

Fecha hasta:

31/12/2014

MEDICIONES

Responsable de carga de mediciones:

Ivana Reales

INFORMACION DE CONTROL

Fecha-Hora de alta:

14/01/2014 - 15:52:36

Fecha-Hora de última modificación:

17/02/2014 - 13:43:30

Estado del registro:

[APR] Aprobado

Versión:

12

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (2)

Oficina Marca País
Oficina Marca PaísAgustín Díaz Vega
Ivana RealesResponsable
Participante

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (4)

- 23.2.E1 Mostrar a la Argentina en el mundo a través de una estrategia de comunicación coherente, homogénea y sostenida en el tiempo que contribuya a un mejor posicionamiento de la Marca País en el mundo.
- 23.2.E2 Contribuir al desarrollo productivo de las pequeñas, medianas y grandes empresas nacionales, generando valor agregado al producto de origen argentino y acompañando el desarrollo sustentable de una imagen de calidad sostenida en el exterior. Se desprende contribuir al desarrollo regional y como consecuencia re-alimentar mayor crecimiento económico.
- 23.2.E3 Lograr una sinergia entre los distintos sectores productivos que componen la Marca País: turismo, industria, comercio, cultura y sector académico.
- 23.2.E4 Sumar y difundir productos, servicios y talento argentino en términos de conocimiento aplicado, alimentando el proceso continuo de actualización la Estrategia Marca País.

BENEFICIARIOS (5)

Sector académico
Organizaciones no gubernamentales
Estado Nacional - Organismos Públicos
Ciudadanos Argentinos
Empresas del Estado Nacional

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

METAS (5)

23.2.M1	23.I3 Cantidad de acciones realizadas de difusión y posicionamiento de la Marca País en el ámbito nacional e internacional.	23.2.E1 Mostrar a la Argentina en el mundo a través de una estrategia de comunicación coherente, homogénea y sostenida en el tiempo que contribuya a un mejor posicionamiento de la Marca País en el mundo.	Participación en eventos y ferias internacionales.	2014: 10 (unidad: -) >>	0
23.2.M2	23.I3 Cantidad de acciones realizadas de difusión y posicionamiento de la Marca País en el ámbito nacional e internacional.	23.2.E1 Mostrar a la Argentina en el mundo a través de una estrategia de comunicación coherente, homogénea y sostenida en el tiempo que contribuya a un mejor posicionamiento de la Marca País en el mundo.	Acciones de impacto visual en el país y en exterior para concientización a cerca de la Marca País.	2014: 5 (unidad: -) >>	0
23.2.M3	23.I2 Cantidad de acciones realizadas con los sectores públicos, privados, social y académico en el ámbito nacional e internacional.	23.2.E2 Contribuir al desarrollo productivo de las pequeñas, medianas y grandes empresas nacionales, generando valor agregado al producto de origen argentino y acompañando el desarrollo sustentable de una imagen de calidad sostenida en el exterior. Se desprende contribuir al desarrollo regional y como consecuencia re-alimentar mayor crecimiento económico.	Firma de convenios con empresas nacionales con el fin de sumar y apoyar su posicionamiento en distintos mercados del mundo.	2014: 30 (unidad: -) >>	0
23.2.M4	23.I2 Cantidad de acciones realizadas con los sectores públicos, privados, social y académico en el ámbito nacional e internacional.	23.2.E3 Lograr una sinergia entre los distintos sectores productivos que componen la Marca País: turismo, industria, comercio, cultura y sector académico.	Concertar reuniones con organismo públicos: nacionales, provinciales, municipales, y privados en aras de sinergizar esfuerzos para un mejor posicionamiento de la marca país.	2014: 30 (unidad: -) >>	0
23.2.M5	23.I4 Cantidad de acciones realizadas en el marco de actualización de la Estrategia Marca País.	23.2.E4 Sumar y difundir productos, servicios y talento argentino en términos de conocimiento aplicado, alimentando el proceso continuo de actualización la Estrategia Marca País.	Actualización en redes sociales y distintos medios que permitan la difusión y crecimiento de la Marca País.	2014: 12 (unidad: -) >>	0
Estado actual promedio estimado para la/s 5 meta/s (%)					0

