



Plan Estratégico de Turismo Enogastronómico de las Illes Balears

E21. Plan Estratégico de Turismo Enogastronómico de las Illes Balears: formato presentación



Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

Carta de presentación

Foto de la persona firmante

El presente Plan Estratégico de Turismo Enogastronómico de las Illes Balears 2025-2035, nace con el objetivo de erigirse como una **hoja de ruta** que sitúe a las Illes Balears en el mapa de los destinos enogastronómicos de **referencia en el eje mediterráneo**. Este plan responde a un **compromiso firme con la sostenibilidad**, la **preservación de nuestro entorno natural y cultural**, y el desarrollo de un **turismo responsable** que beneficie tanto a los visitantes como a los residentes.

Las Illes Balears han sido durante siglos un **crisol de culturas y tradiciones** que han dado forma a una **identidad enogastronómica única**. Hoy, este legado se convierte en un **motor clave** para la **diversificación de la oferta turística**, integrando **dos sectores estratégicos** para el territorio: el **turismo** y el **sector agroalimentario**. A través de este plan, se aspira a fomentar una **alianza sólida** entre estos sectores, potenciando la **producción local**, apoyando a los **agricultores y viticultores**, y promoviendo una **oferta turística** que refleje la riqueza de los **productos de kilómetro cero**.

El Plan aspira a crear un **modelo turístico** que contribuya a la **distribución equitativa** de los beneficios económicos en todas las islas, favoreciendo tanto a las áreas costeras como a los entornos rurales del interior. Además, busca promover una **convivencia armónica** entre visitantes y residentes, asegurando que el crecimiento del turismo no comprometa la calidad de vida de la comunidad local.

Este Plan Estratégico no es solo una apuesta por el **crecimiento turístico**, sino también una contribución activa al cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, con especial atención a la producción y consumo responsables, la conservación de los recursos naturales, la lucha contra el cambio climático y la promoción de comunidades sostenibles.

Con esta visión, se **invita a todos los actores** tanto públicos como privados del sector turístico, agroalimentario y a la sociedad en su conjunto **a sumarse a este proyecto**. Juntos, se puede transformar la riqueza de la gastronomía y los paisajes locales en un **motor de desarrollo sostenible** que beneficie a todos los que conviven en estas maravillosas islas.

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX





1.

El turismo enogastronómico en las Illes Balears



Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

El turismo enogastronómico en las Illes Balears

El marco de juego del turismo enogastronómico de las Illes Balears

El marco de juego sienta las **bases de la construcción** del futuro Plan Estratégico definiendo las **líneas maestras** sobre las que se debe apalancar, esto es, recoge las **principales directrices estratégicas** que influyen en el turismo enogastronómico de las Illes Balears, ya sea a nivel global, europeo, nacional o autonómico.

A nivel global...

Prioridades de la Organización Mundial del Turismo
Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible
Código Ético Mundial para el Turismo

A nivel europeo...

Estrategia de la Unión en materia de turismo sostenible
Pacto Verde Europeo
Estrategia «De la Granja a la Mesa»

A nivel nacional...

Plan Nacional de Recuperación Transformación y Resiliencia (PNRTR)
Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030
Plan Turístico Nacional de Enogastronomía 2022

A nivel autonómico...

Plan Integral de Turismo de las Illes Balears 2015-2025
Plan de Equilibrio Ambiental y Turístico



El turismo enogastronómico en las Illes Balears

Principales datos sobre la oferta de turismo enogastronómico de las Illes Balears

La **cadena de valor del turismo enogastronómico** implica una serie de **etapas y actores** que contribuyen a la creación de experiencias y productos enogastronómicos (vinos, gastronomía y cultura culinaria) con un alto valor añadido. Este proceso abarca desde la producción de materias primas hasta el consumo final por parte del visitante o cliente.



Nivel 1. Función primaria

Territorio como núcleo de la cadena. Conjunto de elementos estrechamente vinculados al territorio, ya que representan la identidad del lugar y la dimensión patrimonial de la gastronomía.

Nivel 2. Función primaria y secundaria

Elementos que complementan al núcleo. Incluye elementos que pueden actuar como primarios (núcleo) o secundarios (complementarios al núcleo) dependiendo de la propuesta turística analizada.

Nivel 3. Oferta turística

Elementos que permiten la actividad turística. Formado por la oferta turística específica que permite la actividad y contribuye a consolidar el producto turístico enogastronómico en las Illes Balears.

Elementos estratégicos de impulso a la cadena de valor

Elementos dedicados a diversos aspectos que tienen una **presencia transversal** desde una perspectiva de **gestión del destino turístico gastronómico**.



El turismo enogastronómico en las Illes Balears

Principales datos sobre la demanda de turismo enogastronómico de las Illes Balears

El comportamiento en destino de la demanda turística responde a las **principales variables del comportamiento de los visitantes** en las islas



Entradas en las Illes Balears

17.854.982 entradas en 2023



Gasto turístico

19.941,05 millones de euros en 2023

105,68€ de
gasto medio diario de
visitantes nacionales

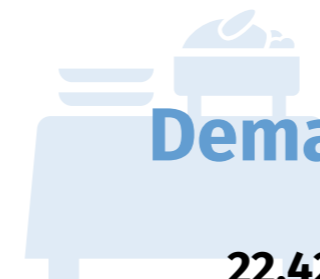
188,88€ de gasto
medio diario de visitantes
internacionales



Grado de ocupación

76% de grado de ocupación en 2023

+ 2,4 puntos con respecto al periodo anterior



Demanda gastronómica en España

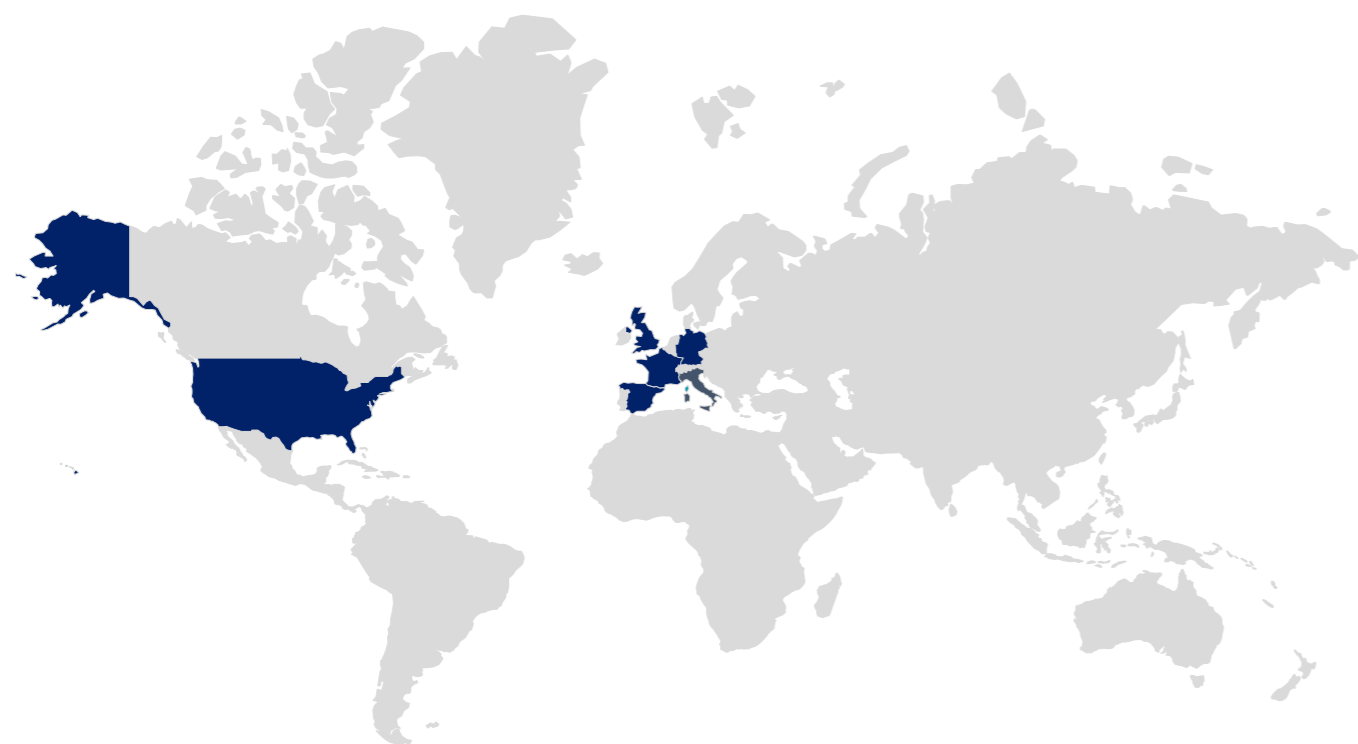
22.420,5 millones de €
de gasto de turistas
destinados a
actividades
enogastronómicas en
2022

18.286.873 millones
de turistas realizaron
actividades
enogastronómicas en
2022



El turismo enogastronómico en las Illes Balears

Mercados prioritarios de las Illes Balears



Alemania

Valoración de **productos de origen local**, orgánicos y sostenibles y búsqueda de la buena relación **calidad-precio**; un **entorno natural atractivo**; la **comodidad**; y el clima de **sol y playa**.

Reino Unido

Reducción del consumo extradoméstico debido a la inflación y orientación cada vez mayor hacia productos de origen vegetal y de producción local y sostenible.

España

Búsqueda de la **practicidad/conveniencia**, **placer** y **sabor** con tendencia a la elección de **alimentos frescos y saludables**.

Estados Unidos

Alimentación basada fundamentalmente en la **comida rápida** y una atracción predominante por sabores a **queso**, **salado**, el **dulce**, el **mantecoso** y el **picante**.

Francia

Caracterización de la cultura enogastronómica de los franceses a través de la percepción de la **alimentación como un placer**, el **“slow food”** y **productos gourmet**.

Italia

Avance hacia **estilos de consumo “innovadores”** como alimentos a base de plantas, proteínas y comida sana (nutrición deportiva) y alimentos sostenibles.



Plan Estratégico de Turismo enogastronómico de las Illes Balears

Principales conclusiones del diagnóstico

Fruto del análisis estratégico realizado, se detectan los siguientes **retos estratégicos** estructurados en torno a los ocho motores de competitividad definidos en el diagnóstico estratégico:

Cultura y patrimonio gastronómico

- Desarrollar un **relato colectivo** de la cultura enogastronómica de las Illes Balears basado en el legado mediterráneo que integre la **singularidad** de cada isla
- Conservar, impulsar y promocionar **ferias gastronómicas**
- Preservar, **conservar** y poner en valor los recursos del patrimonio enogastronómico del territorio
- Impulsar el conocimiento y reconocimiento de la cultura enogastronómica entre los **residentes y los visitantes**



Territorio, infraestructuras y conectividad

- Cuidar y poner en valor los recursos de **producción agroalimentaria**
- Consolidar e integrar en la oferta turística la **cadena de valor vitivinícola**
- Mejorar la comercialización y acceso a **productos locales**
- Proteger y poner en valor **paisajes agrícolas, ganaderos y pesqueros**
- Fomentar el uso de **transporte público sostenible**
- Mejorar la accesibilidad y conectividad de **áreas rurales** y periféricas
- Establecer parámetros para **medir la movilidad** de visitantes, trabajadores y residentes
- Perfeccionar la **gestión de flujos de tráfico** y potenciar el disfrute del paisaje culinario
- Mejorar la **señalización turística** del territorio, especialmente en zonas rurales



Sostenibilidad, circularidad y contribución a los ODS

- Aumentar el **conocimiento y la conciencia** sobre la sostenibilidad y la economía circular
- Abordar la **disminución** generalizada de las producciones agrícolas y pesqueras
- Reducir el **desperdicio alimentario** en el territorio
- Diversificar los ingresos económicos en el **sector primario**
- Fomentar el desarrollo de **redes de suministro** alimentario local y los ciclos cortos de producción
- **Equilibrar la demanda local y turística** de productos agroalimentarios



Capital humano y talento

- Ampliar la **oferta formativa** en ámbitos relacionados con la enogastronomía y educación superior
- Impulsar la mejora de las **condiciones laborales** de la hostelería
- **Atraer y retener talento** en el sector turístico y enogastronómico
- Adaptar los **itinerarios formativos** a las necesidades del sector y la sociedad
- Fomentar el **emprendimiento** en el sector turístico y agroalimentario
- Fomentar la **educación y orientación** temprana en materia agroalimentaria, cultura gastronómica local y profesiones relacionadas con el sector
- Reconocer y poner en valor el **talento** existente en el turismo enogastronómico de las Illes Balears.



Plan Estratégico de Turismo enogastronómico de las Illes Balears

Principales conclusiones del diagnóstico

Marca, promoción y comercialización

- Desarrollar una **narrativa común y atractiva**
- Fortalecer la **estrategia conjunta de marcas**, comercialización y comunicación
- Mejorar el **posicionamiento nacional e internacional** como destino enogastronómico
- Ampliar la **presencia de experiencias de turismo gastronómico** en plataformas de comercialización
- Promover el **recetario tradicional** del territorio como parte integral de la oferta enogastronómica
- Mejorar la **visibilidad** de los productos enogastronómicos locales en puntos de entrada al territorio



Gobernanza y articulación sectorial

- Consolidar la **colaboración interadministrativa** entre las Consellerías relacionadas con el turismo enogastronómico
- Mejorar la **transversalidad** del turismo como palanca de gobernanza y competitividad sectorial
- Fortalecer la **articulación y cooperación** entre los diferentes actores
- Fortalecer el **liderazgo y la comunicación** en el desarrollo de políticas impulsoras del turismo enogastronómico
- Avanzar en el desarrollo del **Sistema Estratégico de Inteligencia Turística de las Islas Baleares (SEITIB)**



Conocimiento y digitalización

- Abordar la **limitada digitalización** del sector primario
- Trabajar en la disminución de la **brecha digital** en las empresas del sector
- Proporcionar **acompañamiento y asesoría** en implementación de tecnologías
- Impulsar la capacidad del tejido empresarial para afrontar la **transformación digital**



Productos, eventos y experiencias turísticas

- **Innovar y diversificar** en el diseño de nuevas actividades y experiencias gastronómicas combinadas
- Establecer **redes sólidas** entre agentes de productos y experiencias enogastronómicas
- Formar al **sector primario** en herramientas de creación y comercialización de productos turísticos
- Facilitar la **identificación de experiencias enogastronómicas** en el territorio
- Crear **espacios de encuentro** entre productores y visitantes para promover los productos locales
- Diseñar y desarrollar **rutas enoturísticas** con base en la colaboración





2.

El horizonte 2035



Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

Contenidos

La formulación estratégica se ha estructurado en torno a diferentes apartados:



Misión estratégica

Se ha definido de forma clara y concisa el **propósito fundamental** y la razón de ser del plan estratégico en base a sus diferentes ejes estratégicos.



Visión estratégica

Se ha enunciado la **aspiración del turismo enogastronómico en las Illes Balears**, donde se expone el estado futuro deseado en el marco temporal del plan estratégico 2024-2035



Valores

Se han identificado los **valores y normas de actuación** que marcarán la actividad del Plan Estratégico para la consecución de su Visión.



Objetivos estratégicos

Se han formulado los **objetivos** que determinan las actuaciones principales a ejecutar para poder alcanzar su visión en los distintos momentos clave de la estrategia



Ejes estratégicos

Se han formulado los **ejes estratégicos** sobre los que se **vertebrará la estrategia** y sobre los que se **estructurarán las grandes actuaciones**



Líneas de trabajo

Se ha realizado un planteamiento preliminar de las líneas de trabajo que marcarán la **actuación del Plan estratégico en el horizonte 2024-2035**



Proyectos

Se ha trabajado en la formulación de **proyectos sobre los que se desplegarán las distintas iniciativas** que configurarán la estrategia de turismo enogastronómico





La misión es una declaración clara y concisa que define el **propósito fundamental** y la **razón de ser** del plan estratégico sirviendo como guía para orientar las actividades, movilizar recursos y establecer prioridades, asegurando que todos los agentes involucrados trabajen hacia un mismo objetivo común, de manera **coherente y alineada** con los valores del plan.

Sentar las bases de un modelo turístico enogastronómico de las Illes Balears que potencie el **patrimonio y cultura** culinaria del territorio y mejore la competitividad de toda la **cadena de valor enogastronómica**. Todo ello alineándose con el desarrollo sostenible y la Estrategia de Destino de las islas y a través de estrategias de **marketing** conjuntas que posicionen el destino internacionalmente destacando su autenticidad, la atracción y desarrollo de talento especializado, la digitalización e innovación y una **gobernanza** colaborativa institucional y empresarial.





La visión constituye el **estado futuro deseado**: la aspiración en turismo enogastronómico. Se trata de un enunciado que expone cómo desea posicionarse el destino en el marco temporal del plan para avanzar **hacia el cumplimiento de su misión**.

Lograr que las Illes Balears sean reconocidas internacionalmente como un destino enogastronómico **líder en el Mediterráneo**, destacando por su **identidad singular** y la autenticidad de su patrimonio culinario y vinícola donde los visitantes disfruten y conecten profundamente con la **tradicción** y cultural local. Todo ello en un marco de **desarrollo sostenible** que garantice la **preservación del territorio** y el crecimiento del **sector productivo** local, así como favorecer al **equilibrio social** para la prosperidad y continuidad del turismo enogastronómico en las islas.



Valores



Constituyen los **compromisos, principios y normas de actuación internas/externas** que marcan la actuación del sector, su cultura y la forma de consecución de su Visión. Rigen la actuación interna y externa del turismo enogastronómico de las Illes Balears.

Autenticidad

Poner en valor los productos locales, las tradiciones culinarias y el patrimonio cultural **auténtico, propio y diferencial** de las Illes Balears, garantizando una experiencia turística profundamente conectada con la identidad del territorio.

Excelencia

Fomentar una oferta enogastronómica distinguida por **su excelencia a través de la calidad de sus productos locales** y la formación especializada de los profesionales del sector, con el objetivo de garantizar una experiencia inolvidable y diferenciada para los turistas.

Cooperación

Impulsar un modelo de gobernanza basado en la colaboración, el **compromiso y la transparencia** que permita la cooperación entre la administración, el sector turístico y el productivo a través de alianzas interadministrativas e intersectoriales y así maximizar sinergias garantizando una **gestión conjunta y eficaz**, que beneficie tanto al destino como a la población local.

Compromiso

Promover un **compromiso real con el respeto y la preservación del entorno natural**, promoviendo prácticas responsables en la producción de alimentos y el turismo que minimicen el impacto ambiental y fomenten el uso de recursos locales y sostenibles.

Cercanía

Ser capaz de crear una **experiencia accesible, auténtica y personalizada** para los visitantes, fomentando una conexión profunda entre ellos y la cultura local, a través de los productos gastronómicos y vinícolas de km0, las tradiciones y sector productivo enogastronómico local.

Flexibilidad

Alcanzar una **mayor resiliencia** ante las variaciones del entorno competitivo y en constante cambio del sector enogastronómico a través de la flexibilización de las actuaciones de las instituciones y del tejido empresarial y afrontar así de forma efectiva los **desafíos y oportunidades que presentan**.



Objetivos estratégicos



Hacen referencia a los fines que determinan las **actuaciones principales** que tienen que ejecutarse para alcanzar su visión en distintos momentos o hitos del plan estratégico. Deben ser **claros, coherentes, medibles y alcanzables**.

Preservar la **identidad gastronómica** de las Illes Balears, como expresión del **legado del Mediterráneo**, integrando en la oferta turística su **cultura, paisajes, despensa y tradiciones culinarias**

Avanzar en la **colaboración, cogobernanza y generación de sinergias** entre los diferentes actores del sector enogastronómico y turístico para crear una **red sólida y cohesionada** que lidere eficazmente la evolución del turismo enogastronómico

Promover una **imagen cohesionada** que refleje la **riqueza y diversidad** de su cultura enogastronómica, y la **variedad** que representan los **elementos propios** de cada isla

Integrar la **sostenibilidad** en todas las áreas del desarrollo del turismo enogastronómico, promoviendo **prácticas responsables y sostenibles** y destacando este **compromiso** en la imagen y promoción del destino

Fomentar el **papel activo** de los residentes de las islas como **consumidores, productores, comunicadores y custodios del patrimonio gastronómico local**

Desarrollar la **competitividad y sostenibilidad** de la cadena de valor del sector enogastronómico de las Illes Balears mediante la **digitalización, formación, apuesta por el talento y capital humano, innovación y colaboración** entre los diferentes actores

Impulsar el sector enogastronómico como **elemento vertebrador del territorio** y la oferta turística, poniendo en valor los productos locales para posicionarlos como referentes de **calidad, autenticidad y una alimentación sostenible y saludable**, y garantizar un **equilibrio** entre la **demanda** para el consumo local y el consumo turístico

Potenciar el turismo como un elemento clave para **diversificar la actividad del sector primario** y fomentar un **crecimiento socioeconómico equilibrado** en las Illes Balears, asegurando una distribución más **equitativa** de los beneficios económicos en todo el territorio





Son los principales **ámbitos de actuación** sobre los que se vertebrará el plan estratégico y sobre los que se estructurarán las grandes actuaciones en el nuevo ciclo de planificación:

Eje

Descripción

Cultura y territorio

Responde a las múltiples **capacidades del territorio** en cuestiones relacionadas con la **cultura y patrimonio enogastronómico** del territorio, la **identidad gastronómica y de pertenencia de los residentes**, los **paisajes y producción y productos enogastronómicos** locales, así como con cuestiones relacionadas con sus **infraestructuras y conectividad** que permiten configurar entorno idóneo para el turismo enogastronómico.

Cadena de valor

Responde a todos los **eslabones de la cadena de valor** del turismo enogastronómico de las Illes Balears, focalizándose en la **competitividad** y el **trabajo colectivo** del tejido empresarial para el **desarrollo y la innovación de productos**, eventos y experiencias turísticas, la **formación** y el fortalecimiento del **capital humano y talento**, así como la mejora de la **digitalización y el conocimiento** del sector.

Marketing

Responde a la **marca e imagen** del turismo enogastronómico de las Illes Balears destacando su **identidad y rica cultura culinaria** a través de un **storytelling** coherente y atractivo que resalte la historia, tradición y singularidad de la gastronomía balear, así como a cuestiones relativas a la **promoción y comercialización** del territorio como destino enogastronómico en los mercados nacionales e internacionales para la atracción de un **público diverso** y el fomento de un **turismo más sostenible y consciente**.

Gobernanza

Responde a la **colaboración** eficaz entre todos los agentes públicos y privados que participan en la cadena de valor del turismo enogastronómico en las Illes Balears para impulsar su desarrollo sostenible y sostenido asentado sobre la **inteligencia turística** y la **participación en redes y alianzas** que promuevan la generación de sinergias entre el sector primario y el turístico para facilitar el trabajo conjunto en aras de **maximizar el valor y la competitividad del sector**.



Ejes y líneas estratégicas



Se han establecido los principales **ámbitos de actuación y áreas de trabajo** sobre los que se vertebrará el plan estratégico y sobre los que se estructurarán las grandes actuaciones y proyectos en el nuevo ciclo de planificación:

EJES

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| | |
|----------------------|--|
| Cultura y territorio | 1.1. DEFINICIÓN E INTEGRACIÓN DE LA CULTURA ENOGASTRONÓMICA DE LAS ILLES BALEARS |
| | 1.2. PRESERVACIÓN Y PROMOCIÓN PATRIMONIO NATURAL ASOCIADO A LA ENOGASTRONOMÍA |
| | 1.3. MEJORA DE LA MOVILIDAD Y CONECTIVIDAD |
| Cadena de valor | 2.1 APUESTA POR LA DIVERSIFICACIÓN Y DESESTACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA |
| | 2.2 ATRACCIÓN, DESARROLLO Y APOYO AL TALENTO |
| | 2.3 INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD, RESPONSABILIDAD Y ÉTICA |
| | 2.4 IMPULSO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN |
| Marketing | 3.1 CONSOLIDACIÓN DE LA MARCA E IMAGEN ENOGASTRONÓMICA DE LAS ILLES BALEARS |
| | 3.2 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA EN EL TURISMO |
| | 3.3 COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD INTERNA DE LA IDENTIDAD ENOGASTRONÓMICA BALEAR |
| | 3.4 MEJORA DE LA VISIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS ENOGASTRONÓMICOS LOCALES |
| Gobernanza | 4.1 CONSOLIDACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PÚBLICA Y PÚBLICO-PRIVADA |
| | 4.2 PARTICIPACIÓN EN REDES DE COLABORACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS |
| | 4.3 DESARROLLO DEL SISTEMA ESTRATÉGICO DE INTELIGENCIA TURÍSTICA |



3.

El Plan Operativo 2025-2030



Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

El Plan Operativo 2025-2030

Los proyectos a desarrollar



1.1. Definición e integración de la cultura enogastronómica de las Illes Balears

1.1.1 Recopilación y estudio de productos locales

- Actualizar los inventarios de productos enogastronómicos locales de cada isla
- Elaborar material divulgativo sobre estos productos
- Formar y capacitar a profesionales sobre la importancia de estos productos
- Actualizar la web de Illes Balears Qualitat con toda esta información

1.1.2 Formulación de un decálogo de la Gastronomía Balear

- Determinar los fundamentos de la gastronomía balear (platos, tradiciones)
- Consultar a los actores locales para debatir y consensuar el decálogo
- Integrar el decálogo en la oferta turística
- Controlar la adopción del decálogo por actores locales y profesionales

1.1.3 Integración y comunicación del recetario de la gastronomía balear existente

- Estructurar y digitalizar el recetario existente
- Integrar vídeos, fotografías o tutoriales paso a paso de recetas
- Traducir el recetario a otros idiomas relevantes
- Implantar sistemas para su comunicación, promoción y mejora continua

1.1.4 Impulsar el desarrollo de actividades y eventos enogastronomicos fundamentados en la cocina tradicional

- Inventariar eventos y festivales enogastronómicos existentes
- Identificar oportunidades y diseñar nuevas actividades y eventos
- Identificar colaboraciones y alianzas estratégicas con actores clave
- Desarrollar campañas de promoción y visibilidad de estas actividades



1.2. Preservación y promoción patrimonio natural asociado a la enogastronomía

1.2.1 Estudio e identificación de paisajes naturales asociados a la enogastronomía para su preservación

- Investigar y recopilar datos sobre los paisajes naturales en las Illes Balears que tengan relevancia enogastronómica
- Evaluar el impacto de la actividad humana en estos paisajes
- Desarrollar estrategias de preservación y promoción sostenible

1.2.2 Diseño de rutas enogastronómicas que integren visitas a paisajes y monumentos naturales

- Catalogar viñedos, bodegas, almazaras y monumentos naturales relevantes
- Seleccionar puntos de interés representativos y atractivos para rutas
- Diseñar itinerarios y rutas detalladas con visita a recursos identificados
- Establecer colaboraciones con actores locales para su promoción

1.2.3 Revitalización de centros de interpretación sobre la tradición agrícola balear y paisajes naturales asociados

- Analizar el estado actual de centros de interpretación (estado, recursos)
- Renovar las infraestructuras y contenido educativo de los mismos
- Capacitar a guías turísticos y personal de los centros en tradición enogastronómica y tecnologías



1.3. Mejora de la movilidad y conectividad

1.3.1 Estudio, formulación y despliegue de planes específicos de mejora de movilidad y conectividad

- Analizar la situación actual de la movilidad y conectividad en zonas rurales y turísticas recopilando las necesidades de residentes y turistas
- Diseñar una estrategia integral de movilidad sostenible y transporte activo
- Formular planes específicos para cada área

1.3.2 Fomento de un sistema transporte público sostenible y adaptado

- Analizar la red de transporte público existente (rutas, frecuencias, capacidad) y su impacto ambiental
- Proporcionar soluciones sostenibles y tecnologías limpias para reducir la huella de carbono
- Ofrecer soluciones de movilidad completa y flexible

1.3.3 Señalización inteligente con foco en los recursos enogastronómicos

- Evaluar las necesidades de señalización de los recursos enogastronómicos
- Desarrollar contenido informativo sobre los recursos
- Integrar sistemas de señalización inteligentes (QR, Apps)





2.1 Apuesta por la diversificación y desestacionalización de la oferta turística

2.1.1 Impulso al desarrollo colaborativo y conjunto de productos y experiencias turísticas enogastronómicas desestacionalizadores

- Identificar productos existentes enogastronómicos a desarrollar fuera de temporada
- Analizar ejemplos exitosos de regiones que implementen productos desestacionalizadores
- Detectar oportunidades de colaboración y retos a afrontar en el desarrollo de este tipo de experiencias
- Diseñar productos y experiencias enogastronómicas con temáticas estacionales

2.1.2 Apoyo al emprendimiento enogastronómico

- Impulsar eventos de networking y encuentros empresariales para la colaboración entre empresarios
- Facilitar y/o crear acceso a financiación mediante fondos de inversión específicos para empresarios enogastronómicos
- Promover la participación de emprendedores en ferias, eventos y competiciones gastronómicas



2.2 Atracción, desarrollo y apoyo al talento

2.2.1 Fortalecimiento y actualización de la oferta formativa relacionada con el turismo enogastronómico

- Realizar un estudio detallado sobre necesidades formativas del sector enogastronómico y tendencias
- Promover diseño de programas formativos que integren tecnología y sostenibilidad
- Crear espacios de trabajo conjuntos y colaborativos con agentes involucrados para implementar mejoras

2.2.2 Apoyo para la adaptación de los itinerarios formativos a las necesidades del sector y la sociedad

- Organizar mesas redondas y talleres con expertos en enogastronomía
- Realizar encuestas y entrevistas con empresarios, trabajadores y otros agentes
- Revisar y actualizar los contenidos de los programas formativos existentes
- Colaborar con empresas del sector para comprender mejor sus necesidades y expectativas

2.2.3 Diseño de programas de orientación y formación conjunta hacia profesionales enfocados a la mejora continua, especialización y excelencia en el servicio

- Analizar y listar las competencias y perfiles profesionales más demandados en el sector enogastronómico.
- Evaluar las necesidades de formación de los profesionales del sector y las barreras para su desarrollo
- Diseñar un programa de orientación temprana con una visión realista de las oportunidades en el sector
- Proporcionar recursos y herramientas para que los docentes puedan motivar y guiar a los estudiantes
- Participar en ferias educativas y eventos del sector locales para presentar los programas educativos





2.3 Integración de la sostenibilidad, responsabilidad y ética

2.3.1 Desarrollo de programas de sensibilización sobre sostenibilidad enogastronómica

- Crear materiales didácticos e informativos que difundan prácticas sostenibles para reducir el desperdicio alimentario e impulsen la preservación de los paisajes enogastronómicos entre el sector enogastronómico
- Organizar y/o participar en talleres o jornadas de sensibilización sobre preservación natural y sostenibilidad
- Promover entre los empresarios la implantación de reconocimientos/certificaciones en sostenibilidad

2.3.2 Despliegue de iniciativas alineadas con la responsabilidad social y corporativa

- Ofrecer información y sensibilizar sobre el desarrollo de políticas de responsabilidad social corporativa (RSC)
- Elaborar un código ético que guíe las prácticas de RSC en el sector
- Participar en redes y foros de RSC para compartir experiencias y aprender de buenas prácticas

2.3.3 Planificación estratégica para el equilibrio de la demanda de productos agroalimentarios

- Identificar patrones de oferta y demanda de productos específicos.
- Proporcionar al sector primario agroalimentario ayudas, formación y acceso a tecnologías avanzadas
- Impulsar políticas que fomenten la diversificación de cultivos
- Desarrollar estrategias de difusión y marketing para promover el consumo responsable y sostenible



2.4 Impulso a la transformación digital e innovación

2.4.1 Desarrollo programas de acompañamiento para la digitalización y uso de nuevas tecnologías

- Detectar las barreras y desafíos específicos de las empresas a la hora de adoptar nuevas tecnologías
- Desarrollar un programa de acompañamiento para promover la digitalización del sector
- Impulsar el desarrollo de herramientas de autoevaluación para empresas
- Organizar talleres, cursos y jornadas informativas o de sensibilización sobre digitalización y tecnologías emergentes

2.4.2 Gestión de fondos y ayudas para la digitalización del sector

- Identificar y documentar las oportunidades disponibles de fondos y ayudas
- Desarrollar una plataforma en línea que centralice información al respecto
- Ofrecer servicios de asesoramiento y apoyo técnico a los solicitantes
- Organizar jornadas/sesiones informativas para explicar convocatorias y los procesos de solicitud.





3.1 Consolidación de la marca e imagen enogastronómica de las Illes Balears

3.1.1 Desarrollo de narrativa común y atractiva de Illes Balears como destino enogastronómico

- Desarrollar una narrativa central fundamentada en la esencia de la experiencia enogastronómica balear, destacando elementos como la autenticidad, la sostenibilidad, la calidad y la diversidad.
- Diseñar subnarrativas para la oferta enogastronómica de las diferentes islas.
- Crear fotografías y videos de alta calidad que capturen la belleza, riqueza y tradición enogastronómica balear

3.1.2 Diseño y puesta en marcha de la marca enogastronómica de Illes Balears

- Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la oferta enogastronómica balear.
- Definir los valores fundamentales que construirán la marca enogastronómica balear
- Diseñar un nombre atractivo para la marca, un logotipo que refleje la identidad y valores previamente definidos y un eslogan que resuma la propuesta de valor de la marca de manera concisa y atractiva.
- Diseñar un plan de comunicación integral que abarque todos los canales (online y offline)

3.1.3 Fortalecimiento de la estrategia conjunta de marcas, comercialización y comunicación

- Diseñar una estrategia de marketing conjunta con objetivos claros, compartidos y alineados
- Establecer colaboraciones para ampliar el alcance de las campañas y fortalecer la presencia de la marca en el mercado local, nacional e internacional.
- Involucrar al propio sector privado enogastronómico en la comunicación y comercialización de la marca a



3.2 Promoción y comercialización de la identidad gastronómica en el turismo

3.2.1 Definición e implementación de un plan comercial

- Desarrollar un plan de acción comercial que incluya las actividades, responsables, recursos necesarios y los plazos de ejecución.
- Asegurar la disponibilidad de los recursos financieros, humanos y tecnológicos
- Realizar comprobaciones periódicas para evaluar el rendimiento del plan y su mejora

3.2.2 Desarrollo de iniciativas de soporte promocional

- Generar contenido visual y textual atractivo para sitios web y redes sociales
- Organizar eventos de lanzamiento de nuevas experiencias enogastronómicas
- Crear y mantener un sitio web dedicado a la enogastronomía de Baleares, con información detallada por isla
- Desarrollar Apps que faciliten el acceso a información y reservas de experiencias enogastronómicas.

3.2.3 Participación en ferias de turismo enogastronómico y eventos de gastronomía nacionales e internacionales

- Identificar y seleccionar ferias y eventos nacionales e internacionales relevantes para el sector
- Desarrollar y preparar materiales promocionales para distribuir durante el evento.
- Asistir a conferencias, seminarios y sesiones de networking
- Evaluar el éxito de la participación en el evento en función de los objetivos establecidos a través de KPI





3.3 Comunicación y visibilidad interna de la identidad enogastronómica balear

3.3.1 Integración de la identidad enogastronómica en figuras reconocidas como "embajadores" de la enogastronomía de baleares

- Desarrollar propuestas de colaboración que destaquen los beneficios a lograr.
- Colaborar con los embajadores para crear contenido exclusivo.
- Organizar y/o participar en eventos enogastronómicos en los que los embajadores participen activamente

3.3.2 Impulso de iniciativas que apoyen el reconocimiento del sector

- Impulsar la implantación de programas de certificación en calidad (SICTED, Q calidad, ISO 9001, etc.)
- Organizar workshops y seminarios sobre mejores prácticas en mejora de la calidad y sostenibilidad.
- Crear un programa de premios anuales que destaque a los productos, chefs y experiencias enogastronómicas



3.4 Mejora de la visibilidad de los productos enogastronómicos locales

3.4.1 Desarrollo de campañas específicas en puntos de acceso de turistas

- Identificar y evaluar los puntos de acceso/entrada de turistas con mayor relevancia en las Illes Balears
- Analizar el perfil de los turistas que visitan estos puntos de acceso
- Colocar anuncios en puntos de acceso clave identificados a través de cartelería y pantallas digitales
- Trabajar con compañías de transporte para incluir material promocional

3.4.2. Fomentar la presencia de experiencias de turismo gastronómico balear en plataformas de comercialización especializadas

- Listar e identificar plataformas de comercialización especializadas en turismo gastronómico
- Evaluar el potencial de cada plataforma (audiencia, mercado objetivo y capacidad)
- Desarrollar perfiles detallados de las experiencias gastronómicas disponibles en Baleares
- Establecer alianzas con agencias de viajes, turoperadores y organizaciones turísticas

3.4.3 Apoyar la promoción enogastronómica del sector productivo local

- Realizar un estudio de los actores clave del sector productivo local, su oferta y los desafíos
- Desarrollar campañas de marketing específicas que resalten la calidad y singularidad de los productos
- Fomentar colaboraciones entre los productores locales y empresas del sector turístico
- Diseñar materiales promocionales sobre la historia de los productos locales
- Ofrecer talleres y recursos prácticos para capacitar a los productores sobre estrategias de marketing



El Plan Operativo 2025-2030

Los proyectos a desarrollar



Eje 4: Gobernanza



4.1 Consolidación y fortalecimiento de la colaboración público-pública y público-privada

4.1.1 Desarrollo de espacios de colaboración interadministrativa e intersectorial a través de foros de diálogo y cooperación

- Identificar y mapear a todas las partes interesadas relevantes
- Implantar un plan de comunicación específico
- Documentar todas las reuniones y actividades del foro
- Crear el club de producto enogastronómico balear

4.1.2. Fomentar la participación activa y liderazgo del sector privado en el desarrollo de políticas públicas enogastronómicas

- Organizar mesas de trabajo sectoriales
- Ofrecer capacitaciones sobre normativas y gobernanza
- Mapear actores clave del sector privado
- Crear un comité permanente de diálogo



4.2 Participación en redes de colaboración y alianzas estratégicas

4.2.1 Participación en redes de interés para el sector enogastronómico

- Identificar y listar las redes de interés locales, nacionales e internacionales
- Designar representantes oficiales que asistirán a eventos de las redes
- Participar activamente en congresos, seminarios y ferias organizadas
- Realizar un seguimiento periódico de las tendencias y novedades difundidas
- Impulsar la innovación dentro del sector enogastronómico balear

4.2.2 Desarrollo de alianzas estratégicas con agentes de interés enogastronómicos clave

- Definir objetivos claros y específicos que se desean alcanzar
- Coordinar reuniones y encuentros para discutir oportunidades
- Participar en eventos de networking y foros del sector
- Diseñar un plan de comunicación para informar sobre avances/resultados

4.2.3 Acudir y acoger foros de turismo y enogastronomía

- Seleccionar foros, conferencias y eventos relevantes
- Realizar un diagnóstico de capacidades y recursos
- Desarrollar un programa de bienvenida atractivo que resalte las capacidades únicas de las islas para ser anfitrionas de dichos eventos.
- Formar un equipo de apoyo y coordinación



4.3 Desarrollo del sistema estratégico de inteligencia turística

4.3.1 Diseño de una ontología y taxonomía de principales datos de turismo enogastronómico

- Crear un modelo de ontología que represente los conceptos clave
- Implementar la ontología y taxonomía en herramientas y plataformas
- Ofrecer formación específica
- Realizar revisiones periódicas para actualizar la ontología y taxonomía

4.3.2 Producción estadística sobre la actividad, demanda y cadena de valor del turismo enogastronómico

- Realizar un diagnóstico de los datos estadísticos y fuentes de datos actuales
- Desarrollar un plan de acción que defina recursos, plazos y responsables
- Diseñar encuestas y cuestionarios adaptados a distintos segmentos
- Publicar informes detallados así como dashboards interactivos
- Implementar procedimientos de control de calidad

4.3.3 Apoyo a la constitución del Sistema Estratégico de Inteligencia Turística de las Islas Baleares (SEITIB)

- Desarrollar un plan de comunicación sobre el progreso del SEITIB
- Desarrollar y coordinar sistemas y herramientas de retroalimentación
- Organizar eventos, jornadas de sensibilización y talleres
- Recoger feedback de los usuarios y agentes involucrados

4.3.4 Formación para profesionales del sector en el uso y aprovechamiento de la inteligencia y datos

- Impulsar el diseño de formaciones a empresarios y profesionales
- Desarrollar material divulgativo/orientativo (guías, manuales, decálogos)
- Organizar y/o participar activamente en seminarios y webinars
- Promover el desarrollo de una red de profesionales



El Plan Operativo 2025-2030

La hoja de ruta de implementación

Con el fin de **ordenar y garantizar una correcta implementación** del Plan Estratégico conforme al horizonte temporal establecido y los recursos disponibles, se han priorizado y calendarizado los proyectos previamente presentados:

| Eje | Líneas estratégicas | Proyectos | Prioridad | 2025 | | 2026 | | 2027 | | 2028 | | 2029 | | 2030 | | 2031 | | 2032 | | 2033 | | 2034 | | 2035 | |
|--|--|---|-----------|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|
| | | | | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 |
| Cultura y territorio | 1.1. Definición e integración de la cultura enogastronómica de las illes balears | 1.1.1 Recopilación y estudio de productos locales | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1.1.2 Formulación de un Decálogo de la Gastronomía Balear | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1.1.3 Integración y comunicación del recetario de la gastronomía balear existente | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1.1.4 Impulso al desarrollo de actividades y eventos enogastronómicos fundamentadas en la cocina tradicional | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1.2. Preservación y promoción patrimonio natural asociado a la enogastronomía | 1.2.1 Estudio e identificación de paisajes naturales asociados a la enogastronomía para su preservación | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1.2.2 Diseño de rutas enogastronómicas que integren visitas a paisajes y monumentos naturales | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1.2.3 Revitalización de centros de interpretación sobre la tradición agrícola balear y paisajes naturales asociados | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1.3. Mejora de la movilidad y conectividad | 1.3.1 Estudio, formulación y despliegue de planes específicos de mejora de la movilidad y conectividad | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1.3.2 Fomento de un sistema transporte público sostenible y adaptado a horarios de turistas, residentes, trabajadores y otros agentes | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3.3 Desarrollo de una señalización inteligente con foco en los recursos enogastronómicos | | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cadena de valor | 2.1 Apuesta por la diversificación y desestacionalización de la oferta turística | 2.1.1 Impulso al desarrollo colaborativo y conjunto de productos y experiencias turísticas enogastronómicas desestacionalizadores | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.1.2 Apoyo al emprendimiento enogastronómico | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2.2 Atracción, desarrollo a apoyo al talento | 2.2.1 Fortalecimiento y actualización de la oferta formativa relacionada con el turismo enogastronómico | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.2.2 Apoyo para la adaptación de los itinerarios formativos a las necesidades del sector y la sociedad | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.2.3 Diseño de programas de orientación y formación conjunta hacia profesionales enfocados a la mejora continua, especialización y excelencia en el servicio | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2.3 Integración De La Sostenibilidad, Responsabilidad Y Ética | 2.3.1 Desarrollo de programas de sensibilización sobre sostenibilidad enogastronómica | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.3.2 Despliegue de iniciativas alineadas con la responsabilidad social y corporativa | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.3.3 Planificación estratégica para el equilibrio de la demanda de productos agroalimentarios | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2.4 Impulso a la transformación digital e innovación | 2.4.1 Desarrollo programas de acompañamiento para la digitalización y uso de nuevas tecnologías | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.4.2 Gestión de fondos y ayudas para la digitalización del sector | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



El Plan Operativo 2025-2030

La hoja de ruta de implementación

| Eje | Líneas estratégicas | Proyectos | Prioridad | 2025 | | 2026 | | 2027 | | 2028 | | 2029 | | 2030 | | 2031 | | 2032 | | 2033 | | 2034 | | 2035 | |
|--|--|---|-----------|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|
| | | | | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 | S1 | S2 |
| Marketing | 3.1 Consolidación de la marca e imagen enogastronómica de las illes balears | 3.1.1 Desarrollo de narrativa común y atractiva como destino enogastronómico de las Illes Balears | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 3.1.2 Diseño y puesta en marcha de la marca enogastronómica de las Illes Balears | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 3.1.3 Fortalecimiento de la estrategia conjunta de marcas, comercialización y comunicación | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3.2 Promoción y comercialización de la identidad gastronómica en el turismo | 3.2.1 Definición e implementación de un plan comercial | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 3.2.2 Desarrollo de iniciativas de soporte promocional | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3.2.3 Participación en ferias de turismo enogastronómico y eventos de gastronomía nacionales e internacionales | | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3.3 Comunicación y visibilidad interna de la identidad enogastronómica balear | 3.3.1 Integración de la identidad enogastronómica en figuras reconocidas como "embajadores" de la enogastronomía de balears | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 3.3.2 Impulso de iniciativas que apoyen el reconocimiento del sector | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3.4 Mejora de la visibilidad de los productos enogastronómicos locales | 3.4.1 Desarrollo de campañas específicas en puntos de acceso de los turistas | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.4.2 Fomentar la presencia de experiencias de turismo gastronómico balear en plataformas de comercialización especializadas | | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.4.3 Apoyar la promoción enogastronómica del sector productivo local | | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gobernanza | 4.1 Consolidación y fortalecimiento de la colaboración público-pública y público-privada | 4.1.1 Desarrollo de espacios de colaboración interadministrativa e intersectorial a través de foros de diálogo y cooperación | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 4.1.2 Fomentar la participación activa y liderazgo del sector privado en el desarrollo de políticas públicas enogastronómicas | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4.2 Participación en redes de colaboración y alianzas estratégicas | 4.2.1 Participación en redes de interés para el sector enogastronómico | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 4.2.2 Desarrollo de alianzas estratégicas con agentes de interés enogastronómicos clave | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 4.2.3 Acudir y acoger foros de turismo y enogastronomía | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4.3 Desarrollo del sistema estratégico de inteligencia turística | 4.3.1 Diseño de una ontología y taxonomía de los principales datos de turismo enogastronómico | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 4.3.2 Producción estadística sobre la actividad, demanda y cadena de valor del turismo enogastronómico | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 4.3.3 Apoyo a la constitución del Sistema Estratégico de Inteligencia Turística de las Illes Balears (SEITIB) | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.3.4 Formación para profesionales del sector en el uso y aprovechamiento de la inteligencia y datos | | Alta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |





4.

La gobernanza e implementación del Plan



Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

La gobernanza e implementación del Plan

Modelo de gobernanza

El **desarrollo, implantación y seguimiento** de los avances del Plan estratégico exige la **colaboración y participación coordinada de los actores clave y con competencias directas en el sector** a través de los siguientes organismos:

Comité Directivo del Plan Estratégico

Funciones

- Coordinación de la ejecución técnica y estratégica del plan
- Revisar y actualizar el marco estratégico y hoja de ruta que conforman el plan
- Validar y aprobar los planes de gestión anuales correspondientes a siguientes periodos
- Revisar y validar los informes de seguimiento y de avances del plan estratégico

Composición

Director general de turismo del Gobierno de Illes Balears

Director General de Calidad Agroalimentaria y Producto Local

Director de la Agencia de Estrategia Turística (AETIB)

Asesor de la Dirección General de Turismo

Asesor de la Dirección General de Calidad Agroalimentaria y Producto local

Técnico de la AETIB en calidad de representante del Comité Técnico

Comité técnico del Plan Estratégico

Funciones

- Recopilar y evaluar semestralmente los datos y resultados de la implementación del plan
- Elaborar los informes anuales y planes anuales de gestión
- Informar semestralmente sobre resultados, avances y actualizaciones al Comité de Dirección

Composición

Personal técnico de la DG de turismo

Personal técnico de la DG de Calidad Agroalimentaria y Producto Local

Personal técnico de AETIB



La gobernanza e implementación del Plan

Modelo de implementación

El Plan Estratégico contempla el desarrollo de un **gran número de iniciativas y proyectos durante 2024-2035** y para una gestión y control eficiente de los Planes de Acción (2025-2030 y 2030-2035), así como la operativización y planificación anual, se pondrán en marcha los **Planes Anuales de Gestión**.

El **Comité Técnico** recopilará y evaluará semestralmente los resultados de su implementación que serán validados por el Comité Directivo de la Estrategia. En caso necesario y tras validación del Comité Directivo se incorporarán las mejoras pertinentes y el Comité técnico realizará el **Plan Anual de Gestión de cada ejercicio del plan estratégico** que será, a su vez, revisado y aprobado por el Comité Directivo.



La gobernanza e implementación del Plan

Modelo de seguimiento

Se desarrollará una **evaluación semestral** del nivel de cumplimiento de los **diferentes indicadores del Cuadro de mando integral**, herramienta clave para monitorizar y evaluar el desarrollo del plan, ya que agrupa los indicadores con metas específicas y ajustadas según el modelo de evaluación.

El **Comité Técnico** recopilará los **datos vinculados a estos indicadores** del cuadro de mando integral, así como de su incorporación a los informes anuales y el informe final de evaluación del plan que serán trasladados al Comité Directivo para su aprobación.

Cuadro de mando del Plan Estratégico



Indicadores asociados a los objetivos estratégicos

Permiten el seguimiento del resultado de los **objetivos** y principales logros alcanzados por el plan estratégico.

Recopilación semestral y evaluación anual de los datos vinculados a los indicadores



Indicadores asociados a los proyectos del Plan de Acción

Reflejan los **resultados alcanzados** mediante la ejecución de cada uno de los proyectos contemplados en la hoja de ruta del plan.

Recopilación semestral y evaluación anual de los datos vinculados a los indicadores



Evaluación anual

Los resultados de la evaluación de los indicadores del Cuadro de Mando Integral se recopilarán anualmente en un **informe de evaluación del plan**. Dichos informes se compartirán con los grupos de trabajo sectoriales específicos



Evaluación final

Al finalizar el periodo del marco temporal del plan estratégico, los resultados globales de su implementación se recopilarán en un **informe final de evaluación**. Este informe será presentado a los grupos sectoriales específicos para su aprobación.



Anexos



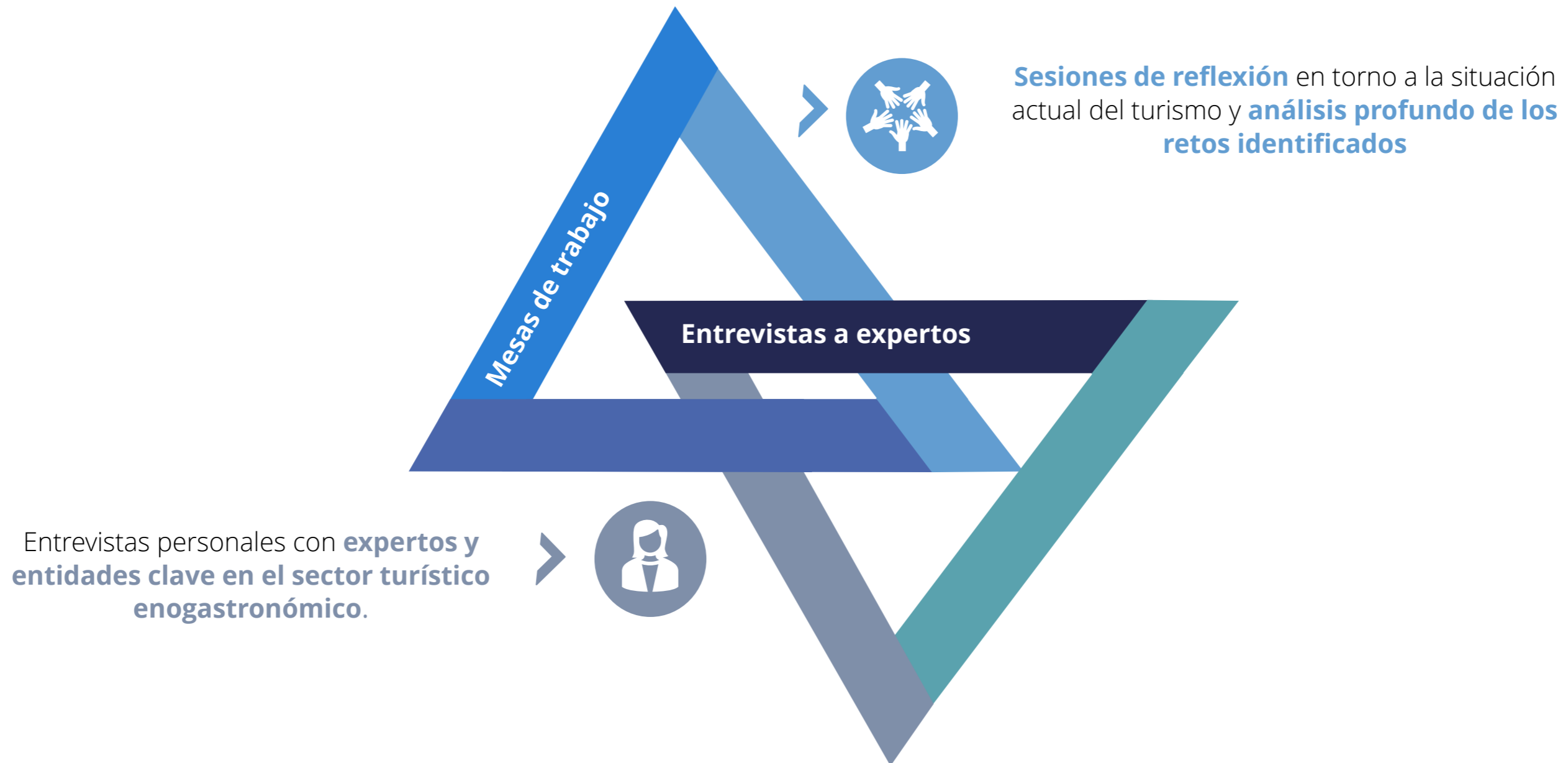
Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

Proceso de participación

A lo largo de la ejecución del proyecto estratégico se ha garantizado una adecuada **representatividad de los distintos agentes del sector con impacto clave** en la industria y sector enogastronómico de las Illes Balears a través de las siguientes dinámicas:



Mesas de trabajo o gabinetes estratégicos

Compartir, contrastar y profundizar en los trabajos realizados, realizar una reflexión conjunta sobre los principales **elementos estratégicos** y presentar los próximos pasos del plan

7 sesiones



+ 100 Agentes

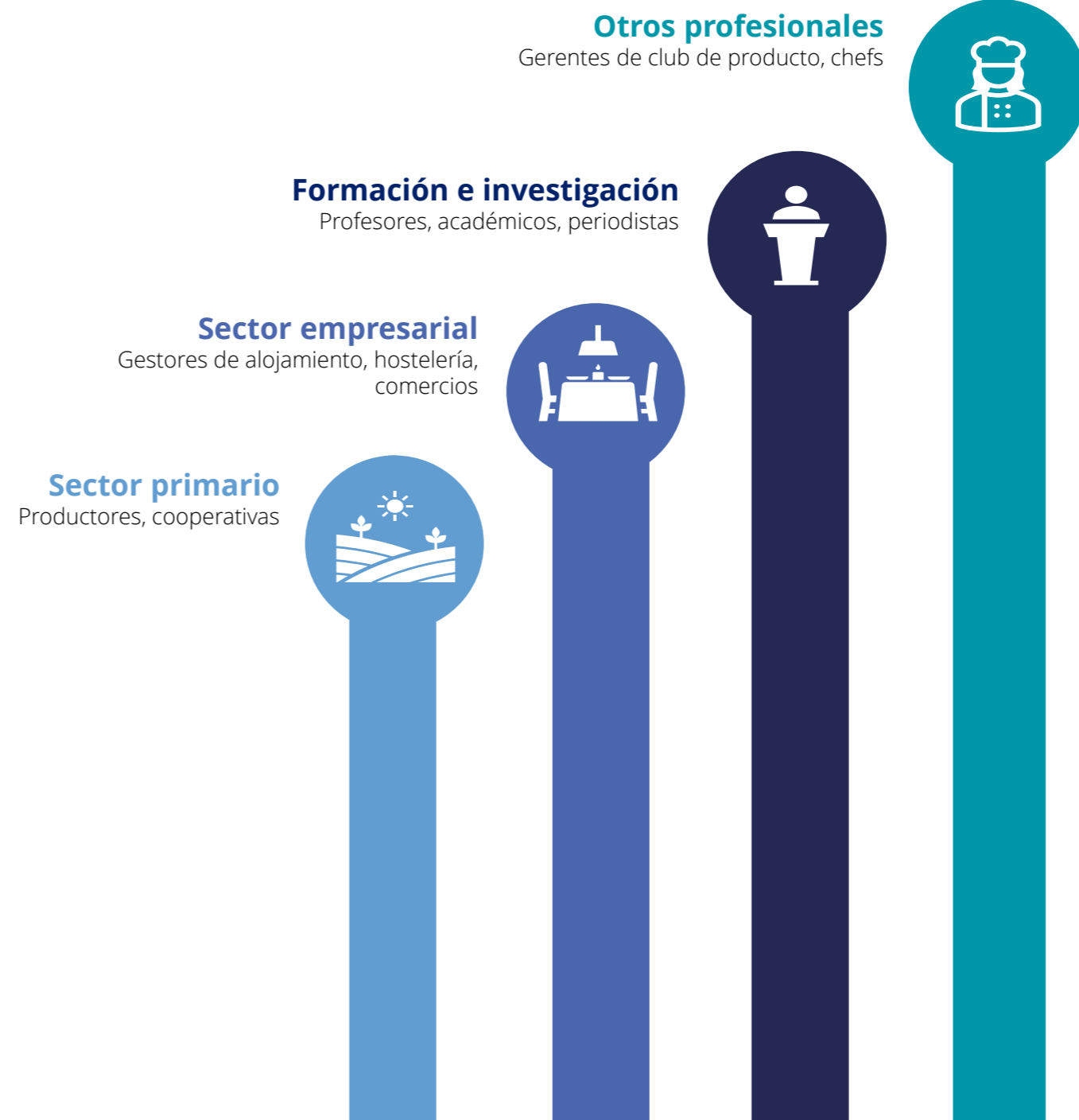


+ 20 Expertos

Contactados para lograr su **involucración en el desarrollo estratégico del plan** e identificar los principales retos y líneas de actuación a futuro



THB hotels



Conclusiones del proceso participativo

Como resultado principal del proceso participativo, se extraen las siguientes conclusiones:



Riqueza y diversidad del patrimonio enogastronómico

Illes Balears cuenta con un **diverso, atractivo y singular patrimonio enogastronómico** que proporciona una base sólida para el desarrollo del turismo enogastronómico. **Es crucial promover experiencias auténticas que preserven estos recursos.**



Colaboración participativa entre agentes involucrados

La colaboración participativa entre **el gobierno, las asociaciones gastronómicas, los empresarios y la comunidad educativa** es esencial para desarrollar políticas y estrategias efectivas, coherentes y alineadas.



Innovación, emprendimiento y talento

Fomentar el **emprendimiento** a través de programas de financiación específica, formación al profesorado y apoyo a proyectos emprendedores preparará a las nuevas generaciones para liderar el sector de **manera innovadora y sostenible.**



Identidad fuerte y reconocible

Es fundamental **crear y consolidar una marca distintiva que refleje los valores y la identidad auténtica de Baleares**, la cual deberá ser coherente, destacando la singularidad de la región y sus productos. Una identidad fuerte y reconocible facilitará la promoción y aumentará la atracción de turistas y consumidores.



Inteligencia turística para obtención y actualización de información enogastronómica

La iniciativa para desarrollar el **Sistema Estratégico de Inteligencia Turística de las Illes Balears (SEITIB)** es una oportunidad clave para modernizar la recopilación y análisis de datos, obtener información detallada y actualizada sobre el comportamiento y preferencias de los turistas, apoyando la planificación y gestión del sector turístico de manera más efectiva.



Embajadores de la enogastronomía balear

Resulta fundamental la **promoción activa de "embajadores" de la enogastronomía balear**, cruciales para consolidar la identidad culinaria local a nivel nacional e internacional y garantizar el acceso de turistas a los productos locales de las islas.





El presente informe/documento ha sido preparado de conformidad con los términos establecidos en el contrato de fecha 7 de mayo de 2024 que incluye la Propuesta y posteriores documentos anexos.

Deloitte no controla el funcionamiento, fiabilidad, disponibilidad o seguridad del correo electrónico y por lo tanto no será responsable de ninguna pérdida, daño o perjuicio que resulten de la pérdida, retraso, interceptación por parte de terceros, corrupción, o alteración del contenido de este informe/documento.

El presente informe/documento es estrictamente confidencial y de uso interno de la Sociedad y, no podrá ser entregado, ni permitir el acceso a terceros o hacer referencia al mismo en comunicaciones sin nuestro consentimiento previo por escrito.

“No asumimos responsabilidad en cuanto a la actualización que habría que realizarse del contenido de este documento como consecuencia de aquellos hechos o circunstancias que se produzcan después de la fecha del mismo”

“Corresponderá a la dirección del cliente evaluar y tomar toda decisión de puesta en práctica, ejecución o decisión respecto a las conclusiones contenidas en el informe/documento”

Deloitte hace referencia a Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL») y a su red global de firmas miembro y sus entidades vinculadas, ya sea a una o a varias de ellas. DTTL (también denominada «Deloitte Global») y cada una de sus firmas miembro son entidades jurídicamente separadas e independientes. DTTL no presta servicios a clientes. Para obtener más información, consulte la página www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, legal, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 312.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.





Govern de les Illes Balears

DOCUMENT ELECTRÒNIC

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ

a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b

ADREÇA DE VALIDACIÓ DEL DOCUMENT

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

INFORMACIÓ DELS SIGNANTS

Signant

ARXIU ELECTRÒNIC DEL GOVERN DE LES ILLES BALEARS
COMUNITAT AUTÒNOMA DE LES ILLES BALEARS

Firma amb segell de temps: 20-11-2024 14:11:15 GMT+0100

METADADES ENI DEL DOCUMENT

Identificador: ES_A04003003_2024_ripsgu7ahlik9in97cp9vhr6qvr09p

Nom del document: E21._PE_Enogastronomia_Presentacion.pdf

Versió NTI: <http://administracionelectronica.gob.es/ENI/XSD/v1.0/documento-e>

Tipus de document: Altres

Estat elaboració: Altres

Òrgan: A04003003

Data captura: 20-11-2024 13:20:11 GMT+0100

Origen: Administració

Tipus de signatura: Pades

Pàgines: 37



Adreça de validació:

<https://csv.caib.es/concsvfront/view.xhtml?hash=a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b>

CSV: a494acde9ed4426a28597e2ec1b43c442434544d92fed557ceabe336b6162d7b