

Sens dubte, l'evolució del turisme ha fet que els empresaris que pertanyen a una mateixa localitat o territori s'adonin que ja no podran continuar oferint solament els seus "serveis turístics" i que hauran de generar l'**associativitat** necessària per crear productes turístics i, encara més, promoure de manera conjunta la destinació. Les destinacions turístiques no solament promouen les qualitats d'aquest determinat territori, sinó que també són grans articuladors de la imatge de "país".

L'esforç individual no és capaç de generar les mateixes accions que l'associativitat aconseguix; és clar que la voluntat de treballar de manera conjunta s'haurà d'anar desenvolupant en la mesura que els empresaris turístics de la destinació compreguin la globalitat de la proposta i que, mitjançant els seminaris i tallers que plantejam, adquireixin les habilitats i destreses necessàries per transformar el seu territori en una **destinació**.

El canvi més radical en el comportament de selecció d'una determinada destinació i la manera de comprar els serveis, els paquets turístics i les activitats que aquesta "destinació" ofereix ha evolucionat amb el desenvolupament d'Internet, la qual cosa en els darrers anys ha produït una sèrie de canvis en el comportament dels clients a l'hora de gaudir de productes turístics. Tot això està provocant una transformació del sector:

- **Més competència i més ben preparada:** cada vegada hi ha més països que aposten pel turisme i desenvolupen destinacions i productes turístics atractius al món. El turisme és un sector dinamitzador de les economies, generador d'ocupació, riquesa i imatge dels països. Els clients són cada vegada més difícils d'atreure i de mantenir, ja que competim en un mercat cada vegada més globalitzat amb necessitat d'atenció individual. En l'actualitat, quan un client tria una destinació turística es basa exclusivament en la informació. Per tant, les destinacions han d'explotar les seves fortaleces creant una experiència com més àmplia millor per al visitant i requereixen un conjunt de tecnologies que els permetin mostrar-se als mercats objectius. Per això, és imprescindible disposar de les eines tecnològiques que els permetin manejar la comunicació de manera adequada i ràpida mitjançant continguts que donin pas a opinions, vídeos, fotografies, debats, *blogs*, comparacions de preus, central de reserves, noves opinions, etc.
- **Irrupció d'Internet en la comercialització:** la venda en línia s'ha convertit en una realitat en els mercats internacionals i suposa una de les principals tendències de mercat. A causa d'això, les destinacions turístiques necessiten les eines tecnològiques que permetin als empresaris que les conformen disposar dels canals de comercialització que els permetin arribar als seus clients objectiu, ja siguin nacionals o internacionals.
- **Irrupció d'Internet en la promoció:** la venda tradicional cada vegada està més condicionada pel canal en línia, perquè Internet ha posat tota la informació a la disposició dels nostres clients. Això ha comportat que augmenti la transparència i que els consumidors disposin de més coneixement.

Per tant, els nostres clients prenen les decisions de compra en els webs i portals d'Internet. Quan saben on volen anar i què volen fer decideixen on compraran. A més, quan han viatjat, estan disposats a compartir les seves experiències amb els altres: no sols cerquen i compren per Internet, sinó que també utilitzen la xarxa per opinar sobre les seves experiències i coneixements.

Sobre la base d'aquest nou entorn de mercat, Brúixola ha creat, com a complement de

l'estructura actual basada en la tecnologia, una nova estructura encarregada del desenvolupament de projectes que responguin a un posicionament estratègic que hem denominat:

e-destination

Adreçada a institucions públiques i privades que volen desenvolupar el turisme com un sector estratègic dinamitzador de les economies, generador d'ocupació i riquesa i impulsor de la imatge del país en l'àmbit internacional.

Proporciona les metodologies i tecnologies necessàries per desenvolupar el turisme de destinació i les organitzacions i empreses entorn d'aquest, amb la finalitat de coordinar les seves activitats estratègiques i comercials.

Permet als potencials visitants tenir accés a una gran quantitat d'informació sobre els encants de la destinació i els serveis que ofereixen els empresaris que s'agrupen entorn d'aquesta, de manera que tenen a l'abast tot el que necessiten per prendre la decisió de visitar la destinació i de gaudir-ne una vegada que hi arriben.

Permet als petits empresaris locals disposar de les tecnologies que utilitzen les grans empreses internacionals i aconseguir estar ben posicionats per comercialitzar els seus productes i gestionar els seus negocis.

Requereix implantar estratègies efectives de capacitat i associativitat i incorporar als projectes especialistes locals i internacionals en màrqueting turístic, consultoria per al desenvolupament de productes turístics i la implantació de bones pràctiques de qualitat nacional i internacional.