

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO CIUTAT D'EIVISSA

Fecha: FEBRERO 2021

Versión: Ejecutiva



Documento desarrollado para el Ajuntament d'Eivissa por

BRAINTRUST
La fuerza de crear
DIVISIÓN DE OCIO Y TURISMO

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN DEL PLAN
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. Diagnóstico: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. Plan Estratégico 2021-2023: TO-BE
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos



1. PRESENTACIÓN DEL PLAN

PLAN ESTRATÉGICO CIUTAT D'EIVISSA



Este plan ha sido definido conjuntamente y a través de la coordinación de la concejalía de turismo del Ajuntament d'Eivissa, con los principales colectivos implicados en el desarrollo turístico de la ciudad, con la idea de realizar un documento transversal que perdure en el tiempo y englobe las diferentes visiones de todos los agentes públicos y privados así como la de los propios habitantes de la ciudad de Eivissa.

El plan estratégico establece de forma detallada la visión, las dimensiones, los objetivos y las líneas de acción propuestas para su desarrollo posterior, por parte del municipio, a través de una metodología de colaboración con toda la sociedad implicada y mejora continua, estableciendo medidas a corto, medio y largo plazo.

La hoja de ruta presentada en este informe establecerá las diferentes líneas de trabajo a desarrollar teniendo en cuenta tanto los objetivos estratégicos como los resultados esperados.

La estructura del documento establece 4 grandes bloques siendo estos:

- **Contexto actual del mercado turístico:** Situación actual del mercado turístico en la era covid y previsiones post-covid.
- **Situación del modelo turístico de la ciudad de Eivissa:** Concepción del modelo actual de Eivissa como ciudad través de dos visiones, interna y externa.
- **Definición de las líneas del plan estratégico.** Visión, dimensiones, objetivos y líneas a trabajar en el plan así como una estrategia base sobre la que se posicionen las diferentes líneas de acción.
- **Guía de ejecución:** Definición de la hoja de ruta y metodología de trabajo para la definición de los diferentes planes de acción para cada una de las líneas definidas, a través de diferentes mesas de trabajo compuestas por la sociedad local.

Los planes de acción creados a posteriori serán añadidos como anexo para su seguimiento por parte de la Gobernanza del plan estratégico.

Se establecerán además los indicadores de medición o KPI's que determinen el éxito de las acciones ejecutadas.

1. PRESENTACIÓN DEL PLAN

PLAN ESTRATÉGICO CIUTAT D'EIVISSA



PRINCIPIOS DEL PLAN

- El Plan estratégico de turismo Ciutat d'Eivissa tiene como referentes principales los 17 objetivos de desarrollo sostenible adoptados por la Asamblea de la ONU en la Agenda 2030.

A su vez cuenta con los siguientes principios:

- Desarrollo económico y social de la ciudad a través de la sostenibilidad mejorando infraestructuras y servicios.
- Fomento de los valores identitarios de la ciudad que muestren su esencia y revaloricen el posicionamiento de Eivissa.
- Refuerzo del patrimonio y la cultura de Eivissa y que, junto con el ocio, la gastronomía y la biodiversidad se conviertan en atributos clave que reflejen la propia identidad única de la ciudad.
- Preservación el entorno que rodea a la ciudad, apostando por una gestión eficiente de los recursos, con el objetivo de reducir el impacto medioambiental que el turismo genera.
- Apoyo a la capacitación y formación de todos los sectores clave del turismo de la ciudad, para ejercer de la mejor manera posible su trabajo.
- Apuesta por la tecnología e innovación favoreciendo experiencias únicas y diferenciales, desarrollando la ciudad como un Destino Turístico Inteligente, dentro del marco RDI (Red de Destinos inteligentes) del cual Eivissa forma parte.
- Promoción de oportunidades de negocio y empleo estables, que aporten beneficios sociales a los habitantes de la ciudad.
- Cooperación de todos los sectores publico-privado, público-público y privado-privado que intervienen en el turismo de la ciudad, estableciendo estrategias conjuntas en la búsqueda de un turismo sostenible.
- Liderazgo institucional por parte de la Alcaldía de Eivissa y de la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento, en el diseño, implantación, ejecución y gobernanza de este Plan, que debe trascender en el tiempo para lograr sus objetivos a largo plazo.

1. PRESENTACIÓN DEL PLAN

PLAN ESTRATÉGICO CIUTAT D'EIVISSA

17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. **OBJETIVO GENERAL**
3. Contexto general del mercado turístico
4. Diagnóstico: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. Plan Estratégico 2021-2023: TO-BE
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

Definición y diseño de un **PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO** que vislumbre las **OPORTUNIDADES**, con foco en el corto plazo para poder contar con **ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN** para la próxima temporada, sin dejar de lado el medio y largo plazo, con la vista puesta en un **TIPO DE TURISMO SOSTENIBLE**, que ponga a la ciudad de **EIVISSA** como **MODELO DE RECUPERACIÓN** primero, y de **SOSTENIBILIDAD** después.





ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. **CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO TURÍSTICO**
4. Diagnóstico: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. Plan Estratégico 2021-2023: TO-BE
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

03. CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO

PREVISIONES TURÍSTICAS

EVOLUCIÓN DEL PIB TURÍSTICO Y PREVISIONES

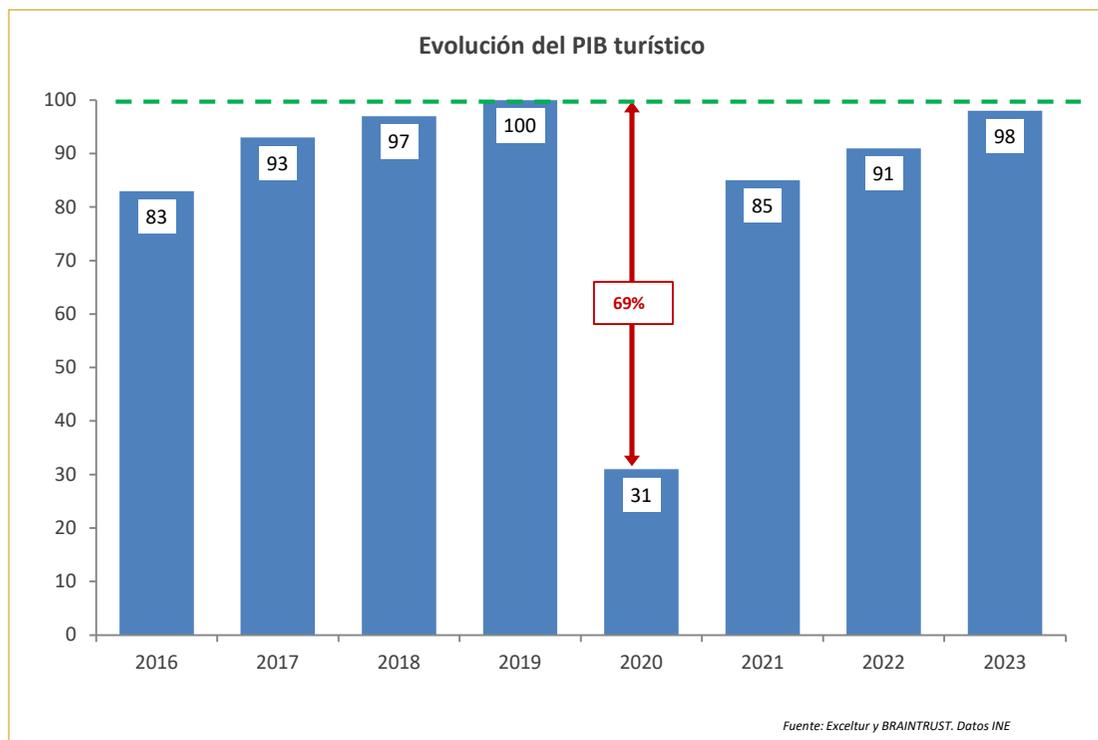


En el segundo semestre de 2020, las estimaciones de CaixaBank Research en base a los datos disponibles en el INE estimaban la contracción del PIB turístico español en un 44%.

Sin embargo y a tenor de los acontecimientos sanitarios ocurridos en el último tramo del año y al inicio de 2021, estas previsiones han sido finalmente peores, como apunta Exceltur. Desde esta fuente y con estimaciones basadas en los últimos Indicadores de Actividad del Sector Servicios e Industria del INE, estiman caídas de hasta el 70%.

Esas cifras aportadas por Exceltur estiman un aporte al descenso del PIB nacional de cerca de un 65%.

En lo que sí coinciden todos los análisis es en la previsión de un importante rebote en 2021 si la situación mejora, aunque no se recuperará totalmente a niveles pre-COVID hasta 2023.



03. CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO

SENTIMIENTO DE MERCADO

TOP-10 DESTINOS PREFERIDOS POR LOS EUROPEOS EN LOS PRÓXIMOS 6 MESES

Otro dato relevante en lo que al sentimiento del viajero se refiere es que España es el destino preferido por los europeos para realizar un viaje a otro país de su entorno en los próximos 6 meses.

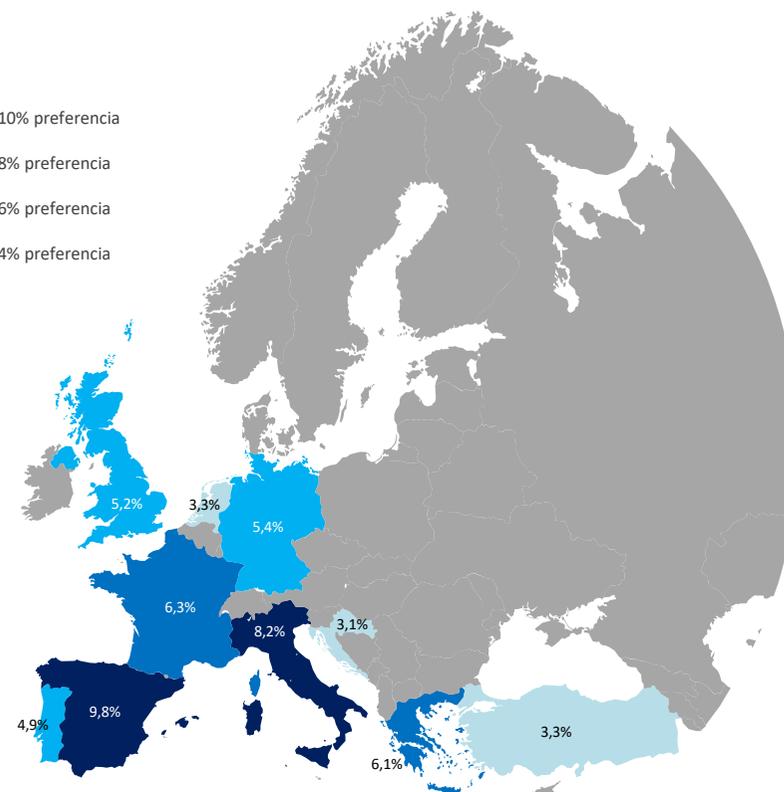
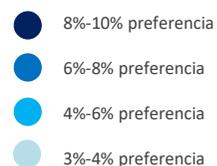
En general, el 85% de esos viajes se realizarán por motivos de ocio, cifra aún mayor entre italianos, británicos y franceses.

La intención declarada de business travel por Europa en el próximo semestre se sitúa en el 8,9%, siendo los suizos y los alemanes los que más disposición manifiestan a realizar este tipo de viajes.

De los datos anteriores se desprende que, si bien España en la actualidad se encuentra en una posición complicada por el desarrollo de la pandemia en el país, situación a la que Eivissa no es ajena, el potencial de recuperación ante una mejora de la situación epidemiológica es muy prometedor, ya que el país sigue en la mente de los viajeros europeos como el primer destino al que ir/volver en el corto plazo.

En general, los destinos del sur de Europa son los preferidos por los viajeros del continente, hecho por el que su economía ha sido más golpeada por la pandemia, pero que a la vez provocaría un rebote mayor ante la esperada mejora de la pandemia.

Cabe destacar que durante este año Ibiza se encuentra entre los destinos españoles más buscados por turistas nacionales para Semana Santa, según las búsquedas de eDreams



Fuente: European Travel Comission. Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel. Enero 2021.
Fuentes :https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2021/02/17/baleares-palma-ibiza-destinos-espanoles-34982051.amp.html?__twitter_impression=true
https://amp.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2021/02/17/1239447/ibiza-entre-destinos-mas-buscados-por-viajeros-nacionales-para-semana-santa.html?__twitter_impression=true

03. CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO

PREVISIONES 2021 MUNICIPIO EIVISSA



A la hora de establecer unas previsiones o escenarios de recuperación para el municipio de Eivissa, se han de tener en cuenta numerosos factores como:

- Estimaciones de recuperación del turismo nacional, teniendo en cuenta en primer lugar las previsiones sanitarias a corto, medio y largo plazo, en segundo lugar, el ritmo de recuperación económica que dejará la pandemia y, por último, las intenciones de viaje de los españoles (con el detalle correspondiente por comunidades autónomas), fechas, etc...
- Estimaciones de recuperación del turismo internacional, especialmente de los mercados principales con destino Ibiza, como pueden ser Alemania, Francia, Italia o Reino Unido.
- En línea con la recuperación de los mercados, estimación del nivel de restricciones existentes entre países en función de la evolución de la situación sanitaria.
- Capacidad de adaptación del tejido sectorial turístico en Eivissa a los diferentes escenarios que puedan darse.
- Posibles cambios, sobre todo en el corto plazo, en los hábitos y comportamientos de los turistas (duración de la estancia, gasto, estacionalidad...).
- Todo esto, unido a un último factor no menos importante como es la incertidumbre y la falta de datos o situaciones previas con las que comparar.

En este contexto de muchas previsiones, pocas certezas y muchos cambios en poco tiempo, se considera necesaria la creación de varios escenarios de trabajo, que contemplen al máximo las diferentes posibilidades que pueden darse en todos los factores descritos anteriormente. Por ello se plantearán 3 escenarios:

- **Escenario base:** centrado en los datos que se conocen a futuro en el momento de la elaboración del plan y suponiendo un porcentaje medio-alto de cumplimiento/acierto de los mismos.
- **Escenario realista optimista:** basado en los mismos datos, pero asumiendo su completo cumplimiento, lo que supondría una evolución positiva de la pandemia, ritmos de vacunación, etc.
- **Escenario realista pesimista:** basado en los mismos datos, pero asumiendo que se encontrarán más dificultades de las previstas en un entorno en constante cambio, que retrasarán ligeramente la recuperación planteada en el escenario base.

03. CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO

PREVISIONES 2021 MUNICIPIO EIVISSA

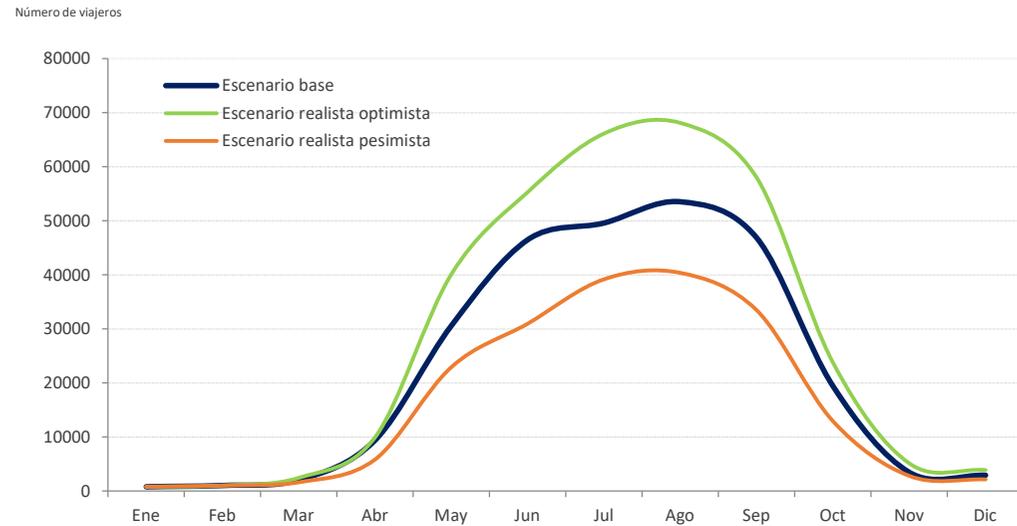
EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA CIFRA DE TURISTAS 2021



Basados en las fuentes anteriores y teniendo en cuenta además los datos proporcionados por el Consell de Ibiza en su Plan Reinicia 2021, los tres escenarios se cuantificarían de la siguiente manera:

El escenario base sobre el que pivota el plan de recuperación estima un volumen de turistas para 2021 de entre un 45%-50% del registrado en 2019, último año con datos sólidos para tomar como referencia. Esto supondría en términos absolutos entre 250 mil y 270 mil turistas,

El escenario más optimista supone un volumen de turistas en 2021 entre 320 mil y 340 mil, lo que en términos porcentuales se sitúa en un 60%-65% de lo recibido en 2019. Este escenario contempla una recuperación más rápida de cara al verano, alcanzando picos del 70% de la ocupación de 2019 para estos meses.



Por último, el escenario más desfavorable sugiere una ocupación media anual del 30%-35% de la registrada en 2019, con la pandemia lastrando el turismo hasta los últimos meses del año. En cifras absolutas, el número de viajeros recibidos por Eivissa se situaría entre los 180 mil y los 200 mil.

Cabe destacar que varias premisas recogidas en el modelo pasan por conseguir que la isla (en este caso a nivel de municipio no sería suficiente para cumplir con los objetivos turísticos) se sitúe en los parámetros de seguridad recomendados por la UE y, una vez logrado este punto, conseguir transmitirlo a los mercados, especialmente a los extranjeros, garantizando también que las entradas no supongan un retroceso en los niveles de seguridad sanitaria.

Fuente: IBESTAT. Gráfico y estimaciones: BRAINTRUST

03. CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO

TENDENCIAS EN TURISMO

El futuro ya es presente, y la pandemia ha acelerado la digitalización y la llegada de nuevos modelos turísticos. Estos cambios afectarán tanto a la forma en la que nos inspiramos y planificamos los viajes, a la forma en la que los reservamos y la forma en la que los disfrutamos y compartimos. Dentro del conjunto de tendencias relevantes, a continuación se muestran algunas claves:





ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. **DIAGNÓSTICO: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)**
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. **Plan Estratégico 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

04. DIAGNÓSTICO: AS-IS INTERNO

Entrevistas con todos los colectivos de interés

Como parte del proceso de la preparación del plan estratégico del Ajuntament d'Eivissa, se convocó a todos los colectivos de la ciudad para mantener una entrevista online, con el siguiente contenido:

1. Visión del modelo turístico pre-covid y post covid de Eivissa.
2. Actual y futura relación entre las administraciones públicas y entidades privadas .
3. ¿A qué tipo de modelo turístico nos gustaría ir? ¿Cómo influiría este nuevo modelo en nuestro sector? ¿Y en otros sectores/empresas turísticas del lugar?
4. ¿Qué puede hacer la ciudad de Eivissa para mejorar su posicionamiento?
5. Otras ideas, comentarios y sugerencias para reactivar el turismo en general y tu sector en particular.

Para completar la información se facilitó un formulario final a cada uno de los participantes que formará parte de la biblioteca de recursos del plan.

Los colectivos entrevistados a través de sus representantes son:

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. Alcaldía y equipo de gobierno | |
| 2. Federación hotelera | |
| 3. Fomento de Turismo | 10. Transportes |
| 4. Cultura y Patrimonio | 11. Sector náutico |
| 5. Entidades empresariales | 12. Sindicatos y entidades sociales |
| 6. Turismo deportivo | 13. Asociaciones de vecinos |
| 7. Turismo activo | 14. MICE |
| 8. Comercio y Restauración | 15. Agencias de Viajes |
| 9. Ocio y Músicos | 16. Expertos |
| | 17. Representantes de los partidos políticos |
| | 18. Consell y Govern Balear |

18
Reuniones con colectivos de la ciudad

50
Representantes de los colectivos entrevistados

+200
Ideas, comentarios y sugerencias

04. DIAGNÓSTICO: AS-IS INTERNO



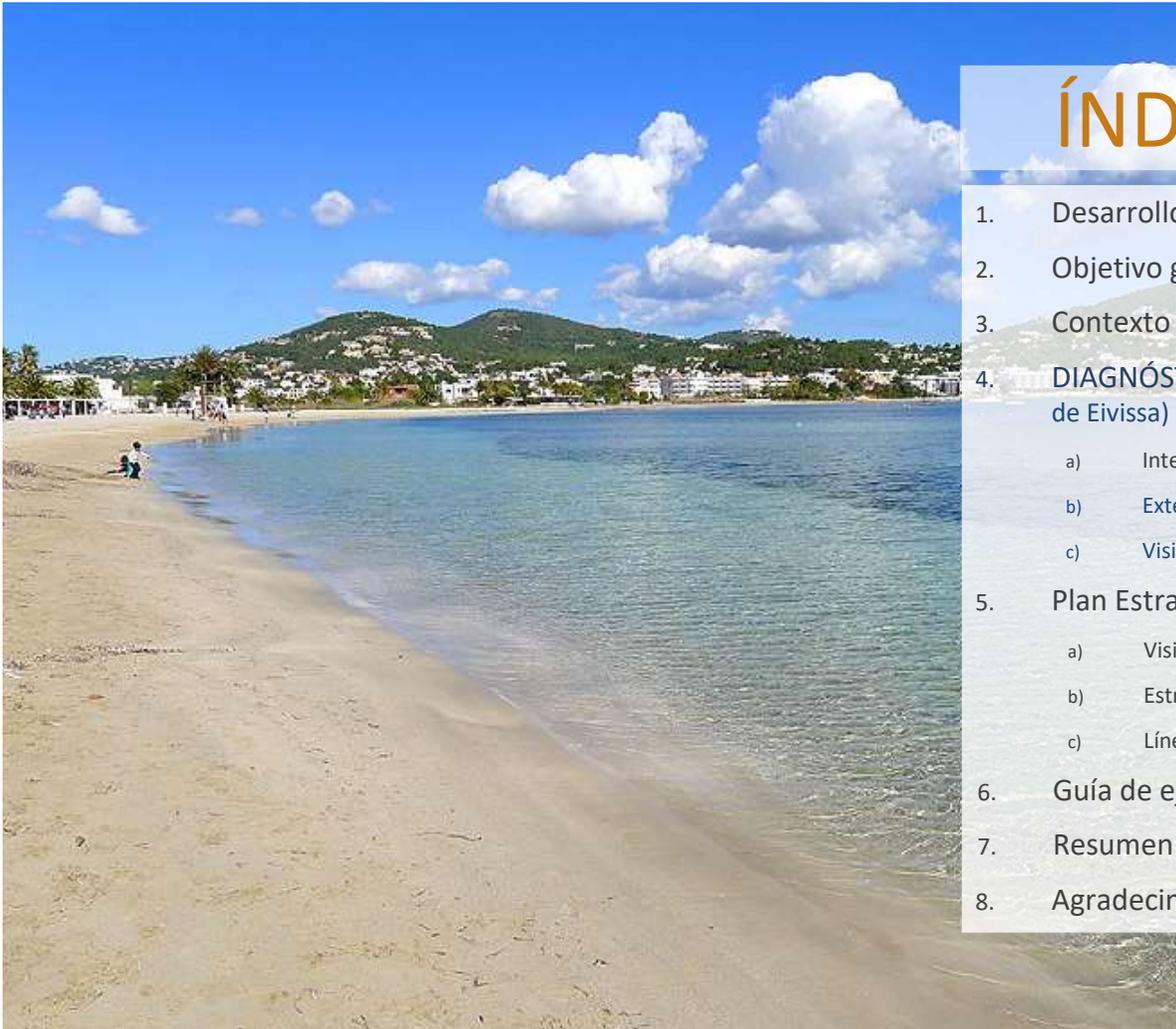
CONCLUSIONES

- El ocio, el lujo y la modernidad con la que se reconoce a Ibiza debe ser complementado con otros atributos como naturaleza, gastronomía, patrimonio y cultura.
- Desestacionalizar el turismo, abriendo a otros mercados emisores e incluso recuperando tipos de turismo perdidos como el familiar o el LGTBI. La ciudad de Eivissa tiene muchas posibilidades para crecer fuera de temporada de verano.
- Recuperar la esencia ibicenca que tanto caracteriza a la ciudad y a sus habitantes.
- Mejorar la comunicación y promoción teniendo en cuenta a quién queremos ir y con qué tipo de productos.
- Ayudar y formar a los profesionales base del sector.
- Mejorar la movilidad y conectividad de la propia ciudad aportando al turista alternativas para poder desarrollar su visita a todos los puntos de interés.
- Revalorizar lugares estratégicos y de interés turístico.
- Crear experiencias que generen recuerdo en los turistas.
- Potenciar otros sectores como el MICE.
- Crear ofertas motivadoras donde se complementen varias actividades.
- Para convertirse en una ciudad sostenible es necesario asegurarse que la calidad de los ecosistemas es adecuada.

Las personas que han participado y han respondido al formulario final post-entrevista han valorado la iniciativa de la mesa de turismo con un:

9,6

Mostrándose totalmente satisfechos e insistiendo en la idea y la necesidad de reforzar el sector y actuar en áreas de mejorar la economía local y la vida de los habitantes.



ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. **DIAGNÓSTICO: AS IS** (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. **Plan Estratégico 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

04. DIAGNÓSTICO: AS-IS

DIAGNÓSTICO EXTERNO

Análisis de documentación

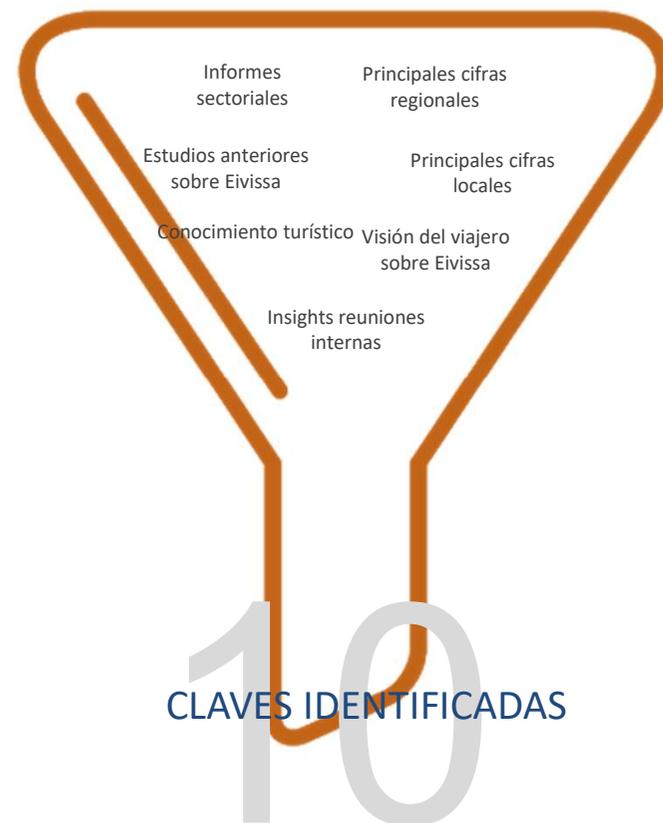
Además del diagnóstico realizado por todos los agentes implicados en la actividad turística de Eivissa, se añade a continuación una perspectiva externa.

Desde un punto de vista de mercado, mezclando lo estratégico y lo táctico y teniendo en cuenta las necesidades existentes tanto en el corto como en el largo plazo, se han identificado 10 aspectos clave en la situación actual del turismo en la ciudad.

Para evitar convertir las estrategias propuestas a lo largo del plan en algo coyuntural realizado ad-hoc para paliar las consecuencias de la pandemia, se ha intentado dotar al diagnóstico de una visión más amplia, con hechos y oportunidades que en su mayoría ya existían antes del inicio de la crisis. Esto permitirá a Eivissa trazar su hoja de ruta con total independencia y mirando hacia el futuro, si bien el plan podrá ser flexible y adaptarse a la situación económica, social, etc... de cada momento.

Las **principales fuentes utilizadas** para efectuar el diagnóstico externo han sido:

- Datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Datos procedentes del Institut d'estadística de les Illes Balears (IBESTAT).
- Principales webs oficiales turísticas de Ibiza (Ayuntamiento, Consell, Turismo de Ibiza...).
- Documento "Plan Reinicia 2021 Consell Ibiza".
- "Informe de Sostenibilidad de Ibiza 2019" de IbizaPreservation.
- "Estudio de posicionamiento de España como destino turístico" de Turespaña.
- Otras fuentes: "Informe sobre Estrategias de Reactivación Turísticas de GCPHE", Barómetro Turístico Braintrust 2020.
- El Turisme en dades (Conselleria de model econòmic, Turisme y Treball).
- Pacte de reactivació Illes Balears.



10 ASPECTOS CLAVE IDENTIFICADOS

1. Posicionamiento de la ciudad de Eivissa.
2. Conocimiento del Patrimonio turístico-cultural de la ciudad.
3. Percepción y reflexiones de los visitantes.
4. La masificación.
5. Niveles de satisfacción y recomendación de visita a la ciudad de Eivissa.
6. Peso del business travel y penetración del segmento MICE.
7. Protagonismo del turismo activo y deportivo en la propuesta de valor.
8. Segmentación y personalización de la oferta.
9. Definición de una estrategia de fidelización del viajero.
10. Dependencia del modelo económico y del empleo en un turismo masivo, concentrado y estacionalizado.

04. DIAGNÓSTICO: AS-IS

VISIÓN GLOBAL

DEBILIDADES

- Turismo masivo con poco ordenamiento, impactando en la vida del residente
- Abanico de servicios desalineado con la alta demanda turística (seguridad, limpieza, depuradoras, etc).
- Alto impacto del turismo en la calidad y recursos medioambientales
- Infraestructuras, accesibilidad y señalética turística de la ciudad
- Escasa digitalización del ecosistema turístico
- Gestión mejorable de los datos al servicio de la mejora continua
- Pocos recursos en el área de turismo del Ayuntamiento para un sector clave para la economía

- Potencia de marca Ibiza, conocida en todo el mundo
- Ciudad única con grandes y numerosos atractivos turísticos para todos los públicos
- Esencia ibicenca, un producto único en el mundo
- Entorno natural, histórico y cultural inigualable e imbatible
- Clima, espacios abiertos y hospitalidad, tres atributos clave post-pandemia
- Pertenencia al Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad y la UNESCO
- Cercanía de la ciudad a mercados emisores maduros
- Equipo de turismo muy profesional, escaso para la necesidad
- Identificación de necesidad de cambio en este momento de parón
- Plan Estratégico de Turismo Ciutat d'Eivissa en marcha
- Plan Reinicia del Consell Insular d'Eivissa

FORTALEZAS

AMENAZAS

- La marca Ibiza (isla) fagocita a la marca Eivissa (ciudad)
- Posicionamiento de marca muy centrado en el ocio y el lujo
- Estacionalización de la actividad turística
- Concentración del público objetivo en pocos mercados
- Feroz competencia de otros destinos nacionales e internacionales
- Escasa fidelización del viajero
- Profesionalización del sector
- Experiencia del viajero con gran recorrido de mejora
- La masificación estará penalizada en un mundo post COVID
- Emerge un nuevo viajero con objetivos diferentes a los tradicionales
- Alta dependencia de la economía a un sector sensible a los cambios

- Previsible rebote de la actividad turística post vacunación de grupo
- Oportunidad única para cambiar el modelo turístico de la ciudad
- Coyuntura excepcional para liderar un modelo turístico basado en la sostenibilidad con orientación a los ODS's
- Involucración y colaboración de todos los colectivos en su implantación
- Momento óptimo para identificar y definir al nuevo público objetivo
- Ampliación y personalización de la propuesta de valor
- Estrategia de comunicación alineada con el nuevo Plan
- Diseño, definición y medición de la Experiencia del Viajero
- Construcción de un Parador que ayude en el posicionamiento cultural
- Pertinencia de retornar los beneficios del turismo a la sociedad local
- Colaboración público-público y público-privada
- Pacte para la reactivació Illes Balears

OPORTUNIDADES



ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. **DIAGNÓSTICO: AS IS** (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. **PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

05. PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE
ELEMENTOS CON LOS QUE CUENTA LA CIUDAD PARA SU
DESARROLLO TURÍSTICO



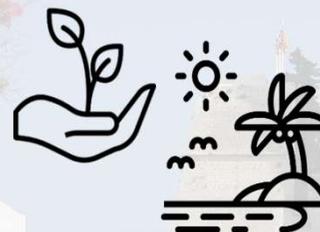
CLIMA



HOSPITALIDAD



TRADICIÓN, IDENTIDAD,
AUTENTICIDAD



NATURALEZA Y
BIODIVERSIDAD



INCLUSIVIDAD: TURISMO PARA
TOD@S



CULTURA Y
PATRIMONIO



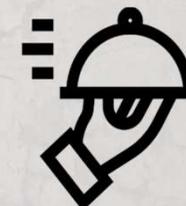
OCIO



TURISMO ACTIVO



TECNOLOGÍA



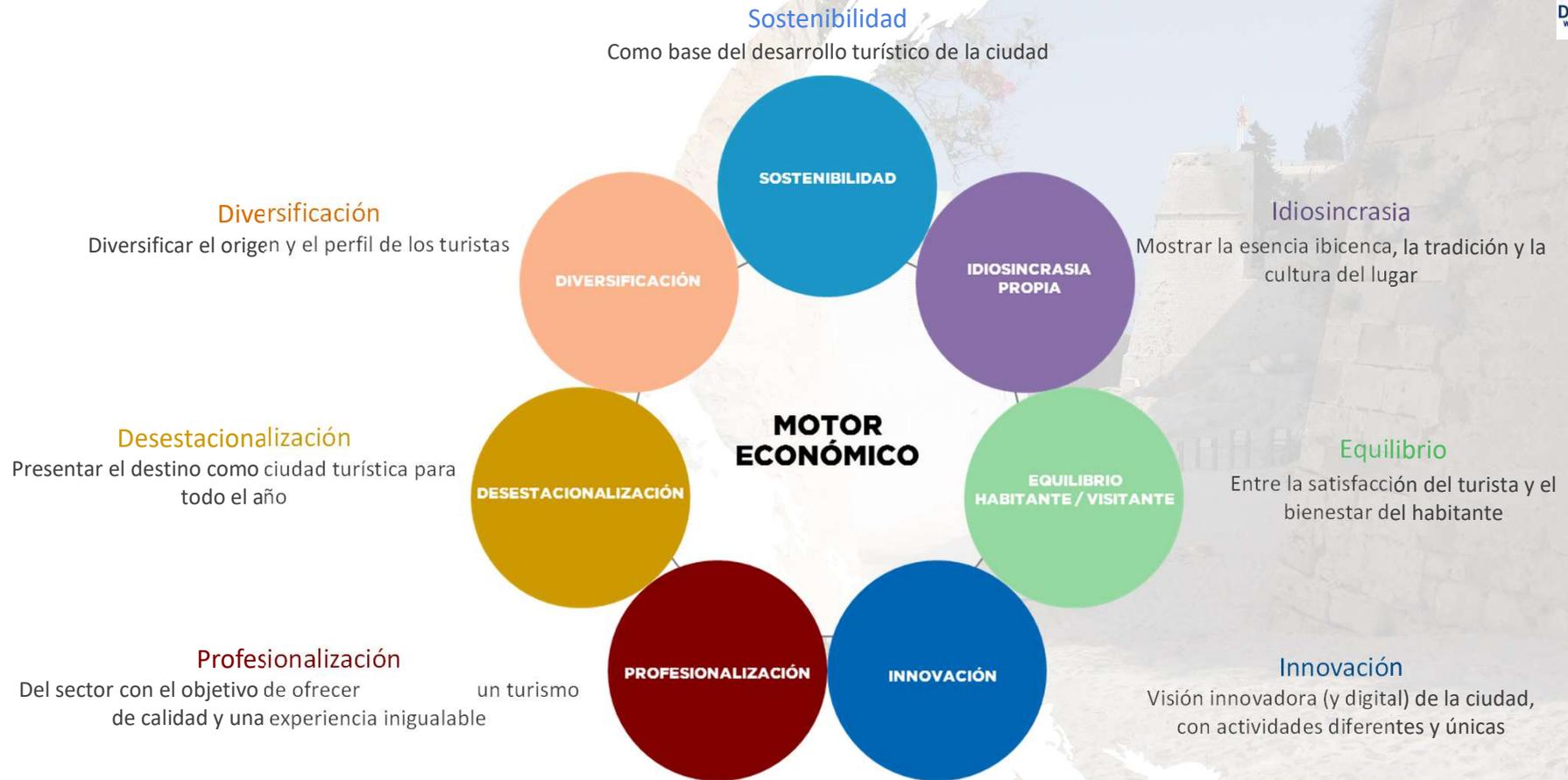
GASTRONOMÍA

VISIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

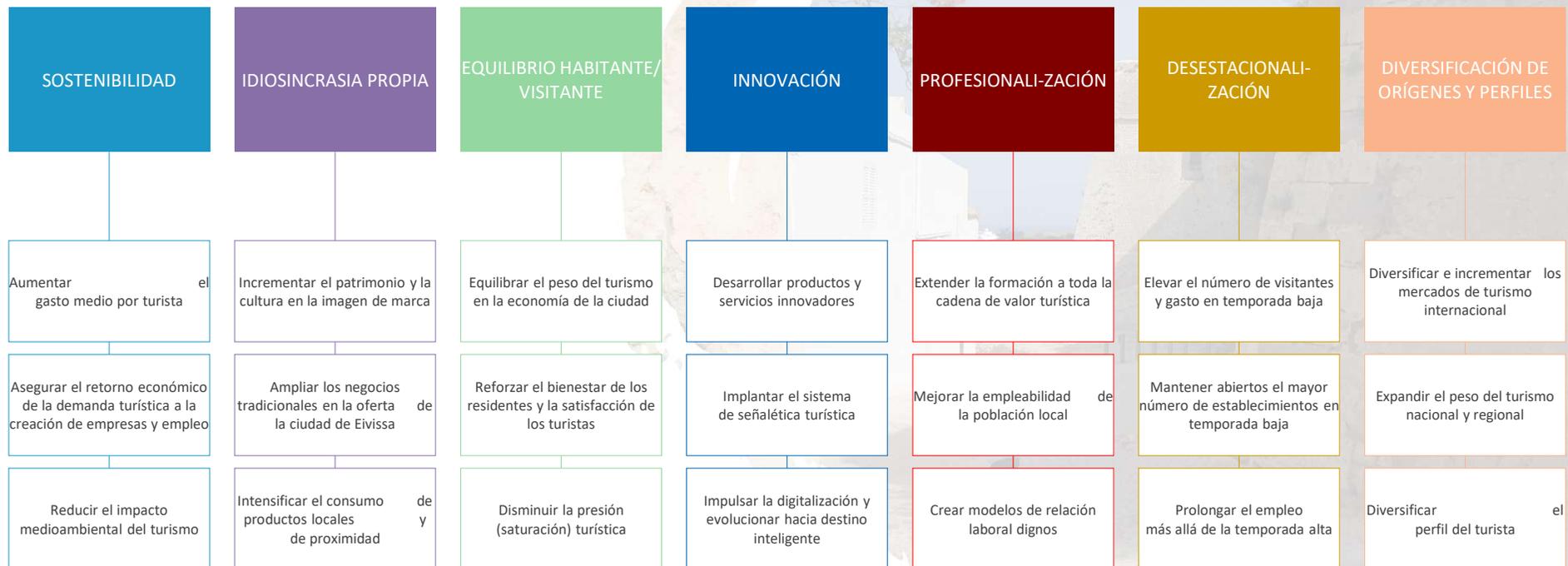
El turismo de la ciudad de Eivissa debe posicionarse como un turismo basado en la SOSTENIBILIDAD, con una IDENTIDAD y PERSONALIDAD propia, en donde toda la tradición, cultura y patrimonio se una a la naturaleza y biodiversidad del fabuloso entorno natural que la rodea, ofreciendo un producto excelente, diverso e innovador en una ciudad acogedora que proponga una nueva forma de conocerla.

Un turismo en el que los habitantes de Eivissa se sientan identificados con una ciudad donde se promueva su propia esencia y donde se potencie el desarrollo de las actividades económicas a través de la colaboración con toda la sociedad, persiguiendo un óptimo equilibrio entre la satisfacción de un turista respetuoso y el bienestar de un residente hospitalario, asegurando el retorno de la actividad turística a la población local durante todo el año.

05. PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE
DIMENSIONES DEL PLAN



05. PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE OBJETIVOS DEL PLAN

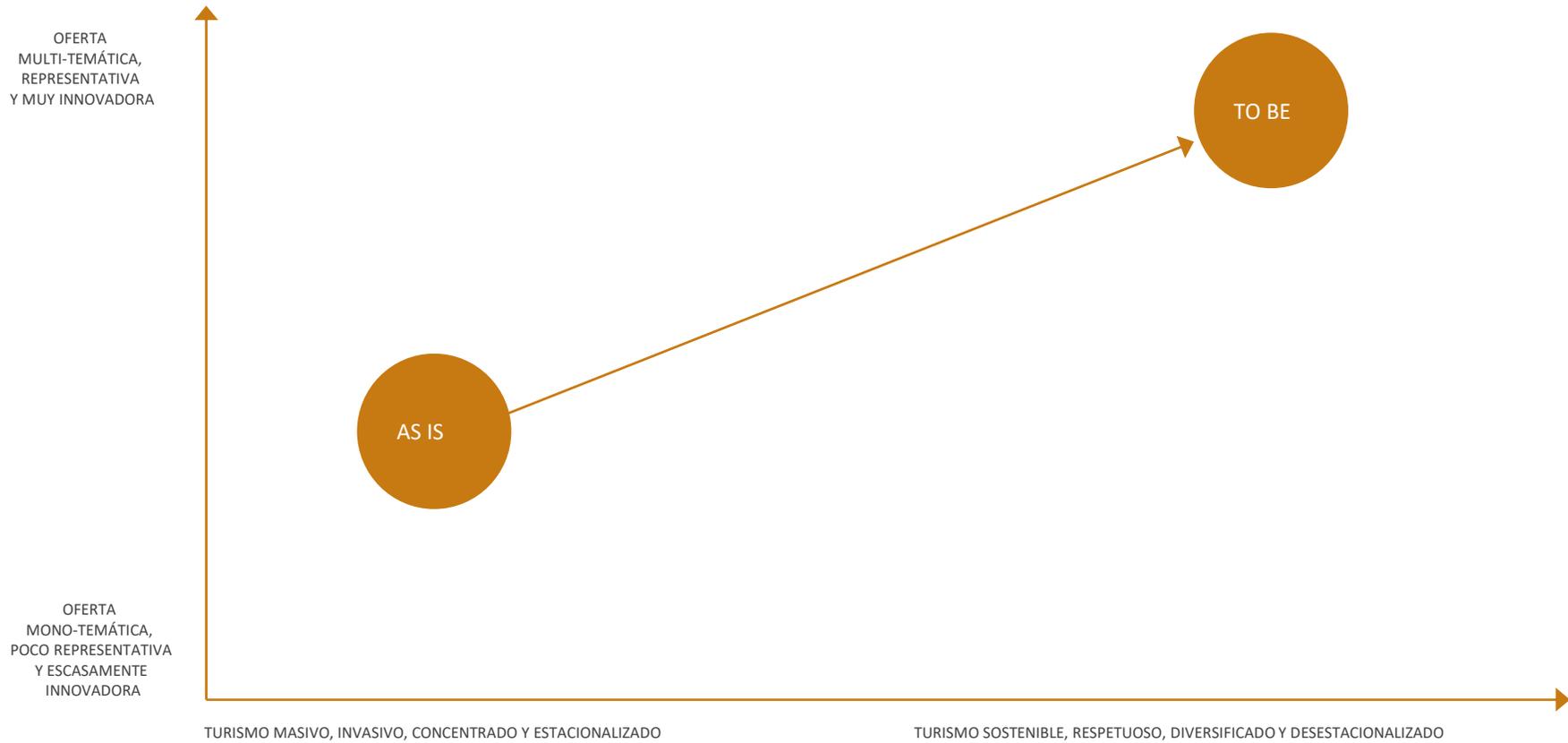




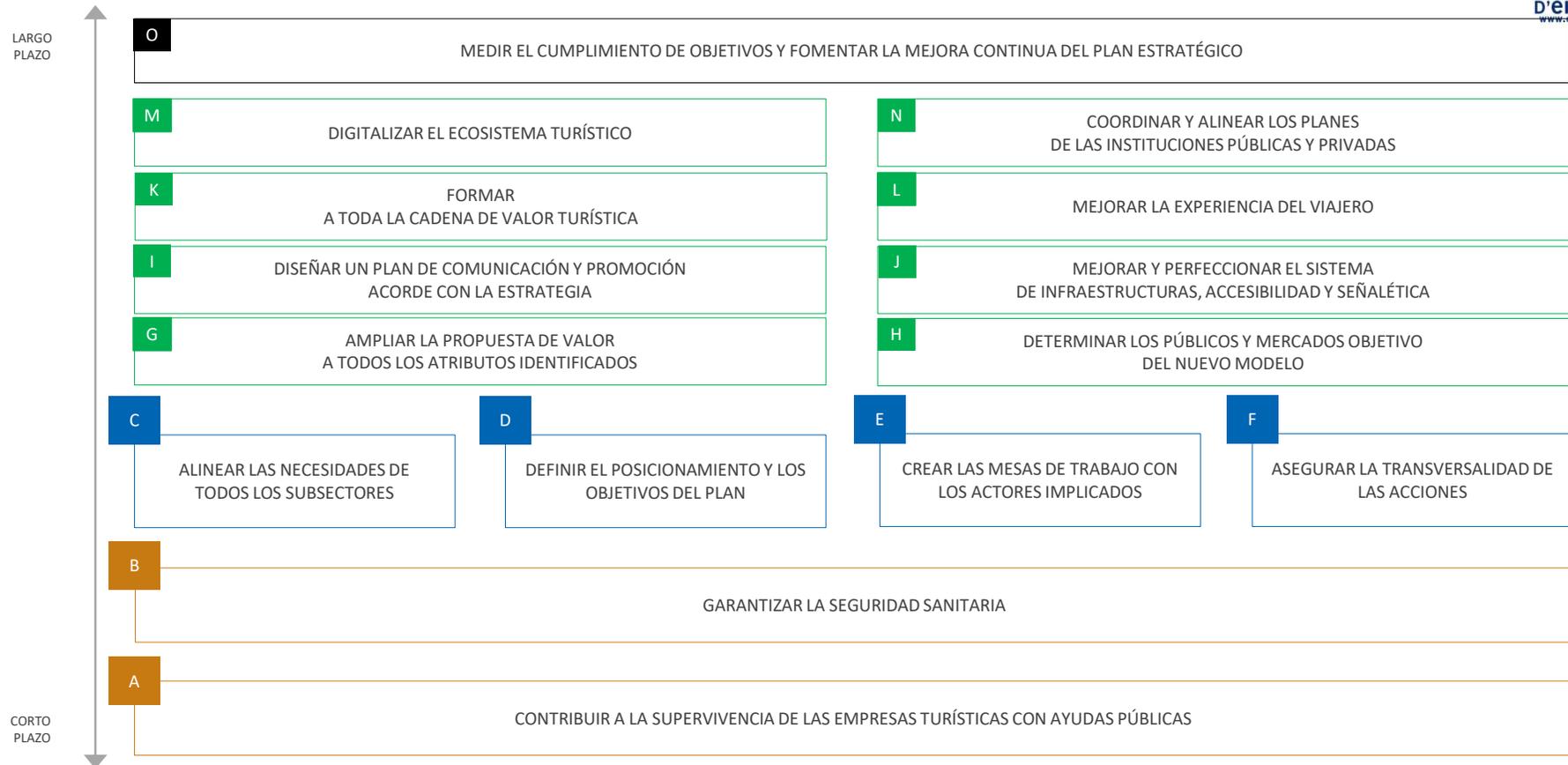
ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. **DIAGNÓSTICO: AS IS** (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. **PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) **Estrategia Base**
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

05. PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE
ESTRATEGIA BASE: MARCO ESTRATÉGICO



ESTRATEGIA BASE: VISIÓN GLOBAL DE LAS PALANCAS

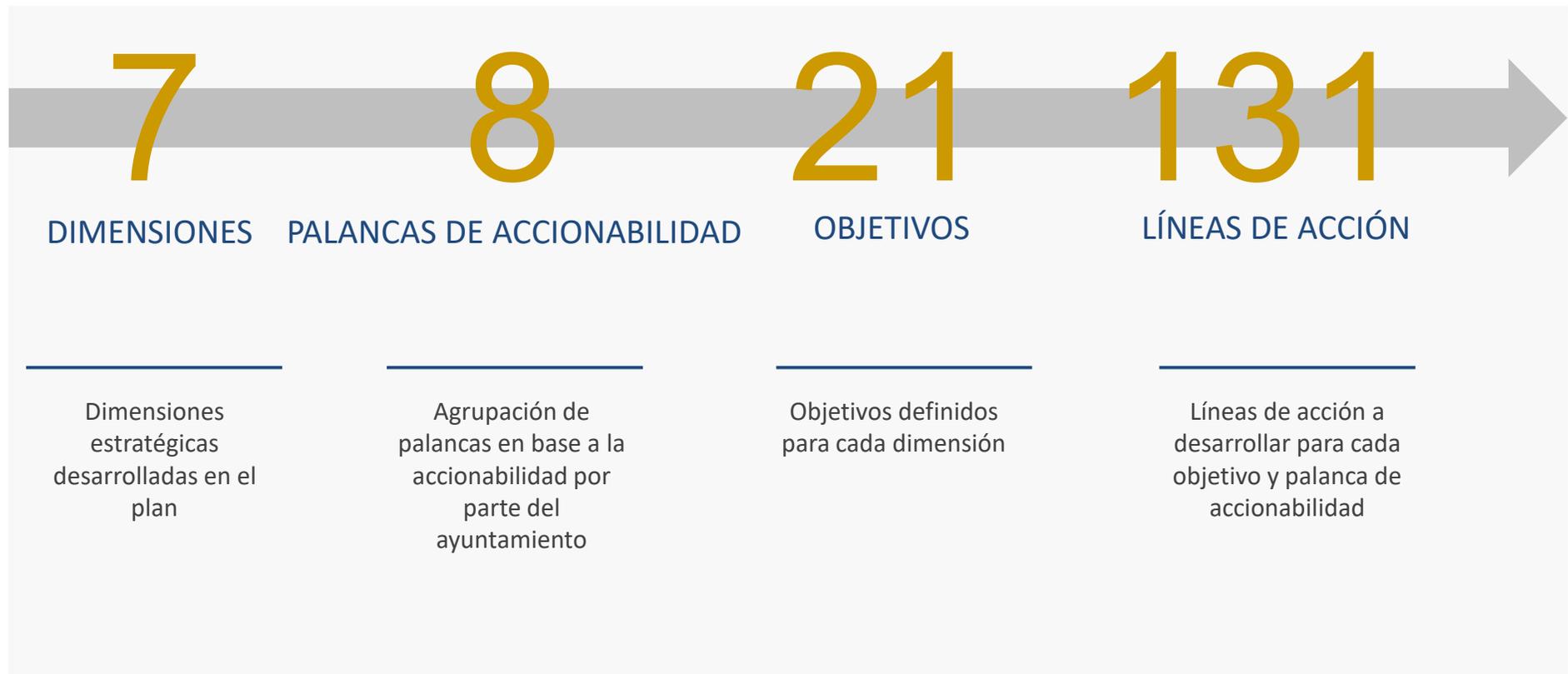




ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. **DIAGNÓSTICO: AS IS** (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. **PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

05. PLAN ESTRATÉGICO 2019-2021: TO-BE
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS





ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. Diagnóstico: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. Plan estratégico 2021-2023: to-be
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. **GUÍA DE EJECUCIÓN**
7. Resumen ejecutivo
8. Agradecimientos

06. GUÍA DE EJECUCIÓN MESAS DE TRABAJO

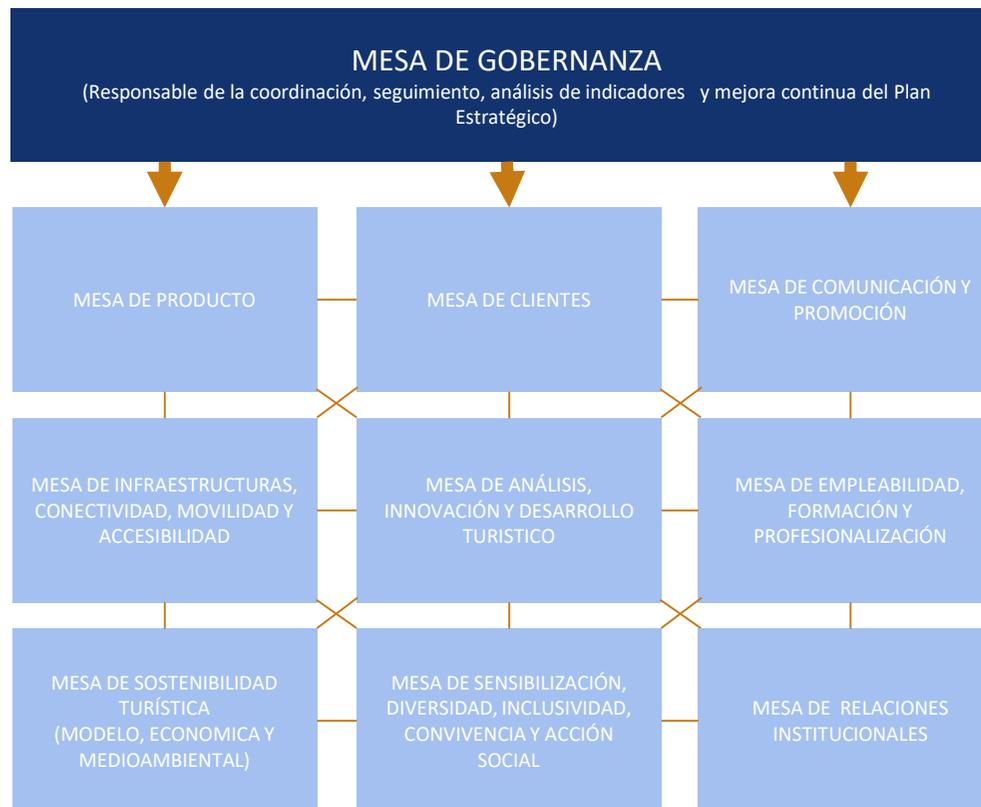
LA EJECUCIÓN DEL PLAN SE LLEVARA A CABO A TRAVÉS DE LAS MESAS DE TRABAJO DEFINIDAS A CONTINUACIÓN.

OBJETIVOS DE LAS MESAS:

- Definir el plan de acción para cada una de las líneas de la estrategia del plan, teniendo en cuenta las diferentes dimensiones y atributos que caracterizan a la ciudad de Eivissa.
- Establecer el modelo, la propuesta de valor y la mejor forma de comunicarla.
- Seguimiento de los principales indicadores y coordinación conjunta para la mejora continua del modelo turístico de la ciudad.

PARTICIPANTES: Colectivos públicos y privados participantes en las entrevistas del desarrollo del plan, así como cualquier otra persona que se estime desde el Ajuntament d'Eivissa.

CALENDARIO: Se establecerán reuniones periódicas de trabajo para cada una de las mesas con objetivos a corto, medio y largo plazo, así como resultados esperados de cada una de las mismas, todas bajo la supervisión de la mesa de gobernanza.



PROPUESTA DE EJECUCIÓN INICIAL

Con el Objetivo de desarrollar las acciones a corto plazo se establece un modelo de trabajo mixto, el trabajo a desarrollar por cada una de ellas corresponde a las líneas definidas a corto plazo para cada mix de mesas en el documento general.

Queda por tanto la definición de las mesas inicial siguiente manera:





ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
4. Diagnóstico: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. Plan estratégico 2021-2023: to-be
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. RESUMEN EJECUTIVO
8. Agradecimientos

07. RESUMEN EJECUTIVO

VISIÓN GLOBAL DEL PLAN





ÍNDICE

1. Desarrollo del plan: Participación y Preparación
2. Objetivo general
3. Contexto general del mercado turístico
 - a) Previsiones 2021 para el municipio de Eivissa
4. Diagnóstico: AS IS (Situación actual del modelo turístico de la ciudad de Eivissa)
 - a) Interno
 - b) Externo
 - c) Visión global
5. Plan estratégico 2021-2023: to-be
 - a) Visión, dimensiones y objetivos del plan
 - b) Estrategia Base
 - c) Líneas de acción
6. Guía de ejecución
7. Resumen ejecutivo
8. AGRADECIMIENTOS

08. AGRADECIMIENTOS
NOMBRAMIENTOS



La creación del **plan estratégico** ha sido desarrollado a través de un **modelo colaborativo** donde han sido **representados activamente todos los sectores** que de manera directa o indirecta tienen influencia en el turismo.

Así mismo se ha contado con **diferente expertos** de distintas áreas, con el objetivo de desarrollar **un plan lo más amplio posible** donde **todos se sientan identificados** y que marque un **trabajo conjunto** durante los **próximos años** en un sector tan importante como el **turismo para la ciudad de Eivissa**.



08. AGRADECIMIENTOS NOMBRAMIENTOS

- 1-ABRE
- 2-ABRE UNA VENTANA
- 3-ACTIVA ROOMS
- 4-AD IBIZA HALF TRIATLÓN
- 5-AENA
- 6-AMICS DE LA TERRA
- 7-ANFIBIOS
- 8-APEAM
- 9-ASSOCIACIÓ COMERCIANTS EL PUERTO
- 10-ASSOCIACIÓ MUSICS EIVISSA
- 11-ASSOCIACIÓ VEINS CAN MISSES
- 12-ASSOCIACIÓ VEINS LA MARINA
- 13-ASSOCIACIÓ VEINS LOS MOLINOS
- 14-ASSOCIACIÓ VEINS SA CAPELLETA
- 15-ASSOCIACIÓ VEINS SAN PABLO
- 16-ASSOCIACIÓ VEINS TALAMANCA, ILLA PLANA I SES FEIXES
- 17-AUTORITAT PORTUARIA DE LES ILLES BALEARNS
- 18-BALEARIA
- 19-CASITA VERDE
- 20-CIUDADANOS
- 21-COMISIONES OBRERAS
- 22-CONSELL D'EIVISSA
- 23-DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME DE LA CAIB

Agradecemos la colaboración de:

- 24-DIPESA
- 25-DJ BOX
- 26-ESCOLA DE TURISME
- 27-EVENTOS MUSICALES
- 28-ECOVIS-FISCALGES
- 29-FECOEV
- 30-FEDERACIÓ INSULAR TAXIS
- 31-FOMENTO DEL TURISMO DE IBIZA Y FORMENTERA
- 32-GRUPO PLAYA SOL
- 33-HOTEL ARGOS
- 34-HOTEL ROYAL PLAZA
- 35-HOTEL SES FIGUERES
- 36-HOTEL TORRE DEL MAR
- 37-IBIZA BLUE CHALLENGE
- 38-IBIZA CONVENTION BUREAU
- 39-IBIZA EXPERIENCE
- 40-IBIZA GRAN HOTEL
- 41-IBIZA PRESERVATION FOUND
- 42-IBIZA SOSTENIBLE
- 43-INCENTIVOS IBIZA
- 44-IMS
- 45-INSTITUT ESTUDIS EIVISSENCES
- 46-KAYAK IBIZA BIZA

- 47-LA PRODUCTORA
- 48-LUIS GALLIUSI
- 49-MAJORAL
- 50-MARINA IBIZA
- 51-MAKING OFF
- 52-NM EVENTS
- 53-OCIO IBIZA
- 54-PARTIDO POPULAR
- 55-PARTIDO SOCIALISTA
- 56-PATRONAT D'ESPORTS
- 57-PEIX NOSTRUM
- 58-PIMEEF
- 59-PODEMOS EIVISSA
- 60-PRODUCCIONS T'EIVISSA
- 61-REGIDORA TURISME 2015-2019
- 62-SCUBA IBIZA
- 63-SOUND MACHINE AGENCY
- 64-TALENTUM GROUP
- 65-TEATRE IBIZA
- 66-TRIDEPORTE
- 67-UGT
- 68-UNIVERSITAT ILLES BALEARNS
-A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN APORTADO IDEAS Y SUGERENCIAS.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO CIUTAT D'EIVISSA



Fecha: FEBRERO 2021

Versión: 01

Revisión: 00

Documento desarrollado para el Ajuntament d'Eivissa por

BRAINTRUST
La fuerza de crear
DIVISIÓN DE OCIO Y TURISMO