

Proyecto No.6.1	
Estudio e instalación de la oficina automatizada de turismo y de la Plataforma Smart Destination como forma de integrar la información.	
Descripción del Proyecto	
<p>En un entorno cada vez más global y cambiante como el actual, las organizaciones necesitan disponer de información a tiempo para definir la estrategia de marketing más adecuada. A partir de las investigaciones de marketing y del resto de los elementos que configuran el sistema de su información, la empresa obtiene conocimientos cuya disponibilidad constituye una ventaja competitiva para la empresa puesto que le permite tomar las decisiones más oportunas.</p> <p>Para que la información contribuya a reducir el riesgo en la toma de decisiones de los responsables de marketing, es preciso que reúna determinadas características. Ha de ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sólida</i>: suficiente, precisa, relevante y estar actualizada y disponible siempre que se necesite además de incorporar elementos predictivos que permitan valorar la posible evolución del fenómeno que se pretende estudiar. • <i>Eficiente</i>: de manera que el costo que acarrea conseguir la información sea menor que el beneficio que proporciona a la empresa. <p>Lo que debería pretender la empresa no es obtener información de <i>perse</i> sino información comprensible y útil que pueda convertirse en conocimiento aplicable al diseño de las futuras acciones de marketing.</p>	
Objetivos del Proyecto	
<ol style="list-style-type: none"> 1) Estudio anual de perfiles de turistas nacionales e internacionales en destino (por mercados prioritarios). 2) Estudio anual acerca de los mercados internacionales en origen (por mercados prioritarios). 3) Estudio bi-anual acerca de los canales de distribución útiles para la promoción del país, con especial énfasis en la cadena de valor del turismo. 4) Estudio anual acerca de las necesidades y expectativas de los operadores turísticos. 5) Estudios específicos –anuales - sobre desempeño de líneas de producto turístico. 6) Talleres y Seminarios regionales – anuales- sobre resultados de estudios. 	
Actividades del Proyecto	Plazo
Actividad 1. Nivel estratégico. Actividad 2. Indicadores de marketing. Actividad 3. Plataforma virtual Actividad 4. Investigación de mercados.	Inicio: 2016 Duración: 12 meses
Agentes Responsables de Implementación	Beneficiarios del Proyecto
Entidad Ejecutora: Entidad de Turismo determinada por los GAD´s Supervisor: Ministerio de Turismo	Turistas, visitantes, residentes, usuarios.
Ámbito de aplicación del Proyecto	
Ciudad de Cuenca	
Presupuesto estimado:	Fuentes de financiamiento previstas:
250.000,00 USD	MINTUR, Gobiernos Autónomos Descentralizados y Academia.