



# FOMENTO de Mallorca

## Plan Estratégico 2006-2009

16 de febrero de 2006

Preparado por:



Miembros/Acreditaciones/Licencias



## Agenda de la sesión

- ✓ Presentaciones
- ✓ Objetivos de la Sesión
- ✓ Presentación de la Metodología
- ✓ Presentación del borrador del Plan Estratégico
- ✓ Aprobación de las líneas estratégicas
- ✓ Propuestas de los miembros de la Junta

## Objetivos de la Sesión

- ✓ Explicación del Trabajo Realizado
- ✓ Revisión de Conceptos
- ✓ Propuestas de participación
  - Nombre del Plan
  - Participación en el despliegue de Líneas
  - Propuesta de calendario de continuación
- ✓ Aprobación del documento Borrador

## Presentación de la Metodología

El punto de partida del Proceso de Planificación Estratégica es la definición del Marco Estratégico, el cual contempla la Estrategia global de la empresa, o lo que es lo mismo, qué va a hacer en el futuro para conseguir unos objetivos estratégicos, creando valor para los accionistas (asociados) y clientes, y teniendo en cuenta otras partes interesadas (personas, sociedad, proveedores...).

El proceso de Planificación Estratégica, que permite la definición de la Estrategia, establece una serie de etapas necesarias que a continuación describimos:

# Etapas Plan Estratégico 2007-2009

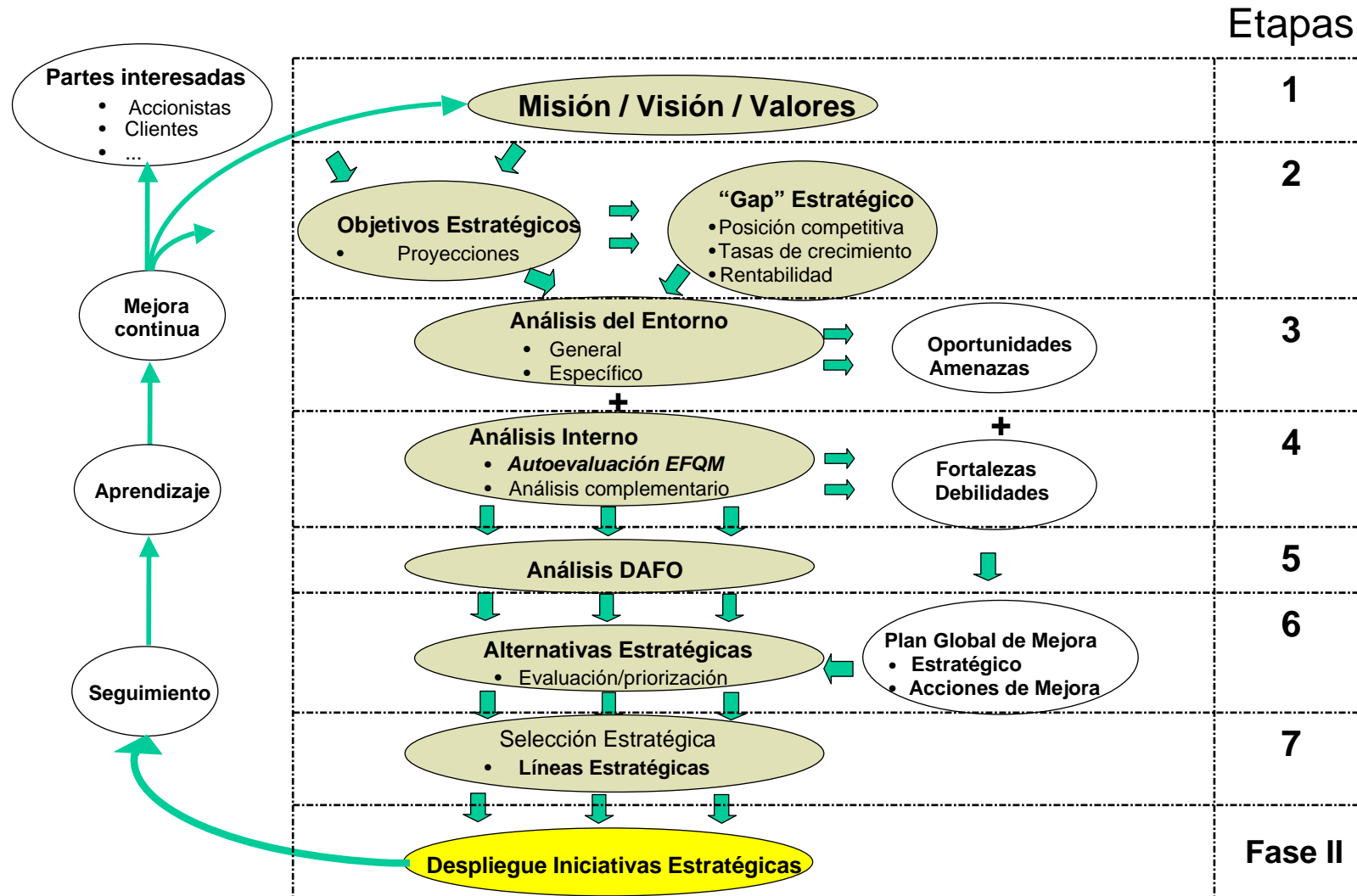


Figura 2: Proceso de Planificación Estratégica

## Misión, Visión y Valores

### • Misión

Difundir la actividad Turística de Mallorca tanto a los visitantes y potenciales turistas como a la propia sociedad mallorquina. Somos una asociación independiente de personas y organizaciones, comprometida con la promoción turística, la relevancia del turismo en nuestra sociedad y nuestra economía, el cuidado del entorno, el trato amable con el turista y la desestacionalización.

### • Visión

Afianzar ante la sociedad mallorquina el liderazgo del Fomento como primera entidad de referencia en temas turísticos, foro de debate y gabinete de crisis cuando sea necesario.

### • Valores

Independencia  
Aglutinador de personas  
Rigor  
Respeto al entorno  
Apoyo a la cultura  
Altruismo  
Pluralidad

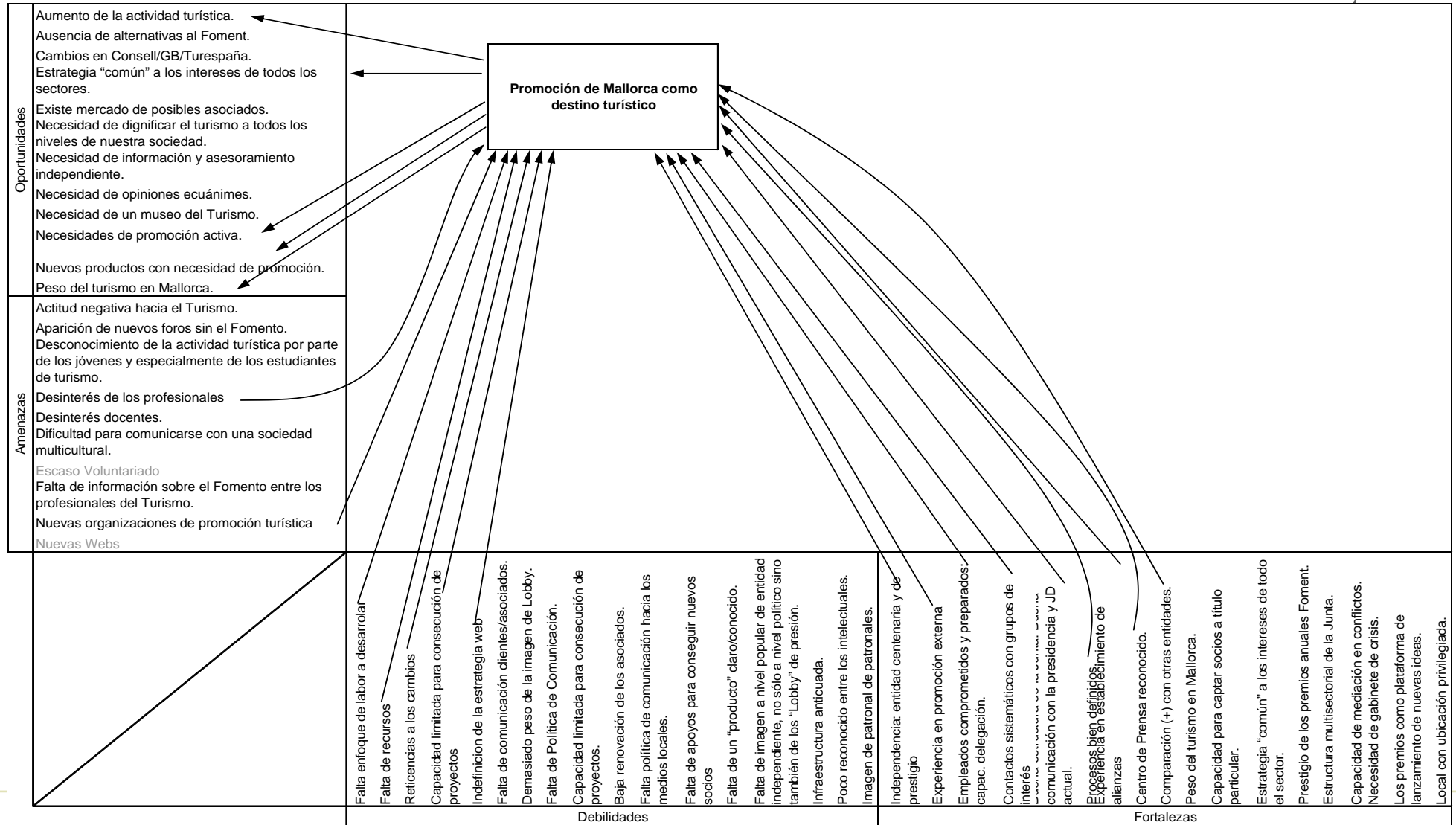
## Líneas Estratégicas 2007-09

<u>LÍNEAS ESTRATEGICAS</u>	<u>MISIÓN</u>	<u>VISIÓN</u>	<u>VALORES</u>
Línea 1 Promoción de Mallorca como destino turístico	Si	Si	Si
Línea 2 Mejora de la imagen de la <i>Actividad Turística</i> en Mallorca	Si	Si	Si
Línea 3 Dinamización de la entidad FOMENTO		Si	Si

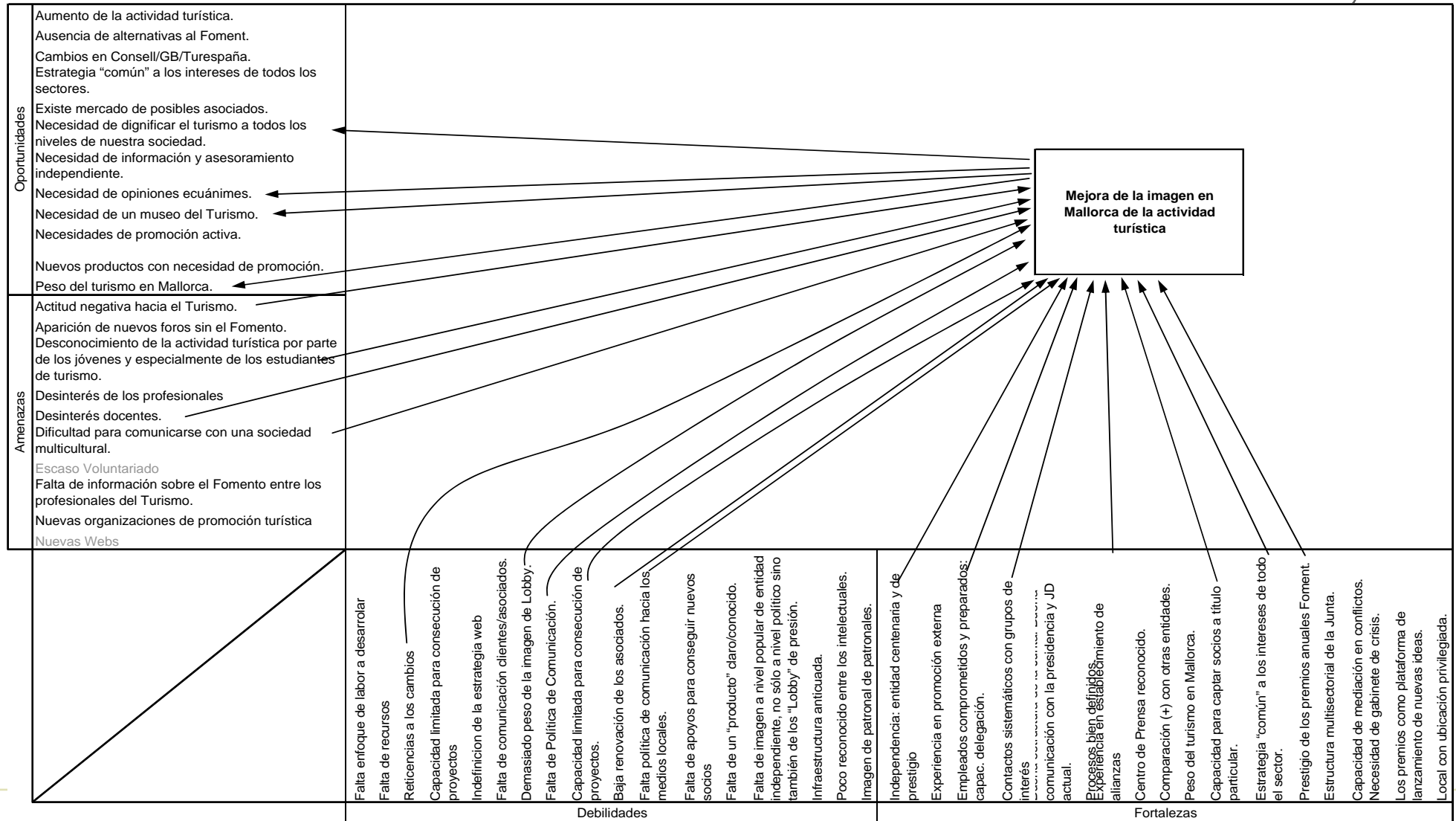
# DAFO y Líneas Estratégicas

<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Aumento de la actividad turística. Ausencia de alternativas al Fomento. Cambios en Consell/GB/Turespaña. Estrategia "común" a los intereses de todos los sectores. Existe mercado de posibles asociados. Necesidad de dignificar el turismo a todos los niveles de nuestra sociedad. Necesidad de información y asesoramiento independiente. Necesidad de opiniones ecuanímenes. Necesidad de un museo del Turismo. Necesidades de promoción activa.</p> <p>Nuevos productos con necesidad de promoción. Peso del turismo en Mallorca.</p>	<div data-bbox="770 459 1088 603" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p><b>LINEA 1: Promoción de Mallorca como destino turístico</b></p> </div> <div data-bbox="1527 603 1879 778" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p><b>LINEA 2: Mejora de la imagen en Mallorca de la actividad turística</b></p> </div>
<p><b>Amenazas</b></p> <p>Actitud negativa hacia el Turismo. Aparición de nuevos foros sin el Fomento. Desconocimiento de la actividad turística por parte de los jóvenes y especialmente de los estudiantes de turismo. Desinterés de los profesionales Desinterés docentes. Dificultad para comunicarse con una sociedad multicultural. Escaso Voluntariado Falta de información sobre el Fomento entre los profesionales del Turismo. Nuevas organizaciones de promoción turística Nuevas Webs</p>	<div data-bbox="873 804 1207 979" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p><b>LINEA 3: Dinamización de la entidad Fomento del Turismo</b></p> </div>
<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 0; left: 0; width: 100%; height: 100%; background: linear-gradient(to top right, transparent 49%, black 49%, black 51%, transparent 51%);"></div> </div>	<p><b>Debilidades</b></p> <p>Falta enfoque de labor a desarrollar Falta de recursos Retencencias a los cambios Capacidad limitada para consecución de proyectos Indefinición de la estrategia web Falta de comunicación clientes/asociados. Demasiado peso de la imagen de Lobby. Falta de Política de Comunicación. Capacidad limitada para consecución de proyectos. Baja renovación de los asociados. Falta política de comunicación hacia los medios locales. Falta de apoyos para conseguir nuevos socios Falta de un "producto" claro/conocido. Falta de imagen a nivel popular de entidad independiente, no sólo a nivel político sino también de los "Lobby" de presión. Infraestructura anticuada. Poco reconocido entre los intelectuales. Imagen de patronal de patronales.</p> <p><b>Fortalezas</b></p> <p>Independencia: entidad centenaria y de prestigio Experiencia en promoción externa Empleados comprometidos y preparados: capac. delegación. Contactos sistemáticos con grupos de interés comunicación con la presidencia y JD actual. Procesos bien definidos. Experiencia en establecimiento de alianzas Centro de Prensa reconocido. Comparación (+) con otras entidades. Peso del turismo en Mallorca. Capacidad para captar socios a título particular. Estrategia "común" a los intereses de todo el sector. Prestigio de los premios anuales Foment. Estructura multisectorial de la Junta. Capacidad de mediación en conflictos. Necesidad de gabinete de crisis. Los premios como plataforma de lanzamiento de nuevas ideas. Local con ubicación privilegiada.</p>

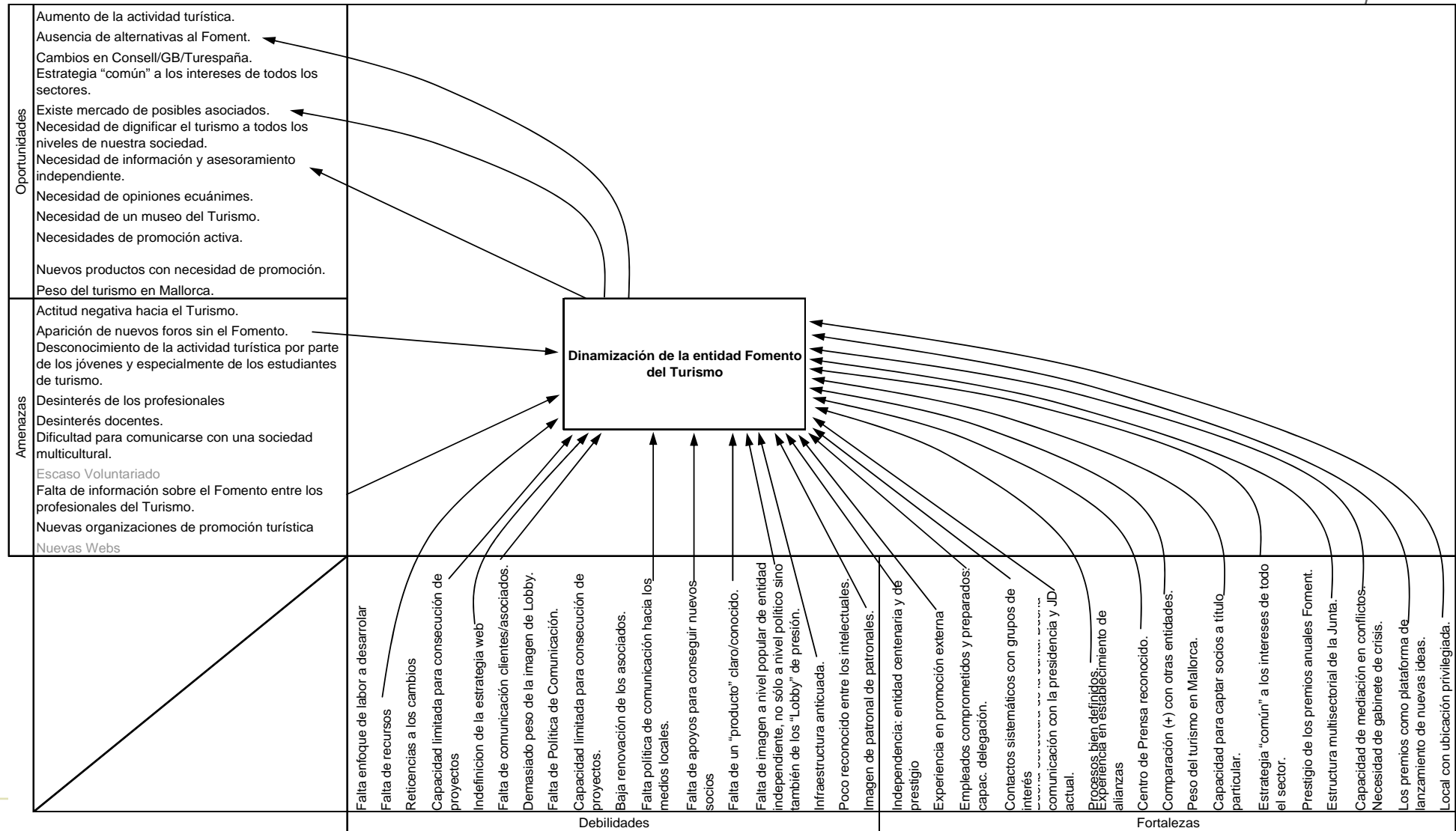
# Línea 1: Promoción de Mallorca como destino turístico



## Línea 2: Mejorar la imagen de la actividad turística en Mallorca



# Línea 3: Dinamización de la entidad Fomento del Turismo



## Despliegue Estratégico 2007-09

### Línea 1: Promoción de Mallorca como destino turístico

#### Iniciativa

#### Propietario

L1-1: Plan de Diseño de la Fundación

AMI

L1-2: Mallorca en ciudades europeas

AMI

L1-3: Mallorca destino de Golf

AMI

L1-4: Observatorio de nuevos productos

AMI

L1-5: Plan de evolución del centro de Prensa

AMI

L1-6: Promoción del turismo de convenciones,  
incentivos y congresos.

PIR

## Despliegue Estratégico 2007-09

Línea 2: Mejora de la imagen de la actividad turística

### Iniciativa

L2-1: Limpieza de playas y caminos

L2-2: Excursionismo para estudiantes

L2-3: Promoción del turismo entre los estudiantes

L2-4: Exposición itinerante sobre turismo

L2-5: Diseño de un Museo del Turismo

L2-6: Medios de comunicación locales y Turismo

### Propietario

FMO

FMO

FMO

FMO

AMI

AMI

## Despliegue Estratégico 2007-09

Línea 3: Dinamización del Fomento como organización

### Iniciativa

L3-1: Apoyos para nuevos socios

L3-2: Plan de Comunicación a Asociados

L3-3: Plan de Comunicación a Medios de Comunicación

L3-4: Plan de mejora de infraestructuras y sistemas

L3-5: Proyecto de Gestión de Procesos

L3-6: Optimización de los RRHH de Foment

L3-7: Esquema de Seguimiento por la Dirección

### Propietario

MSA

AMI

AMI

MSA

MSA

MSA

MSA

# Despliegue Estratégico 2007-09

Línea	Iniciativa	Propietario	Líder	1T 2007	2T 2007	3T 2007	4T 2007	1T 2008
<b>Línea 1: Promoción de Mallorca como destino turístico</b>								
L1	<a href="#">Iniciativa L1-1: Plan de Diseño de la Fundación</a>	AMI	AVA (L), PIR					
L1	<a href="#">Iniciativa L1-2: Mallorca en ciudades europeas</a>	AMI	TDA (L)					
L1	<a href="#">Iniciativa L1-3: Mallorca destino de Golf</a>	AMI	PIR (L), PJI					
L1	<a href="#">Iniciativa L1-4: Observatorio de nuevos productos</a>	AMI	OGA (L)					
L1	<a href="#">Iniciativa L1-5: Plan de evolución del centro de Prensa</a>	AMI	TDA (L) y Centro Prensa					
L1	<a href="#">Iniciativa L1-6: Promoción del turismo de convenciones, incentivos y congresos.</a>	PIR	PIR (L), AVA, Nemesio Suárez y Mateo Pou.					
<b>Línea 2: Mejora de la imagen de la actividad turística</b>								
L2	<a href="#">Iniciativa L2-1: Limpieza de playas y caminos</a>	FMO	¿? (L), TDA, Grupo Excursionista					
L2	<a href="#">Iniciativa L2-2: Excursionismo para estudiantes</a>	FMO	TDA (L) y Grupo Excursionista					
L2	<a href="#">Iniciativa L2-3: Promoción del turismo entre los estudiantes</a>	FMO	FMO (L)					
L2	<a href="#">Iniciativa L2-4: Exposición itinerante sobre turismo</a>	FMO	TDA (L)					
L2	<a href="#">Iniciativa L2-5: Diseño de un Museo del Turismo</a>	AMI	IMA (L)					
L2	<a href="#">Iniciativa L2-6: Medios de comunicación locales y Turismo</a>	AMI	Ana (L)					
<b>Línea 3: Dinamización del Fomento como organización</b>								
L3	<a href="#">Iniciativa L3-1: Apoyos para nuevos socios</a>	MSA	Tolo Servera (L), Felipe Navío, TDA					
L3	<a href="#">Iniciativa L3-2: Plan de Comunicación a Asociados</a>	AMI	TDA (L)					
L3	<a href="#">Iniciativa L3-3: Plan de Comunicación a Medios de Comunicación</a>	AMI	TDA (L) y Centro Prensa					
L3	<a href="#">Iniciativa L3-4: Plan de mejora de infraestructuras y sistemas</a>	MSA	TDA (L)					
L3	<a href="#">Iniciativa L3-5: Proyecto de Gestión de Procesos</a>	MSA	TDA (L)					
L3	<a href="#">Iniciativa L3-6: Optimización de los RRHH de Foment</a>	MSA	TDA (L)					
L3	<a href="#">Iniciativa L3-7: Esquema de Seguimiento por la Dirección</a>	MSA	TDA (L)					