones políticas afines, Clubes,

6.20 Agencia Córdoba Joven

Jurisdicción/Entidad 6.20

Descripciones 2 / 5

agrupaciones religiosas, etc.). Apuntamos a:

- . Fomentar y colaborar con el trabajo de distintos grupos de jóvenes de toda la Provincia (proveer insumos, profesionales, herramientas, capacitación, etc.);*
- . Realizar actividades planificadas por la Agencia con la participación y coordinación de estos grupos en sus propios contextos de incidencia;*
- . Establecer una red de relaciones que favorezca el intercambio de experiencias y aumente las posibilidades de ejecución de la Agencia.*
- . Establecer vínculos con organismos estatales a fines de poder definir estrategias para el tratado de temáticas de salud vinculadas con la juventud como son: trastornos alimenticios, prevención de uso de drogas, educación sexual, etc.*

2) Todo Verde: difundir, entre los jóvenes, información y valores referidos a la importancia del cuidado del ambiente, tomando en cuenta las especificidades de la Regiones donde se desarrollan las acciones y las problemáticas que se presentan en dichos contextos. Apuntamos a:

- . Lograr que los jóvenes reconozcan especies nativas de árboles (conozcan sus características y el impacto ecológica de la ausencia de dichas especies en su hábitat) y obtengan un incentivo para forestar un lugar común de la localidad y/o ciudad donde viven.*
- . Expandir distintos mensajes referidos al cuidado del ambiente, recuperando y mejorando espacios públicos donde pintar murales y realizar charlas informativas acerca de la temática de los mismos.*
- . Realizar un video documental de la experiencia desarrollada por los jóvenes en toda la provincia para su difusión en entidades educativas, comunitarias, deportivas, etc., donde exista la participación de jóvenes.*
- . Capacitar y difundir acerca de la importancia (y las técnicas) para la reutilización y el reciclado de materiales con vistas a promover el emprendimiento de proyectos productivos a través de dichas técnicas.*
- . Establecer vínculos con entidades que trabajen con plástico, vidrio, cartón, etc. para la coordinación de actividades conjuntas.*

A través de diferentes programas ya planteados (Planta un árbol, Pinta los muros, etc.); se esperan los resultados que a continuación se detallan:

3) Arte, Cultura y Shows: destinado al fomento y la difusión de artistas cordobeses menores de 35 años. Dicha promoción de la actividad artística y cultural podrá sustentarse con la creación de un sello editorial que haga las veces de ente productor y de soporte para la Agencia. Apuntamos a:

- .Promover el acceso de jóvenes a bienes culturales, generando espacios inclusivos y participativos a través del cine y la música.*
- . Promover el acceso de jóvenes con discapacidad visual a bienes culturales, generando espacios inclusivos y participativos a través del Audio-Cine*
- . Realizar convocatoria de proyectos culturales para difundir y aportar al desarrollo integral de artistas jóvenes cordobeses, y lograr que adquieran experiencia, habilidades y conocimientos necesarios para su propia proyección laboral en el ámbito de la cultura.*
- . Crear un sello editorial para la difusión, apoyo y puesta en valor de obras de arte desarrolladas por jóvenes de toda la Provincia, estableciendo un sistema de curaduría ejercido, también, por jóvenes artistas de renombre en*

6.20 Agencia Córdoba Joven

Jurisdicción/Entidad 6.20

Descripciones 3 / 5

circuitos culturales y sociales.

. Desarrollar vínculos con la Agencia Córdoba Cultura para integrar las actividades que gestionan y lograr un mayor alcance de las propuestas realizadas desde esta repartición.

A través de diferentes programas ya planteados (Temáticos, Experiencia Gestar, Editorial Más (+), etc.); se esperan los resultados que a continuación se detallan:

4) Deportes y actividades recreativas: desarrollo de actividades deportivas para jóvenes de toda la Provincia haciendo hincapié en aspectos vinculados con el deporte, tales como vida activa y saludable, desarrollo personal, etc. Apuntamos a:

-Construir parques temáticos destinados a la práctica de deportes alternativos (skate, rollers, patines, bici, etc.), fomentando acciones de grupos de jóvenes que trabajan en la promoción de estos deportes en toda la Provincia.

-Desarrollar un proyecto integral que incluya el deporte, la cultural general y las prácticas solidarias con el incentivo de ganar un viaje de fin de curso para estudiantes del último curso de colegios secundarios de toda la Provincia.

A través de diferentes programas ya planteados (Valor 21, Club de Ruedas); se esperan los resultados que a continuación se detallan:

INDICADORES DE RESULTADO:

INDICADOR 1: *Incremento de la participación de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el gasto en publicidad y promoción de los distintos programas de la Agencia.*

TIPO DE INDICADOR: *de eficiencia*

FÓRMULA: $JPn - JPo / GPPn$

donde:

JPn= jóvenes participantes al momento n

JPo= jóvenes participantes al momento o

GPPn= gasto en publicidad y promoción de actividades de la Agencia al momento n

FUENTE DE VERIFICACIÓN: *registros de la Agencia:*

A- Listados de Jóvenes participantes.

B- Detalle de gastos en publicidad y promoción.

PERIODO DE VERIFICACIÓN: *trimestral*

N° OBJETIVO RELACIONADO: *01*

6.20 Agencia Córdoba Joven

Jurisdicción/Entidad 6.20

Descripciones 4 / 5

INDICADOR 2: Incremento de la participación de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el gasto en capacitación en los programas referidos al cuidado del medio ambiente.

TIPO DE INDICADOR: de eficiencia

FÓRMULA: $JPn - JPo / GCn$

donde:

JPn= jóvenes participantes al momento n

JPo= jóvenes participantes al momento o

GCn= gasto en capacitación de la Agencia al momento n

FUENTE DE VERIFICACIÓN: registros de la Agencia:

A) Listados de Jóvenes participantes en los cursos- Registros escolares

B) Detalle de gastos en capacitación

PERIODO DE VERIFICACIÓN: trimestral

N° OBJETIVO RELACIONADO: 02

INDICADOR 03: Incremento del número de trabajadores en emprendimientos productivos realizados con materiales reciclables y reutilizables, en cada localidad.

TIPO DE INDICADOR: de evolución

FÓRMULA: $TRn - TRm / TRlocn$

donde:

TRn= trabajadores en emprendimientos productivos realizados con materiales reciclables y reutilizables al momento n

TRm= trabajadores en emprendimientos productivos realizados con materiales reciclables y reutilizables al momento o

TRlocn= Total de trabajadores en la localidad al momento n

FUENTE DE VERIFICACIÓN: registros de la Agencia y de municipios:

A) Relevamientos realizados en las distintas localidades por la Agencia

B) Información demográfica de cada localidad

PERIODO DE VERIFICACIÓN: trimestral

6.20 Agencia Córdoba Joven

Jurisdicción/Entidad 6.20

Descripciones 5 / 5

N° OBJETIVO RELACIONADO: 02

INDICADOR 04: Incremento de la participación de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el gasto destinado a actividades vinculadas con el arte y la cultura y los generados por los convenios celebrados con la Agencia Córdoba Cultura.

TIPO DE INDICADOR: de eficiencia

FÓRMULA: $JPn - JPo / GACn$

donde:

JPn= jóvenes participantes al momento n

JPo= jóvenes participantes al momento o

GACn= gastos destinados al fomento de actividades vinculadas con el arte y la cultura al momento n

FUENTE DE VERIFICACIÓN: registros de la Agencia:

Listados de Jóvenes participantes

Detalle de gastos destinados al fomento de actividades vinculadas con el arte y la cultura

Informes provistos por la Agencia Córdoba Cultura

PERIODO DE VERIFICACIÓN: trimestral

N° OBJETIVO RELACIONADO: 03

INDICADOR 05: Incremento anual del número de jóvenes que practican deportes no convencionales.

TIPO DE INDICADOR: de eficiencia

FÓRMULA: $JDn / JDPn$

donde:

JDn= jóvenes deportistas que participan en el Programa de Deportes no convencionales de la Agencia al momento n

JDPn= total de jóvenes que practican deportes no convencionales en la Provincia de Córdoba

FUENTE DE VERIFICACIÓN: registros de la Agencia:

Listados de Jóvenes participantes

Informes provistos el Centro de estadísticas de la Provincia de Córdoba

PERIODO DE VERIFICACIÓN: anual

N° OBJETIVO RELACIONADO: 04

6.25 Agencia Córdoba Cultura S.E.

Jurisdicción/Entidad 6.25

Descripciones 1 / 5

MISIÓN INSTITUCIONAL:

Organizar, dirigir, promover, ejecutar, regular y difundir actividades artísticas y culturales en el ámbito de todo el territorio provincial, promoviendo así los procesos necesarios para la descentralización de los medios de producción cultural, a fin de favorecer la integración provincial y la igualdad de oportunidades de todos los habitantes en el acceso y el disfrute de la cultura.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Constituir a la Agencia Córdoba Cultura de la Provincia de Córdoba en un instrumento u espacio promotor del diálogo intercultural, de la memoria social-colectiva, de la creatividad artística, de las industrias culturales y de la generación de espacios comunitarios de encuentro e intercambio de bienes culturales, para generar un proceso de transformación e inclusión social mediante la capacitación, producción y disfrute de la cultura de toda la población

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

Objetivo 1- Mejorar las oportunidades de acceso a la Cultura de las poblaciones más vulnerables (urbano-marginal, interior provincial, personas con discapacidad y escuelas en contexto de vulnerabilidad social).

INDICADORES DE RESULTADO:

1. *Porcentaje de espectáculos gratuitos.*
2. *Porcentaje de espectáculos gratuitos con por lo menos un 80% de asistencia.*
3. *Porcentaje de edificios de la ACC, incorporados al proceso de accesibilidad de personas con discapacidad motriz.*
4. *Porcentaje de edificios de la ACC, incorporados al proceso de accesibilidad de personas con discapacidad visual.*
5. *Tasa de aumento de público con discapacidad visual en teatros.*
6. *Tasa de aumento de público con discapacidad motriz en teatros.*
7. *Tasa de aumento de público con discapacidad visual en museos.*
8. *Tasa de aumento de público con discapacidad motriz en museos.*
9. *Tasa de aumento de público en la Biblioteca para discapacitados visuales.*
10. *Tasa de aumento de público en la Biblioteca para discapacitados visuales.*
11. *Crecimiento interanual en municipios del interior integrados al proceso de apoyo a la producción artístico-cultural desde la Subdirección de Acción Cultural para el interior, para su gestión cultural. (ya sea con apoyo técnico, de espacio o económico).*
12. *Incremento interanual en producciones del interior desarrolladas en su espacio.*
13. *Incremento interanual en producciones del interior fruto de Concursos desarrollados desde su Área.*
14. *Crecimiento interanual de la participación presupuestaria de la inversión en programas con poblaciones vulnerables.*

6.25 Agencia Córdoba Cultura S.E.

Jurisdicción/Entidad 6.25

Descripciones 2 / 5

Objetivo II: Fortalecer el marco de igualdad en el acceso del trabajo cultural de los artistas en sus diferentes niveles y modalidades.

INDICADORES DE RESULTADO:

1-Porcentaje espectáculos de artistas/grupos artísticos de la ciudad de Córdoba asistidos con alguna clase de apoyo. (técnico, económico o de espacio). * Aquí entran todos los concursos y premios para producción y realización artístico-cultural.

2-Porcentaje de nuevos artistas/grupos artísticos/directores de teatro, presentados en su Área.

3-Porcentaje de nuevos artistas/grupos artísticos/directores de música, presentados en su Área.

4-Porcentaje de nuevos artistas/grupos artísticos/directores de danza, presentados en su Área.

5-Porcentaje de nuevos artistas/grupos artísticos/directores de bellas artes, presentados en su Área.

6- Porcentaje de nuevos escritores/investigadores presentados en su Área.

Objetivo III: Promover la co-gestión cultural con los productores culturales independientes

INDICADORES DE RESULTADO:

1-Porcentaje de espectáculos realizados con financiación mixta, (=ACC y productores privados) en el Teatro Real.

2-Porcentaje de espectáculos realizados con financiación mixta, (=ACC y productores privados) en el Teatro San Martín.

3-Porcentaje de espectáculos realizados con financiación mixta, (=ACC y productores privados) en el Teatro de Ciudad de las Artes.

4-Porcentaje de espectáculos financiados en su totalidad por productores privados, en el Teatro Real.

5-Porcentaje de espectáculos financiados en su totalidad por productores privados, en el Teatro San Martín.

6-Porcentaje de espectáculos financiados en su totalidad por productores privados, en Ciudad de las Artes.

7-Porcentaje de puestas o muestras con financiación mixta, (=ACC y productores privados) en museos que dependen de la ACC.

8-Porcentaje de puestas o muestras financiadas en su totalidad por productores privados, en museos que dependen de la ACC.

9-Porcentaje de Festivales realizados desde su Área, en teatro, danza y música, con financiación mixta.

10-Porcentaje de Festivales realizados desde su Área, en teatro, danza y música, financiados en su totalidad por privados.

11-Porcentaje de salas de teatro independiente que reciben apoyo económico de la ACC.

Objetivo IV: Promover la accesibilidad de la ciudadanía a la información, servicios y actividades de la Agencia

INDICADORES DE RESULTADO:

1-Porcentaje de espectáculos y servicios difundidos por medios radiales.

6.25 Agencia Córdoba Cultura S.E.

Jurisdicción/Entidad 6.25

Descripciones 3 / 5

2- Porcentaje de espectáculos y servicios difundidos por medios televisivos.

3- Porcentaje de espectáculos y servicios difundidos por medios gráficos.

4- Crecimiento interanual de visitas a la Agenda Cultural Web.

5- Cantidad de espectadores por mes, en el Teatro Real.

6- Cantidad de espectadores por mes, en el Teatro San Martín.

7- Cantidad de espectadores por mes, en el Teatro de Ciudad de las Artes.

8- Variación interanual de espectadores en teatros. (se expresa como la diferencia de espectadores, para un mismo mes, entre el año corriente y el año anterior, consignando si la variación fue positiva= + o negativa= -) (San Martín/Real/Ciudad de las Artes)

9- Variación interanual de espectadores en museos (se expresa como la diferencia de espectadores, para un mismo mes, en el año corriente y en el año anterior, consignando si la variación fue positiva= + o negativa= -) (Caraffa/ Ferreyra/Ciencias Naturales/Sobremonte).

Objetivo V: Promover y difundir en condiciones de equidad las diversas manifestaciones culturales.

INDICADORES DE RESULTADO:

1- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión teatral.

2- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión de música (Artes Escénicas).

3- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión de la danza (Artes Escénicas).

4- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión de la música clásica/lírica (San Martín)

5- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión del ballet (San Martín).

6- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión de las Artes Plásticas o Bellas Artes. (Caraffa/Ferreyra).

7- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión de las Artes Contemporáneas (Centro de Arte Contemporáneo).

8- Porcentaje de incremento interanual de la asistencia a espectáculos de difusión en los Espacios de Convergencia y Difusión Cultural (Paseo Buen Pastor y Ciudad de las Artes).

9- Porcentaje de crecimiento interanual en espectadores de cine.

10- Crecimiento interanual de la participación presupuestaria en la inversión de las artes plásticas.

11- Crecimiento interanual de la participación presupuestaria de las actividades teatrales.

12- Crecimiento interanual de la participación presupuestaria de la inversión en música popular.

13- Crecimiento interanual de la participación presupuestaria de la inversión en música y danza clásica.

14- Crecimiento interanual de la participación presupuestaria de la inversión en cine.

Objetivo VI: Generar en torno a las diversas manifestaciones culturales un espacio de reflexión e investigación tanto técnica como socio-comunitaria.

INDICADORES DE RESULTADO:

6.25 Agencia Córdoba Cultura S.E.

Jurisdicción/Entidad 6.25

Descripciones 4 / 5

- 1-Porcentaje de crecimiento interanual en instancias de reflexión e investigación/seminarios /congresos concluidas.
- 2-Porcentaje de manifestaciones culturales asumidas en los procesos de reflexión e investigación.
- 3-Cantidad de ediciones de textos en soporte papel.
- 4-Cantidad de ediciones en audio-texto y braille.
- 5-Porcentaje de talleres culturales en los barrios que tienen un espacio de reflexión sobre su praxis.
- 6-Tasa de crecimiento interanual de participantes en actividades de reflexión e investigación, mesas de estudio, conferencias, charlas, seminarios, etc.

Objetivo VII: Eficientizar los procesos administrativos de grandes y medianos eventos de todas las jurisdicciones de la Agencia Córdoba Cultura.

INDICADORES DE RESULTADO:

- 1-Porcentaje de áreas de las direcciones del Área Central con Manual de Roles y Funciones.
- 2-Porcentaje de personal de las direcciones del Área Central, capacitados en Manual de Roles y Funciones.
- 3-Porcentaje de áreas de las direcciones del Área Central con Manual de Procedimientos Normativos Jurídico-Administrativos.
- 4-Porcentaje de personal de las direcciones del Área Central, capacitados en Manual de Procedimientos Normativos Jurídico-Administrativos.
- 5-Porcentaje de procesos administrativos y legales estandarizados, publicados y difundidos.
- 6- Promedio de expedientes nuevos que ingresan semanalmente a SUAC del Área Central de la ACC.
- 7- Porcentaje mensual de expedientes que son reingresados al SUAC del Área Central de la Agencia Córdoba Cultura.

Objetivo VIII: -Promover la capacitación de los recursos humanos por jurisdicciones y por temáticas afines a los diversos espacios y servicios.

INDICADORES DE RESULTADO:

- 1-Porcentaje de Recursos Humanos capacitados durante el último año en temáticas específicas de su expertiz, desde la Agencia.
- 2-Porcentaje de Recursos Humanos capacitados durante el último año en cualquier temática desde la Agencia.
- 3-Porcentaje de Recursos Humanos capacitados durante el último año de modo personal, no desde la Agencia.
- 4-Porcentaje de Recursos Humanos que realizan actividades de acuerdo a su formación específica.
- 5-Porcentaje de Recursos Humanos que no cuentan con formación específica. (o sea con secundario completo solamente).
- 6-Porcentaje de Recursos Humanos no capacitados en ninguna disciplina en los últimos 5 años.
- 7-Cantidad de cursos de capacitación desarrollados desde la Dirección de RRHH de la Agencia Córdoba Cultura en el último año.

6.25 Agencia Córdoba Cultura S.E.

Jurisdicción/Entidad 6.25

Descripciones 5 / 5

Objetivo IX: Garantizar la comunicación de todas las jurisdicciones de la Agencia Córdoba Cultura.

INDICADORES DE RESULTADO:

- 1-Porcentaje de Áreas de la Agencia Córdoba Cultura con accesibilidad telefónica.
- 2-Porcentaje de Áreas de la Agencia Córdoba Cultura con accesibilidad a conectividad Internet.
- 3-Porcentaje de dependencias de la Agencia Córdoba Cultura con Red de Gobierno.
- 4-Promedio de personas por PC y notebooks.
- 5-Cantidad de reuniones de personal desarrolladas para transmitir información y evaluar en conjunto el trabajo realizado, metas a cumplir e identificación de desafíos

Objetivo X: Fortalecer, conservar y aumentar el patrimonio cultural de la provincia de Córdoba.

INDICADORES DE RESULTADO:

- 1-Porcentaje de monumentos de Patrimonio Cultural con necesidades de Infraestructura.
- 2-Porcentaje de Recurso Humano técnico especializado involucrado.
- 3-Porcentaje de Dependencias de Patrimonio Cultural conectadas telefónica e informáticamente.
- 4-Porcentaje de monumentos/estancias/sitios históricos reparados.
- 5-Cantidad de colecciones incorporadas al Patrimonio.
- 6-Cantidad de piezas arqueológicas y paleontológicas incorporadas al Patrimonio Cultural de la Pcia. De Córdoba.
- 7-Porcentaje de etapas cumplimentadas del Mapa Arqueológico y Paleontológico Georeferenciado de la Pcia. De Córdoba.
- 8-Cantidad de monumentos y edificios incorporados al Patrimonio.
- 9-Cantidad de Fiestas populares apoyadas económica o técnicamente desde algún área de la ACC.

6.30 Agencia Córdoba Turismo - S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.30

Descripciones 1 / 3

MISIÓN INSTITUCIONAL:

Elaborar y ejecutar políticas para el desarrollo turístico provincial en concordancia con la ley de creación de la Agencia Córdoba Turismo S.E.M, su estatuto y los objetivos estratégicos planteados por la institución, cuyos ejes son la oferta, investigación, asistencia técnica, promoción, calidad, inversión, fiscalización, registro y cooperación, todo ello en función del desarrollo sustentable de la actividad en la provincia.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Ser una institución con alto reconocimiento, que trabaja coordinada y sistemáticamente con los organismos estatales y privados, a nivel nacional y municipal en el desarrollo de políticas turísticas sustentables; habiendo logrado posicionar a la Provincia de Córdoba como destino turístico de excelencia con gran impacto en las economías regionales, y sectoriales y provincial en general.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

1. Organizar, orientar, promover, coordinar la actividad turística y su desarrollo en la Provincia de Córdoba.
2. Incrementar su incidencia en el producto bruto provincial.
3. Posibilitar la participación en el ejercicio del turismo de todos los sectores sociales.
4. Proteger y desarrollar el patrimonio turístico en sus aspectos naturales y culturales.
5. Proteger y desarrollar los recursos humanos abocados a la actividad turística, la calidad de los servicios y la infraestructura turística.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

1. Mejorar la productividad en la actividad turística todo el año.- Este objetivo se pretende cumplir a través de la creación de productos turísticos, que permitan disminuir la estacionalidad. Permitiendo como resultado un incremento sostenido de la afluencia turística todo el año. Se pretende su logro en el mediano largo plazo.
2. Profundizar políticas de promoción y marketing a nivel Nacional e Internacional.- Este objetivo se pretende cumplir a través de todas aquellas acciones tendientes a promocionar a la Provincia de Córdoba como destino turístico a nivel local, nacional e internacional. El resultado esperado es intensificar la promoción de la marca Córdoba, junto a sus productos turísticos y destinos, como así también promover a la Provincia como un centro de distribución aerocomercial, regional, nacional e internacional. Se pretende su logro en el largo plazo.
3. Facilitar un mayor acceso a la Información Institucional, con miras al uso de las nuevas tecnologías.- Mediante el uso de las Herramientas de Comunicación 2.0. Consiste en proporcionar a las personas de forma rápida y fácil la información institucional.- El resultado esperado es un aumento en el nivel de satisfacción de los usuarios de los portales Web de la Agencia.
4. Fortalecer la interacción de la Agencia con Municipios, Comunas y entes privados de manera eficiente - Se refiere a la interacción e integración con los diversos municipios y comunas de las áreas turísticas, apoyando los diferentes eventos, ferias, fiestas, congresos y convenciones por ellos desarrolladas.- Como resultado se espera un posicionamiento a Largo Plazo de la Provincia como centro cultural y turístico por excelencia.

6.30 Agencia Córdoba Turismo - S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.30

Descripciones 2 / 3

5. Verificar el cumplimiento del decreto Provincial 1359/2000 en los establecimientos de alojamiento de la provincia de Córdoba. Se refiere a la verificación de la inscripción de los establecimientos ante la Agencia, como así también la testificar que los servicios y las comodidades sean acorde a lo establecido en el decreto provincial 1359/2000.- Se espera como resultado un incremento en las inscripciones de los establecimientos y nuevas Inversiones en materia de Servicios turísticos a Mediano plazo.

6. Mejorar y mantener la Infraestructura y equipamiento técnico.- Se refiere a la mejora, mantenimiento y conservación de la infraestructura y equipamiento necesario a los efectos de un mejor desarrollo de la actividad turística. El resultado esperado es posicionamiento de Córdoba como centro de Congresos y Convenciones, el desarrollo del Objetivo es de Mediano Largo Plazo.

INDICADORES DE RESULTADO:

1. Porcentaje de Incremento de la afluencia turística total en relación al 2012.

Descripción: Refleja la estimación de la afluencia turística expresada en número de turistas que se alojan en las diferentes modalidades y en cada área turística durante todos los meses del año, en relación al mismo periodo del año anterior.

Formula= $((N^{\circ} \text{ Turistas del mes } n \text{ año } 2013 / N^{\circ} \text{ Turistas del mes } n \text{ año } 2012) - 1) \times 100$

Fuente de Verificación: Área de Estudios Sectoriales Agencia Córdoba Turismo (Planillas de trabajo), Se relaciona al Objetivo N° 1

Periodo de Verificación: Mensual

2. Incremento de acciones y participaciones en eventos Nacionales e Internacionales en relación a las realizadas en el 2012.

Descripción: Refleja el incremento en las acciones realizadas anualmente en comparación con el año anterior.

Formula= $((N^{\circ} \text{ de acciones y Participación en Eventos } 2013 / N^{\circ} \text{ de acciones y Participación en Eventos } 2012) - 1) \times 100$

Fuente de Verificación: Área de Promoción y Marketing, Plan de Promoción Nacional e Internacional, Gacetillas de Prensa y Fotografías

Se relaciona al Objetivo N° 2

Periodo de Verificación: Trimestral

3. Porcentaje de satisfacción de los visitantes del sitio.

Descripción: Refleja a través de encuestas si el usuario del portal / red social pudo satisfacer su necesidad de información.

Formula: $((N^{\circ} \text{ de Usuarios con respuesta satisfactoria Mensual} / \text{Total de Consultas Mensuales}) - 1) \times 100$

Fuente de verificación: Encuesta propiamente dicha realizada por el Portal

Se relaciona al Objetivo N° 3

Periodo de Verificación: Mensual

4. Incremento de acciones y participaciones en eventos Municipales y Comunes en relación al Total de las realizadas en el 2012.

6.30 Agencia Córdoba
Turismo - S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.30

Descripciones 3 / 3

Descripción: Refleja el aumento de la participación de la Agencia en los eventos desarrollados por las diferentes jurisdicciones de la Pcia. De Córdoba.

Formula= ((N° de acciones y Participación en Eventos 2013 / N° de acciones y Participación en Eventos 2012) 1) x 100

Fuente de Verificación: Área de Promoción y Marketing, área de direcciones Regionales, área de transporte, notas de solicitud de los diferentes municipios, entes y Comunas, Gacetillas de Prensa y Fotografías

Se relaciona al Objetivo N° 4

Periodo de Verificación: Trimestral

5. Porcentaje de Establecimientos no inscriptos que inician en un año calendario los trámites correspondientes de inscripción.-

Descripción: Son los establecimientos que no están inscriptos y que luego de ser inspeccionados y asesorados, presentan la documentación para realizarla.-

Formula: (N° de Establecimientos Inscriptos en el 2013 / N° de Establecimientos no Inscriptos) x 100

Fuente de Verificación: Área de Fiscalización (Actas de Inspección)

Se relaciona al Objetivo N° 5

Periodo de Verificación: Mensual

6. Porcentaje de Mejoras realizadas en Complejo Ferial Córdoba y Centros de Mayor atracción Turística.-

Descripción: mide las acciones realizadas para adecuar al predio y a los centros de mayor atracción a las necesidades de los usuarios.

Formula: (Acciones ejecutadas / acciones Programadas) x 100

Se relaciona al Objetivo N° 6

Fuente de Verificación: Área de Administración, órdenes de compra, facturas, certificados de avance de obra emitidos por el proveedor, contratos e informes técnicos del área de relevamiento y diagnostico del área de infraestructura.

Periodo de Verificación: Trimestral

7. Incremento de los Congresos y Convenciones realizados con la participación de la Agencia del 2013 en relación a los realizados en el 2012

Formula: ((N ° de Congresos y Convenciones realizados con la participación de la Agencia del 2013/ N° de Congresos y Convenciones realizados con la participación de la Agencia en el 2012)-1)x100

Fuente de Verificación: Área de Promoción y Marketing, Calendario de Congresos y convenciones. Folletos. Se relaciona al Objetivo N ° 2

Periodo de Verificación: Anual

6.35 Agencia ProCórdoba S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.35

Descripciones 1 / 6

MISIÓN INSTITUCIONAL:

Promover la Oferta Exportable de la Provincia, priorizando su diversificación y mayor valor agregado. Facilitar el proceso de internacionalización de las empresas, particularmente de las PyMES. Fortalecer la cultura exportadora.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

La Agencia ProCórdoba es una organización público-privada, profesional, capacitada y equipada adecuadamente; con un Directorio proactivo que impulsa su vinculación e integración interinstitucional desde la Provincia de Córdoba, cuenta con Plan definido de Largo Plazo, prestando un conjunto de Servicios dinámicos, flexibles y eficientes a las Pymes, mediante el continuo desarrollo de las mejores e innovadoras herramientas, siendo fuente de crecimiento de las exportaciones de la Provincia de Córdoba.

La Agencia ProCórdoba es un Organismo Promotor del desarrollo del Comercio Exterior de Córdoba, de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional, gracias a la calidad de sus servicios con valor agregado, a su gestión transparente y a la capacidad de sus miembros para cumplir con su misión.

La visión de la agencia ProCórdoba es ¿Ser la organización público privada capaz de desarrollar las mejores e innovadoras herramientas para el crecimiento sostenido de las exportaciones de la Provincia de Córdoba, poniendo especial énfasis en las empresas PyMES.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

1. Apoyar en Cuestiones Técnico- Operativo al Empresariado Cordobés

Brindar apoyo técnico-operativo en todas las disciplinas y actividades relacionadas al Comercio Internacional. Este es un objetivo vinculado al corto plazo y mediano plazo, ya que este se relaciona con actividades como capacitaciones a empresas, informes técnicos, el servicio de Front Office, Evaluación del Potencial Exportador, y demás actividades relacionadas.

2. Fortalecer y diversificar los Negocios Internacionales

Concretar una eficiente internacionalización de las empresas, así también, la inserción de la oferta económica de la Provincia en los mercados externos. La participación en eventos internacionales como acción necesaria para insertar productos, mantener relaciones comerciales ya establecidas y posicionar marcas. Se prevé Mantener en el tiempo (mediano plazo) un Plan Estratégico de Promoción comercial, Ferias y Misiones, consensuados para cada sector productivo de bienes y servicios de la provincia. Contribuir a la actualización y mejora del Directorio de Exportadores. Facilitar líneas de financiamiento y demás actividades relacionadas.

3. Promover el Asociativismo

Promover la creación de estrategias asociativas de exportación, con objeto de aumentar la presencia exterior de productos de la Provincia. La creación de un vínculo entre empresas, trabajando conjuntamente permite la internacionalización de los participantes. Los Grupos Exportadores reúnen a productores o fabricantes de productos complementarios, o de una misma línea, para obtener una presencia e inserción más dinámica en los

6.35 Agencia Procórdoba S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.35

Descripciones 2 / 6

mercados internacionales aumentando la potencialidad de la oferta y la reducción de costos en las exportaciones.

4. Favorecer la Cooperación Internacional

Propiciar la realización de convenios con instituciones nacionales e internacionales de apoyo, destinados a favorecer la cooperación internacional. Profundizando vínculos con miembros de las diferentes redes de promoción de comercio internacional, además de lograr financiamiento externo para el sector Pyme exportador.

5. Contar con una Sistema de Gestión de Calidad

Contribuir a mantener la Certificación ISO 9001-2008 cumpliendo con los objetivos que se establezcan de calidad. Para un mejor logro de lo dispuesto en la Misión.

6. Integrar Políticas Públicas para el desarrollo competitivo de las PyMeS

Gestionar la instrumentación de políticas activas, en programas que puedan implementarse a través del Ministerio de Industria como elemento dinamizador que aumente la competitividad de las PyMEs en los Mercados Externos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

1. Desarrollar Herramientas innovadoras de fomento de Comercio Exterior

Gestionar la incorporación de herramientas de Comercio Exterior capaces de generar resultados significativos en el proceso de internacionalización de las empresas de la Provincia de Córdoba. Las herramientas deben incorporar un planeamiento, un reglamento operativo y la medición de los resultados y su impacto en las exportaciones de la Provincia.

Este es un objetivo vinculado a mediano y largo plazo.

Resultados Esperados:

- a) Crear nuevos servicios adaptados a las necesidades de las empresas exportadoras o con potencial exportador.
- b) Gestión eficiente de los servicios de la agencia ProCórdoba mediante el Sistema de Gestión de Calidad ISSO 9001:2008.

2. Contar con la información actualizada y permanente de las empresas de Córdoba, particularmente de las PyMEs Desarrollar mecanismos que permitan conocer la evolución de las exportaciones de Córdoba y gestionar para identificar barreras y necesidades en el proceso exportador de las empresas.

Es un objetivo a corto plazo.

Resultados esperados:

Informes técnicos de las exportaciones de la Provincia, de sectores productivos y de empresas individualmente analizadas.

3. Contar con personal con competencias adecuadas y procesos de gestión eficiente

Dotar al personal incorporado a la agencia con las competencias suficientes para cumplir en forma profesional los servicios externos para empresas e internos para el resto de áreas operativas.

6.35 Agencia ProCórdoba S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.35

Descripciones 3 / 6

Es un objetivo a corto y mediano plazo

Resultados esperados:

Perfiles reales de los agentes públicos más cercanos al perfil ideal exigido por el puesto de trabajo.

4. Fortalecer la cultura exportadora

Articular eventos y programas mediante la participación de entidades empresariales intermedias, instituciones académicas, embajadas y consulados y otros actores que conforman el ecosistema exportador.

Objetivos a mediano y largo plazo.

Resultados esperados:

Mayor participación de la agencia en la relación institucional y empresarial en temas vinculados al comercio exterior. Difusión de resultados y mejores prácticas, reconocimientos a emprendedores y nuevos exportadores.

5. Identificar y difundir oportunidades comerciales de exportación

Publicar oportunidades de exportaciones en países definidos como estratégicos y/o de sectores con mayor potencial exportador.

Objetivos a corto y mediano plazo.

Resultados esperados:

Incorporar publicaciones de oportunidades comerciales de exportación en la Newsletter semanal de la Agencia ProCórdoba.

6. Afianzar la cooperación institucional con organismos nacionales e internacionales

Relacionar a la Agencias con instituciones que le permitan generar un vínculo recíprocamente beneficioso.

Objetivos a mediano y largo plazo.

Resultados esperados:

Ejecutar programas compartidos para capacitación externa y/o asistencia técnica a empresas de Córdoba.

7. Generar nuevas fuentes de ingresos

Incorporar fuentes de ingresos extras a los aportes públicos y privados definidos por la ley de creación de la empresa.

Objetivos a corto y mediano plazo.

Resultados esperados:

Ejecutar actividades de promoción de comercio exterior mediante financiamiento no tradicional.

INDICADORES DE RESULTADO:

Indicador N ° 1

Nombre: Servicios incorporados en ProCórdoba.

Descripción: Se define como aquellos servicios incorporados como oferta permanente para las empresas de Córdoba que deseen mejorar su internacionalización. Definimos como incorporación definitiva, aquel servicio estandarizado procedimentado y gestionado por persona responsable del Staff de ProCórdoba.

Tipo de indicador: eficacia.

6.35 Agencia ProCórdoba S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.35

Descripciones 4 / 6

*Fórmula: Cuenta el número de servicios que cumplen los requisitos para considerarse incorporados a la agencia.
Fuente de verificación: Página Web, sistema de gestión de calidad y nuevos procedimientos y perfiles de responsables de nuevos servicios.*

Período de verificación: Anual.

N° Objetivo relacionado: Asociado a objetivo estratégico N°1.

Indicador N° 2

Nombre: recertificación de servicios ISSO 9001:2008.

Descripción: se refiere a aprobar la auditoria correspondiente y recertificación del sistema ISSO 9001:2008.

Tipo: calidad.

Fórmula: obtención de certificación del sistema de calidad del órgano certificante (IRAM).

Fuente de Verificación: certificado de calidad actualizado y vigente, año 2013.

Período de Verificación: Anual, octubre 2013.

N° Objetivo relacionado: Asociado a objetivo estratégico n°1

Indicador N°3

Nombre: incremento de Informes Técnicos en relación al ejercicio anterior

Descripción: elaboración y publicación de informes técnicos de comercio exterior que comprenden datos estadísticos, análisis sectoriales y análisis de empresas con potencial exportador.

Tipo: eficacia.

Fórmula: cuenta el número de informes técnicos elaborados y publicados en relación al ejercicio anterior.

Fuente de verificación: publicaciones de los informes en página web de ProCórdoba.

Período de verificación: cuatrimestral, abril, agosto y diciembre de 2013.

N° objetivo relacionado: Asociado a objetivo estratégico N° 2

Indicador N° 4

Nombre: Ejecución de plan anual de capacitación.

Descripción: Porcentaje de ejecución del plan anual de capacitación medido en cantidad de horas de capacitación. Cantidad de hora de capacitación.

Tipo: eficacia.

Fórmula: cantidad de horas de capacitación por empleado ejecutados/ Cantidad de horas de capacitación por empleados programadas.

Fuente de verificación: registros de asistencia/ plan anual de capacitación

Período: mensual.

N° objetivo relacionado: Asociado a objetivo estratégico N° 3.

Indicador N°5

Nombre: Ejecución de eventos planificados.

Descripción: porcentaje de eventos realizados en relación a eventos planificados. Definiendo como evento: capacitaciones externas, conferencias, talleres y convocatorias público masivas en relación a temas de comercio exterior en el cual la Agencia ProCórdoba sea organizadora.

6.35 Agencia ProCórdoba S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.35

Descripciones 5 / 6

Tipo: eficacia

Fórmula: cantidad de eventos realizados/cantidad de eventos planificados.

Fuente de verificación: informe que contenga descripción y contenido del evento y asistencia de personas que no incluya personas que integran el staff de la Agencias.

Período: bimestral.

N° objetivo relacionado: Asociado a objetivo N°4.

Indicador N°6

Nombre: cantidad de personas asistentes por eventos

Descripción: promedio de personas asistentes a los eventos. Definiendo como evento: capacitaciones externas, conferencias, talleres y convocatorias público masivas en relación a temas de comercio exterior en el cual la Agencia ProCórdoba sea organizadora.

Tipo: eficacia.

Fórmula: cantidad de personas asistentes/cantidad de eventos realizados.

Fuente de verificación: registro de asistentes a eventos.

Período: bimestral.

N° objetivo relacionado: asociado a objetivo N°4

Indicador N° 7

Nombre: Publicaciones.

Descripción: porcentaje de Newsletter semanales que contienen oportunidades comerciales.

Tipo: eficacia.

Fórmula: Cantidad de Newsletter con publicaciones de oportunidades comerciales/ Cantidad total de Newsletter semanales

Fuente de verificación: New letter semanal y página web de ProCórdoba.

Período: bimestral.

N° objetivo relacionado: asociado a objetivo N°5.

Indicador N° 8

Nombre: Cantidad de programas de cooperación ejecutados.

Descripción: Total de programas ejecutados que resultan de la articulación y cooperación institucional que benefician a la estructura profesional de ProCórdoba y/o a las empresas radicadas en la provincia.

Tipo: eficacia.

Fórmula: Número de programas con inicio de ejecución efectiva.

Fuente de verificación: documentos, acuerdos de cooperación y estructura de programas de cooperación.

Período: semestral.

N° objetivo relacionado: asociado a objetivo N° 6.

Indicador N° 9

Nombre: porcentaje de financiamiento no tradicional

Descripción: porcentaje de aportes y/o financiamiento de programas de comercio exterior diferentes a los

6.35 Agencia Procórdoba
S.E.M.

Jurisdicción/Entidad 6.35

Descripciones 6 / 6

aportes del gobierno Provincial y a los aportes de empresas de la provincia de Córdoba.

Tipo: eficacia.

Fórmula: fondos no tradicionales para financiamiento/ ejecución presupuestaria de funcionamiento.

Fuente de verificación: estados contables, informes parciales o finales de ejecución de programas, informe de ejecución presupuestaria.

Periodo: anual.

N° objetivo relacionado: asociado a objetivo N° 7.

6.40 Agencia De Promoción De Empleo Y Formación Profesional

Jurisdicción/Entidad 6.40

Descripciones 1 / 2

MISIÓN INSTITUCIONAL:

La Agencia De Promoción de Empleo y Formación Profesional de acuerdo al mandato expresado en el Decreto de creación (2565/11) tiene como misión diseñar, ejecutar, supervisar y monitorear los programas, planes y proyectos destinados a la inserción y permanencia de los ciudadanos en el mundo productivo, en condiciones de calidad, libertad, equidad, seguridad y dignidad humana, a través de estrategias de formación, capacitación, recalcificación, entrenamiento laboral e incentivos de promoción para la incorporación formal en ambientes de trabajo.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

En cuatro años, la APEyFP habrá desarrollado y consolidado herramientas innovadoras para la regulación, planificación, promoción, ejecución y difusión de la formación profesional y el empleo de calidad, coordinando esfuerzos y recursos tanto del sector público como privado.

De este modo ofrecerá respuestas y soluciones integrales a las problemáticas de las personas vinculadas con el eje Formación - Trabajo, transformándose en un referente nacional por la accesibilidad y calidad de sus servicios, su estrecha vinculación con el mundo del trabajo y por la amplia participación de la sociedad -basada en la eficacia y transparencia de su gestión-.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

La APEyFP tiene como objeto la creación, implementación, ejecución, supervisión y contralor de los programas, planes y proyectos destinados a la capacitación, actualización y especialización laboral y/o formación profesional de recursos humanos a los fines de promover la empleabilidad laboral y la autogestión profesional de los ciudadanos domiciliados en la Provincia de Córdoba en condiciones de calidad y equidad a través del diseño y la implementación de políticas inclusivas que favorezcan la participación de los actores sociales y productivos en todo el proceso, y la articulación de las políticas públicas en la materia que instrumente el Gobierno Provincial y otros órganos del Estado Nacional y/o Municipales.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

El organismo ha seleccionado tres objetivos estratégicos causalmente relacionados como logros esperados:

OE 1: Mejorar las oportunidades de empleabilidad de las personas.

Descripción: La APEyFP se propone contribuir a la mejora de las condiciones de empleabilidad de todas las personas, pero prioritariamente los jóvenes sin experiencia laboral previa, mayores de 50 años, mujeres, personas con capacidades diferentes, jóvenes en situación de riesgo social (con conflicto con la ley penal, etc.), víctimas de la trata de personas, etc., para acceder a empleos registrados y de calidad que generen una mejor situación socio laboral.

Se espera que en los próximos años, la acción del organismo combinada con un crecimiento promedio sostenido de la economía provincial, permita reducir la brecha existente entre la tasa general de desempleo y la tasa de desempleo de los estratos sociales vulnerables.

6.40 Agencia De Promoción De Empleo Y Formación Profesional

Jurisdicción/Entidad 6.40

Descripciones 2 / 2

OE 2: Promover políticas tendientes a mejorar el servicio de formación profesional a personas ocupadas y desocupadas, aumentando las posibilidades de mantener sus empleos, incorporarse al mercado laboral o reconvertirse.

Descripción: La APEyFP tiene una red de Centros de Desarrollos Regional (CEDER), Complejos de Capacitación Laboral (COMCAL) y Centros de Promoción y Capacitación Laboral (Ex-plazas productivas), a los cuales viene fortaleciendo y ampliando, para mejorar el servicio de formación profesional a personas ocupadas y desocupadas, aumentando sus posibilidades de inserción laboral en el mercado de trabajo.

El objetivo en esta fase, ha estado centrado en la mejora de las herramientas para gestionar y promover sus acciones. En los próximos años la APEyFP se propone ampliar el fortalecimiento institucional y aumentar la cantidad de personas capacitadas.

OE 3: Facilitar el vínculo entre la oferta laboral de personas desocupadas y las demandas laborales privadas.

Descripción: En este objetivo la APEyFP propone acercar a las personas, que salen como resultado de los procesos de mejoras en la empleabilidad y la formación profesional, con los requerimientos de empresas privadas radicadas o que van radicarse en la provincia de Córdoba.

INDICADORES DE RESULTADO:

1) *Variación de la tasa de desocupación general, Indicador de Efectividad, (Tasa de desocupación general Período 2 - Tasa de desocupación general Período 1) - EPH, INDEC - Semestral - OE1.*

2) *Brecha entre la tasa de desocupación general y la tasa de desocupación específica, Indicador de Efectividad, (Tasa de desocupación general Período N - Tasa de desocupación específica Período N) - EPH, INDEC - Semestral - OE1.*

Para este indicador pueden considerarse las siguientes tasas específicas (tasa de desocupación de jóvenes; tasa de desocupación de mujeres; tasa de desocupación de mayores de 50 años de edad)

3) *Incidencia del empleo registrado en beneficiarios de políticas de la Agencia, Indicador de Efectividad, (Cantidad de beneficiarios de las políticas de la Agencia que tienen un empleo registrado / Cantidad de beneficiarios de las políticas de la Agencia * 100) - Datos de registro y de SIJP, ANSES - Trimestral - OE1 Y OE2.*

Para este indicador pueden considerarse las siguientes políticas impulsadas por la Agencia (programa primer paso, programa de becas académicas, acciones de formación profesional, servicios de intermediación laboral, etc.)

4) *Incidencia del empleo registrado en beneficiarios de servicios de la red de intermediación de empleo de la Agencia, Indicador de Efectividad, (Cantidad de beneficiarios de servicios de la red de intermediación laboral de la Agencia que tienen un empleo registrado / Cantidad de beneficiarios de servicios de la red de intermediación laboral de la Agencia * 100) - Datos de registro y de SIJP, ANSES - Trimestral - OE3.*

6.45 Ente Regulador de Servicios Públicos

Jurisdicción/Entidad 6.45

Descripciones 1 / 6

MISIÓN INSTITUCIONAL:

Regular y controlar los servicios públicos que se presten en el territorio provincial, con excepción de los nacionales y municipales que no excedan el ámbito de un solo municipio o comuna, entendiéndose por regular al conjunto de decisiones, acciones e instrumentos legales y técnicos, orientados a garantizar los derechos de los usuarios, velando por la calidad, eficiencia y sustentabilidad de los servicios públicos.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Ser un ente regulador eficiente y de prestigio, consolidado organizacional y técnicamente, que garantice la calidad, eficiencia y sustentabilidad de la prestación de los servicios públicos de su competencia en beneficio de los usuarios, contribuyendo al bienestar general de la sociedad.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

Realizar el control y regulación de los servicios públicos eficientemente.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- 1- *Velar por el resguardo de los derechos de los Usuarios.*
- 2- *Controlar el cumplimiento de los marcos regulatorios de los Servicios Públicos regulados por ERSEP.*
- 3- *Educar a los usuarios para un consumo responsable y sustentable.*
- 4- *Posicionar al organismo ante la sociedad como un ente regulador eficaz y de prestigio.*
- 5- *Mejorar continuamente los procesos internos y el sistema de gestión de la calidad.*
- 6- *Contar con un marco jurídico adecuado para la regulación de los servicios públicos basado en especificaciones técnicas.*
- 7- *Incrementar las competencias de los recursos humanos del ERSeP.*
- 8- *Mantener actualizada la infraestructura tecnológica del organismo.*

INDICADORES DE GESTIÓN:

1.I- *% Reclamos resueltos en tiempo y forma por la Gerencia de Agua Potable.*

*FÓRMULA: Reclamos resueltos por la gerencia de agua en el plazo legal (6 meses) / total de reclamos ingresados 6 meses atrás * 100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Archivos de la Gerencia de Agua y Saneamiento.

1.II- *% Reclamos resueltos por la Gerencia de Agua Potable (histórico).*

*FÓRMULA: Total de reclamos resueltos por la Gerencia de agua / Total de reclamos ingresados a la gerencia de agua * 100.*

6.45 Ente Regulador de Servicios Públicos

Jurisdicción/Entidad 6.45

Descripciones 2 / 6

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Archivos de la Gerencia de Agua y Saneamiento.

1.III- Tiempo promedio de resolución de reclamos.

FÓRMULA: Tiempo promedio transcurrido desde que ingresa un reclamo por mesa de entrada hasta que se expide la gerencia de agua.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Archivos de la Gerencia de Agua y Saneamiento.

1.IV- % Reclamos resueltos en tiempo y forma por la Gerencia de transporte interurbano de pasajeros.

*FÓRMULA: Total de Reclamos por el Servicio de Transporte Interurbano con respuesta de la Gerencia de Transporte / Total de Reclamos por el Servicio de Transporte Interurbano ingresados al ERSeP con plazo vencido en dicho mes * 100. TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.*

FUENTE: Archivo de Gerencia de Transporte.

1.V- % Reclamos resueltos en tiempo y forma por la Gerencia de Red de Accesos a Córdoba.

*FÓRMULA Cantidad de reclamos resueltos en el plazo legal por la gerencia Vial / cantidad de reclamos ingresados que vencen su plazo legal * 100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Archivos de la Gerencia Vial.

1.VI- % Histórico de reclamos resueltos por Energía.

FÓRMULA: Total de reclamos resueltos hasta seis meses antes de la medición / Total de reclamos ingresados hasta seis meses antes de la medición.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Planilla Excel de la Gerencia de Energía Eléctrica.

1.VII- % de inspecciones realizadas en base a Reclamos (agua).

*FÓRMULA: Número de inspecciones realizadas por reclamos sobre el total de reclamos que requieren inspecciones * 100.*

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Agua.

1.VIII- % Reclamos resueltos en tiempo y forma por el Área de Antenas.

*FÓRMULA: Cantidad de reclamos resueltos en el plazo legal por el Área de Antenas/ cantidad de reclamos ingresados que vencen su plazo legal * 100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones - Área de Antenas.

1.IX- Nº de inspecciones realizadas en base a reclamos (Antenas).

FÓRMULA: Número de inspecciones realizadas por reclamos sobre el total de reclamos que requieren

6.45 Ente Regulador de Servicios Públicos

Jurisdicción/Entidad 6.45

Descripciones 3 / 6

*inspecciones * 100.*

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Informes de inspecciones - Área de Antenas.

1.X- Relación Consultas / Reclamos.

FÓRMULA: Cantidad de Consultas evacuadas en el mes / cantidad de reclamos receptados en el mes.

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Sistema de Call Center y Usuarios.

1.XI- Relación reclamos resueltos favorablemente al ciudadano / reclamos resueltos a favor del prestador.

FÓRMULA: Sumatoria de reclamos mensuales resueltos a favor del usuario / Sumatoria de reclamos mensuales resueltos a favor de los prestadores.

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Archivos del Directorio.

2.I- % de determinaciones del servicio de Agua que cumplen con la normativa de calidad vigente.

*FÓRMULA: Total de determinaciones realizadas en análisis químicos que se encuentran dentro de los parámetros establecidas por la normativa vigente / Total de determinaciones realizadas en análisis químicos*100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Agua.

2.II- % de tomas de presión del servicio de Agua que cumplen con la normativa vigente.

FÓRMULA: Total de determinaciones realizadas en análisis químicos que se encuentran dentro de los parámetros establecidas por la normativa vigente / Total de determinaciones realizadas en análisis químicos.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Agua.

2.III- % de determinaciones de análisis de cloacas que cumplen con la normativa de calidad vigente.

*FÓRMULA: Total de determinaciones realizadas en análisis químicos de cloacas que se encuentran dentro de los parámetros establecidas por la normativa vigente / Total de determinaciones realizadas en análisis químicos de cloacas*100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Agua.

2.IV- % de tomas de presión del servicio de Agua que cumplen con la normativa vigente. (Aguas)

*FÓRMULA: Total de tomas de presión de red que cumplen con los parámetros establecidos en la normativa vigente / Total de tomas de presión programadas*100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Agua.

2.V- % de unidades de transporte público que cumplen con la normativa vigente.

6.45 Ente Regulador de Servicios Públicos

Jurisdicción/Entidad 6.45

Descripciones 4 / 6

*FÓRMULA: Cantidad de vehículos del transporte público de pasajeros que cumplen con los requisitos establecidos que afectan a la seguridad del pasajero, del total del parque móvil habilitado por el Ministerio de Transporte y Servicios Públicos de la Provincia para realizar transporte público que se encuentran activos.
Fórmula: Cantidad de vehículos que cumplen con los requisitos que afectan a la seguridad/ cantidad de vehículos del total del parque móvil habilitado por la Dirección de Transporte de la Provincia para realizar transporte público de pasajero que se encuentran activos.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Transporte.

2.VI- % de cooperativas de energía que adhieren al régimen de estructura tarifaria única.

*FÓRMULA: Cooperativas que adhieren al régimen de estructura tarifaria única / total de cooperativas de energía * 100. TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.*

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Energía.

2.VII- Grado de cumplimiento del concesionario en la resolución de anomalías en la RAC.

*FÓRMULA: anomalías resueltas por el concesionario de la RAC dentro del plazo legal / anomalías identificadas que deberían haber sido resueltas en el plazo legal*100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia Vial.

2.VIII- Cantidad de oficios emitidos por la Gerencia de Energía.

FÓRMULA: Número de oficios emitidos por la Gerencia de Energía resolviendo reclamos y expedientes.

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Informes de inspecciones Gerencia de Energía.

2.IX- % de antenas habilitadas cuyos niveles de radiación se encuentran dentro de lo permitido por el marco legal.

*FÓRMULA: Antenas habilitadas cuyos niveles de radiación se encuentran dentro de lo permitido en el marco legal / Total de antenas habilitadas*100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de Inspecciones del Área de Antenas.

2.X- % de antenas inspeccionadas / total de antenas declaradas por las empresas.

*FÓRMULA: Total de antenas inspeccionadas / total de antenas declaradas *100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes de Inspecciones del Área de Antenas.

3.I- Consumo promedio diario de agua / consumo del mismo período del año anterior.

FÓRMULA: Consumo promedio diario por habitante en capital (aguas cordobesas) / mismo periodo del año anterior.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

6.45 Ente Regulador de Servicios Públicos

Jurisdicción/Entidad 6.45

Descripciones 5 / 6

FUENTE: Informe Gerencia de Aguas.

3.II- Cantidad de reclamos por exceso de consumo a partir del nuevo régimen tarifario de agua. (GUIA).

FÓRMULA: Cantidad de reclamos por exceso de consumo de agua por mes.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informe Gerencia de Aguas.

3.III- Cantidad de vehículos incautados que inician el trámite para conseguir la habilitación.

FÓRMULA: Cantidad de vehículos que inician el trámite de habilitación y que figuran en el registro de reincidencia.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informe Gerencia de Transporte.

3.IV- % de reclamos por exceso de consumo eléctrico

FÓRMULA: Cantidad de reclamos por exceso de consumo eléctrico en el mes / total de reclamos mensual correspondiente a la Gerencia de Energía.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE Informe Gerencia de Energía.

4.I- % de apariciones prepositivas en medios de comunicación del ERSeP.

FÓRMULA: Cantidad de apariciones prepositivas en los medios / cantidad de apariciones en el mes * 100.

TIPO INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informe del Área de Prensa.

4.II- Cantidad de información generada por las áreas para comunicación interna.

FÓRMULA: Informes generados por las gerencias de servicios al Área de prensa para usar como insumo para gacetillas.

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Área de Prensa.

4.III- Cantidad de visitas mensuales a la página Web.

FÓRMULA: Número de visitas mensuales al sitio web del ERSEP.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE. Pagina Web de ERSEP.

5.I- Informe de auditoria de Externa de Certificación ISO 9001:2008 aprobado.

FÓRMULA: Auditoria de validación del Certificado ISO 9001:2008.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Certificado ISO 9001:2008 vigente.

5.II- No conformidades observadas por la auditoria externa.

6.45 Ente Regulador de Servicios Públicos

Jurisdicción/Entidad 6.45

Descripciones 6 / 6

FÓRMULA: Número de "no conformidades" observadas en la recertificación realizada en el año.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informe de Auditoría externa.

6.I- Existencia de Modelo de Costos para prestadores de energía.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informe de Gerencia de Costos al Directorio elevando modelo de Costos propuesto.

6.II- Cantidad de informes enviados por prestadores de energía para la elaboración del modelo de costos.

FÓRMULA: Cantidad de Informes receptados por la gerencia acerca de los costos que tuvieron los prestadores de energía durante el año.

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Informes acerca de los costos que tuvieron los prestadores de energía durante el año receptados por la gerencia de costos.

6.III- Cantidad de informes presentados por el Ente Intermunicipal Ruta N° 6.

FÓRMULA: Sumatoria de Informes acerca del estado de situación económico-financiera enviados por el Ente Intermunicipal a la Gerencia de Costos.

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Informes enviados por el Ente Intermunicipal a la Gerencia de Costos en poder de la gerencia de Costos.

6.IV- Cantidad de informes de prestadores de servicios de agua presentados ante la Gerencia de Costos

FÓRMULA: Cantidad de Informes acerca del estado de situación económico-financiera enviados por los prestadores de agua a la Gerencia de Costos.

TIPO DE INDICADOR: REFERENCIAL.

FUENTE: Informes enviados por los prestadores de agua a la Gerencia de Costos en poder de la gerencia de Costos.

7.I- % de personal capacitado.

*FÓRMULA: Sumatoria de la cantidad de personal que recibió capacitación / total de personal del ERSEP * 100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: Área de Calidad.

8.I- % de incidentes tecnológicos que fueron resueltos positivamente.

*FÓRMULA: Total de incidentes resueltos positivamente / total de incidentes iniciados * 100.*

TIPO DE INDICADOR: EFICACIA.

FUENTE: informe del área de Sistemas.