



Como afrontar las nuevas oportunidades que ofrecen los desarrollos de los destinos Turísticos

Desde la creación de Brujula en el año 2000 ofrecemos soluciones, desde el conocimiento del negocio y de la tecnología, que ayudan a empresas turísticas a hacer frente a los nuevos retos derivados del cambios de comportamiento de los clientes y la reestructuración de la cadena de valor del sector

El turismo el principal sector de actividad, con más de 500 proyectos realizados en los últimos cuatro años para empresas de este sector nacional



barcelóviajes.com

TODO LO QUE TE ESPERA



hotelbeds
accommodation & destination services





Desde su fundación hemos participado en un grupo de trabajo de expansión que recoge todas las propuestas de comercialización y venta fuera de las Islas Baleares del producto TIC-Turismo con el objetivo genérico de la implantación de las organizaciones del clúster en nuevos mercados.



En Febrero del 2010 participamos en Junio 2009 junto a otras 15 empresas locales de la primera misión comercial de prospección organizada junto a la cámara de comercio a Chile



Tras el primer viaje tuvimos la oportunidad de realizar un estudio de mercado cofinanciado con el programa PIPE para lo cual:

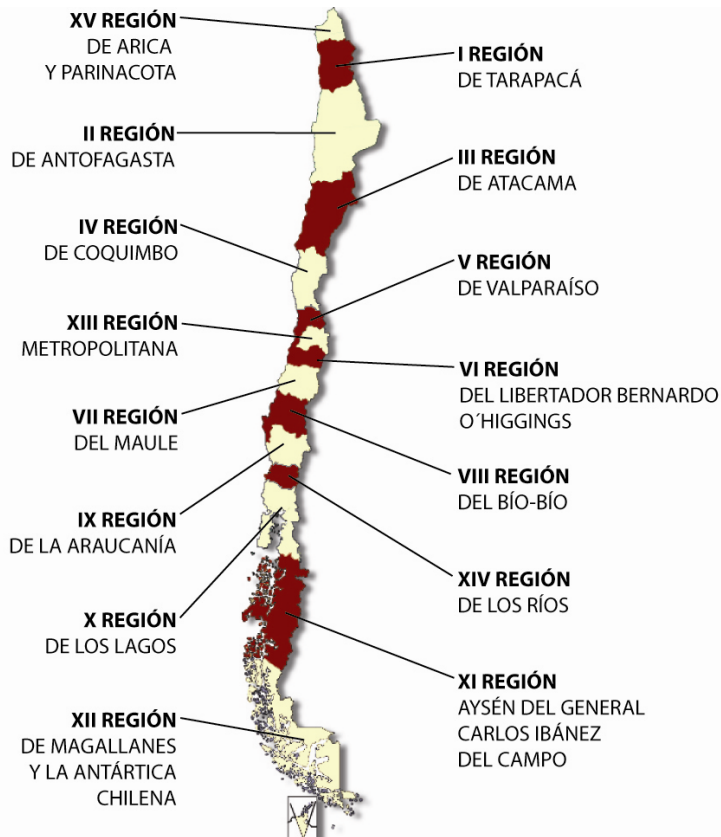
- Incorporamos a un consultor chileno en Septiembre 2009
- Trabajamos con el apoyo de una promotora pipe quien nos ayudó a ordenar las ideas y plantear el trabajo a realizar
- Incorporamos internamente a una persona de soporte para el desarrollo del plan de negocio
- Participamos en otras dos misiones comerciales a Chile en los meses de Noviembre 09 y Mayo 09

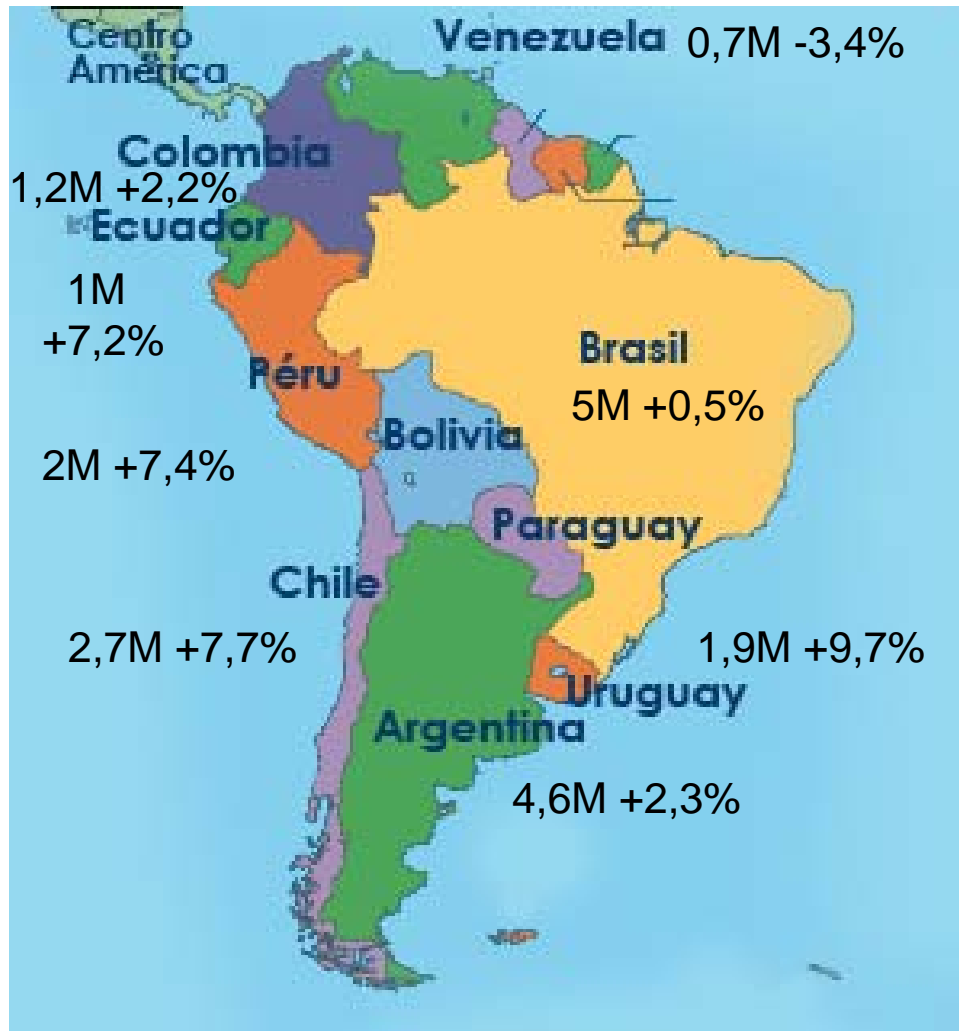
Chile es un país 1,51 veces España con 16,3 M de habitantes (España 46,6 M) y un salario medio mensual de 455 € (España 1.700 €)

La economía Chilena es de 130 MM €, aproximadamente un 10% respecto a la Española con 1.271MM €, cuenta con una inflación del 1,7% (09) y una tasa de paro del 8,6% (Abril 10)

Basa su crecimiento en la explotación de sus recursos naturales (minería, pesqueros, agrícolas y forestales) y de la apertura al exterior mediante sus acuerdos comerciales con el 70% del PIB mundial (Union Europea, Asia, Estados Unidos y Japón)

Chile cuenta con una balanza comercial positiva con unas exportaciones de 47.322 MUSD donde el 70 % es cobre con 32.808 MUSD. El 30% restante se lo reparten entre Celulosa papel y otros (3.296 MUSD), frutícola (3.342 MUSD), salmón y trucha (2.322 MUSD), producción forestal muebles y madera (2.146 MUSD), Turismo (2.030 MUSD) y Vino (1.378 MUSD)





- América del Sur fue visitada por 20,8 millones de entradas de turistas en 2008; 20 millones en 2007.
- Chile con 2,7 millones de entradas representa el 13,3% de la cuota de mercado siendo el tercer destino de América del sur tras Brasil con 5M de entradas y Argentina con 4,6M
- En 2007 Colombia, Ecuador, Perú y Chile crecieron por encima del 10% mientras Argentina se quedó en 9,3%
- En 2008 siguen creciendo por encima del 5% Uruguay, Chile, Peru y Ecuador
- Brasil se mantiene como principal destino aunque los números de turistas ha estado estancada en los tres últimos años. Se espera que se reactiven a medio plazo por las Olimpiadas 2016

Inicialmente fuimos a Chile con la visión de hacer lo mismo que en España: Tecnología para el Turismo

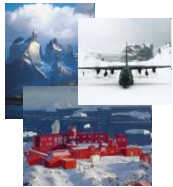


Social Media turístico
Portal promoción destino
Centrales reservas
Extranet del destino
Plataformas E-learning
Mobile marketing

...



Chile apuesta por el Turismo (como la mayoría de países a nivel internacional) pero tiene el reto que sus productos turísticos permitan vivir una experiencia completa y hacerse un hueco en la creciente competencia internacional



Los productos turísticos tendrán éxito en la medida se mejore toda la oferta turística formada por los atractivos turísticos, estructura turística y el resto de infraestructura de soporte



En los últimos años se ha producido una serie de cambios en el comportamiento de los clientes a la hora de disfrutar de productos turísticos que está provocando una transformación del sector: irrupción de internet en la comercialización.



Y empezamos a ver la irrupción de internet en la promoción: venta tradicional cada vez está más condicionada por el canal online



El entorno es muy diferente al mercado nacional; cultura, idioma, tiempos, normativas legales ...



Un país de micropymes con falta de cultura en en turismo y en colaborar con el entorno para mejorar



En general los empresarios no se tiene los conocimientos que permitan adaptarse a las nuevas tendencias internacionales



Muchos interlocutores poco coordinados entre sí acostumbrados a financiar estudios con escasa aplicación práctica



Con ello es un negocio complicado ya que los requisitos no suelen ser concretos y se requiere de la inversión directa del estado para el desarrollo de proyectos



Apoyar el desarrollo turístico desde una perspectiva más amplia donde además de la tecnología incorporemos la consultoría y la formación que nuestros clientes requieren

e-destination

Dirigida a instituciones públicas y privadas que desean desarrollar el turismo como un sector estratégico dinamizador de las economías, generador de empleo y riqueza e impulsor de la imagen del país a nivel internacional

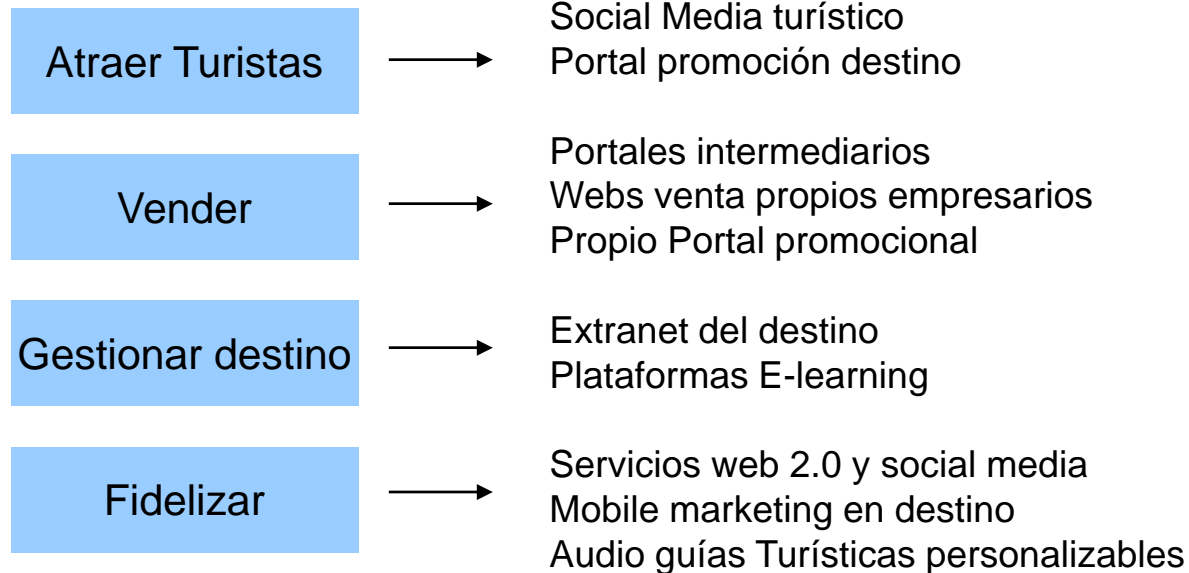
Proporciona las metodologías y tecnologías necesarias para desarrollar el turismo de destino y las organizaciones y empresas en torno a él, a fin de coordinar sus actividades estratégicas y comerciales.

Permite a los potenciales visitantes tener acceso a una gran cantidad de información de los atractivos del destino y los servicios ofrecidos por los empresarios que se agrupan en torno a él, teniendo a su alcance todo lo que requieren para tomar la decisión de visitar el destino y de disfrutarlo una vez allí.

Permite a los pequeños empresarios locales disponer de las tecnologías que utilizan las grandes empresas internacionales consiguiendo estar bien posicionados para la comercialización de sus productos y la gestión de sus negocios.

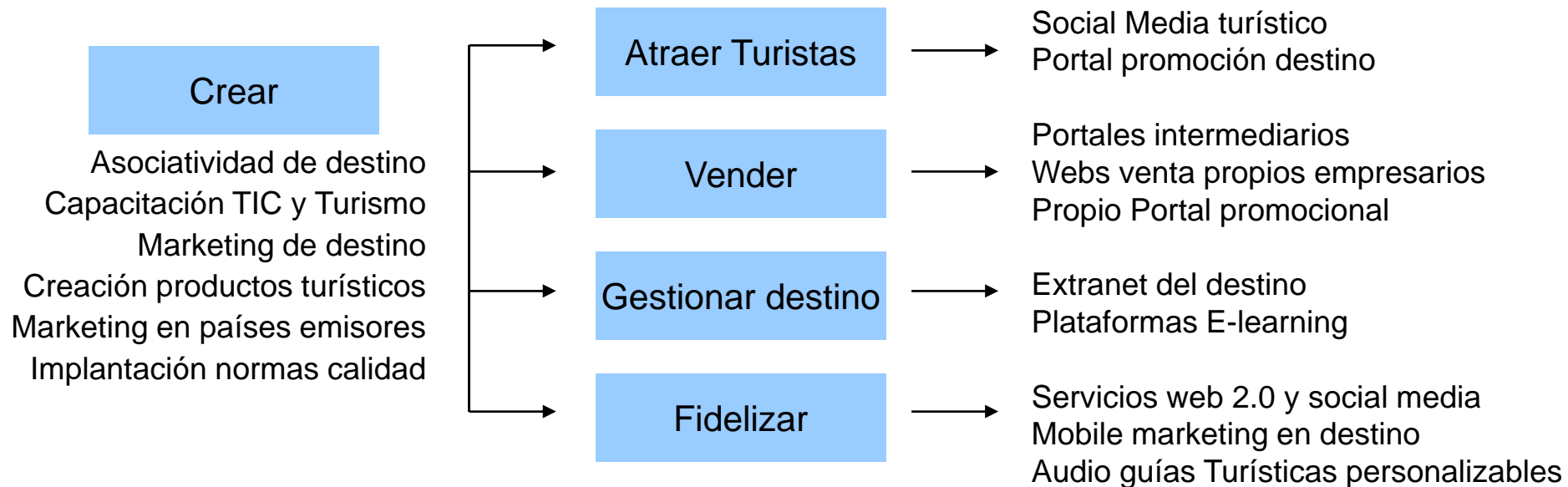
Requiere implantar estrategias efectivas de capacitación y asociatividad incorporando a los proyectos a especialistas locales e internacionales en marketing turístico, consultoría para el desarrollo de productos turísticos y la implantación de buenas prácticas de calidad nacionales e internacionales

A partir del concepto de e-destination disponemos de múltiples tecnologías que pueden implantarse para dar solución a los planteamientos estratégicos de los destinos que buscan conseguir:



En todos nuestros proyectos incorporamos las infraestructuras, hosting y servicios que son requeridos para la implantación y mantenimiento de las herramientas

Para tener éxito la tecnología tiene que convertirse en un elemento integrador que conviva con el resto de elementos que son requeridos para el desarrollo de los destinos turísticos:



En el caso de ser requerido, Brújula incorpora a sus proyectos los profesionales nacionales o internacionales que son necesarios para el desarrollo de los proyectos

Estructura actual Brujula tecnologías de la Información



Nueva estructura de Expansión



Dos estructuras independientes y un objetivo común: apoyar el desarrollo del Turismo en los países donde podemos aportar valor con nuestros conocimientos y experiencias



© 2010 Brújula Tecnologías de la Información S.A.