

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE AGOSTO DE 2019

Con fecha 28 de marzo de 2019, fue suscrito el Contrato-Programa para el ejercicio 2019 entre la Consejería de Turismo y Cultura (actual Consejería de Turismo, Juventud y Deportes) y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (BORM nº 84, de 11 de abril de 2019).

El citado Contrato-Programa, en su Cláusula Séptima “Dación de cuentas, Informes de evaluación y periodicidad de informes”, indica que, al finalizar los meses de abril y agosto, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante ITREM) elaborará los correspondientes “Informes de evaluación de cumplimiento, de análisis y control” del Contrato-Programa 2019. En dicho informe se analizarán el cumplimiento de los objetivos y se compararán los indicadores del Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (en adelante PAAPE) con los realmente ejecutados desde el inicio del ejercicio hasta el periodo objeto de control, y se analizarán las causas y circunstancias más relevantes del resultado, así como la descripción de las medidas correctoras que se hubieran aplicado como consecuencia de la evaluación y análisis realizado. Finalizado el ejercicio 2019, el ITREM elaborará el “Informe de evaluación de cumplimiento, de análisis y control definitivo.

Es por lo que en virtud de ello se emite el presente **Informe**.

Consideraciones

El objeto del Contrato-Programa 2019 es ejecutar los objetivos y optimizar los resultados establecidos en el Plan Estratégico del Turismo aprobado por el Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, las prioridades señaladas por la anterior Consejería de Turismo y Cultura y a la actual Consejería de Turismo, Juventud y Deportes, así como aquellos derivados que en materia de turismo le competen al ITREM

El ITREM, para el ejercicio 2019, se estructura en cinco Servicios Operativos y cuyos principales objetivos son:

Promoción

1. Ampliar para el año 2019 del número total de macro-acuerdos de marketing enfocados tanto a la comercialización como a la comunicación del destino ‘Costa Cálida – Región de Murcia’. Tienen como fin impulsar la venta del destino en los principales mercados europeos emisores de turismo a la Región de Murcia.
2. Poner en marcha una política promocional y comercial con un doble enfoque: diversificación y apertura de nuevos mercados y consolidación de los mercados tradicionales, tanto nacionales como internacionales.



3. Ejecutar acciones para apoyar a las rutas aéreas con destino a la Región de Murcia ya operativas.
4. Formalizar acuerdos de comarketing con turoperadores especializados en distintos segmentos turísticos.
5. Implementar un sistema de In-house Business Intelligence como una herramienta que permitirá realizar un seguimiento de todas las acciones, evaluar el cumplimiento de objetivos y ejecutar correcciones en tiempo real.

Comunicación

1. Potenciar la imagen de marca del destino 'Costa Cálida – Región de Murcia' que lo identifique como un destino experiencial diferente, con multitud de actividades para realizar y sensaciones por vivir.
2. Realizar campañas de comunicación enfocadas a influir en el proceso de elección del destino, reforzar los mercados extranjeros y mejorar la conectividad.
3. Completar la transformación digital de la publicidad tradicional iniciada en 2017.
4. Aumentar de manera significativa la visibilidad del destino y seguir mejorando la percepción del viajero con contenidos frescos y con más materiales multimedia adaptados a las nuevas fórmulas de comunicación.

Innovación

Se acometerá la transformación digital del sector turístico para convertir la Región de Murcia en un 'Destino Turístico Inteligente':

1. Aportar al sector de herramientas de Inteligencia Turística (Business Intelligence) que faciliten una gestión más profesionalizada de las empresas, dotándolas de un acceso rápido y un análisis sencillo de la información que les ayude a mejorar y optimizar sus decisiones y, en definitiva, a ganar competitividad.
2. Digitalizar la oferta turística pasando del folleto en papel a la oferta on-line mediante la implantación de la plataforma de Comercialización Turística, HERMES, entre los nuevos agentes del sector, especialmente en nuevos alojamientos y en oferta complementaria.
3. Incorporar al sistema de gestión de contenidos unificados de la Región de Murcia, RITMO, nuevos recursos, como experiencias o rutas, y desarrollar nuevos servicios open data.



4. Dotar al sector de aplicaciones móviles que facilitan la interacción con el turista digital.

Ordenación

1. Modificar el marco legislativo turístico anterior, más rígido, a través de nuevas normativas más cercanas a la realidad, recogiendo las peticiones del sector, simplificando trámites administrativos y eliminando obstáculos innecesarios.
2. Mejorar y consolidar los estándares de calidad de la oferta que reviertan en una imagen turística positiva de la Región de Murcia.
3. Regular los nuevos modelos de oferta para evitar el intrusismo profesional y posibilitar la clasificación y regularización de la misma.
4. Incorporar medios de detección e identificación de la oferta de alojamiento turístico no declarada. Para ello se está trabajando en la contratación de herramientas tecnológicas y equipo humano.
5. Orientar la actividad de inspección y de vigilancia del cumplimiento de la normativa hacia labores de asesoramiento y lucha contra la actividad clandestina.
6. Reforzar los medios para la clasificación turística e inscripción en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas, que facilite el afloramiento de oferta alega.
7. Comprobar las reclamaciones y la aplicación de la disciplina turística, para proteger los derechos de los usuarios de los servicios turísticos.
8. Informar y asesorar sobre la normativa, derechos y obligaciones a los titulares de las empresas turísticas.
9. Desarrollar nuevos proyectos específicos para dotación de infraestructuras, equipamientos y señalización turística, poniendo en valor los atributos y recursos de los destinos turísticos de la Región de Murcia y contribuyendo a la vertebración del territorio.
10. Informar y coordinar la planificación territorial y ambiental con incidencia en el turismo.
11. Impulsar el turismo sostenible en espacios naturales (CETS) y el turismo accesible.

Formación

1. Diversificar y descentralizar geográficamente las acciones formativas por todo el territorio regional.



2. Impulsar la generación de empleo nuevo en el sector con la mejora del alcance de las acciones para desempleados.
3. Mejorar las competencias y tecnificación de los trabajadores en activo mediante actividades de formación continua y reciclaje.
4. Potenciar la formación práctica, tanto en el propio centro como en el entorno real de la empresa, a través de cursos ad hoc con mayor carga formativa experiencial, así como el fomento de las prácticas extracurriculares.
5. Reforzar la motivación para escoger la formación turística mediante la mejora de la percepción social de las profesiones asociadas a ella.
6. Fomentar la cultura gastronómica regional a través de las acciones previstas en el Plan de Impulso del Turismo Gastronómico.

En el Contrato-Programa 2019 se describen los recursos financieros, medios personales y materiales para el desarrollo de la actividad del Instituto y que dan soporte al cumplimiento del PAAPE.

En el Anexo I del Contrato-Programa 2019, se detalla el PAAPE para el ejercicio 2019, en donde se recoge minuciosamente las líneas estratégicas (Servicios operativos), sus medidas (líneas de actuación) y acciones, se establecen metas anuales (objetivos) para cada uno de ellas y se definen indicadores de cara al seguimiento de su grado de ejecución.

Hay que tener presente la dinámica que se aplica en la gestión y realización de las actividades programadas y reducidas en indicadores. Esta dinámica está continuamente influenciada y actualizada por los acontecimientos que los flujos turísticos imponen y de las variaciones, tanto en los productos más idóneos, como de los mercados turísticos sobre los que se quiere incidir.

Conclusiones

A nivel presupuestario, el siguiente cuadro refleja la ejecución en términos absolutos y relativos del Contrato-Programa 2019 por Servicios Operativos y en función del presupuesto inicial asignado (Anexo II del Contrato-Programa 2019):

MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2019 Periodo (Enero-Agosto)	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)					
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	TOTAL
Valores presupuestarios iniciales	3.975,06	4.511,68	2.588,20	425,43	1.576,42	13.076,78
Valores reales a 31-08-2019	1.784,26	2.770,81	1.058,08	237,97	838,66	6.689,78
<i>Ejecución % sobre Inicial</i>	<i>44,89%</i>	<i>61,41%</i>	<i>40,88%</i>	<i>55,94%</i>	<i>53,20%</i>	<i>51,16%</i>



El porcentaje se eleva al 81,27% si incluimos en el presupuesto ejecutado el importe de los compromisos formalizados a 31 de agosto de 2019.

En lo que respecta al grado de evolución de los 151 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2019), a continuación, se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de agosto de 2019:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	3	7	13	6	29
Innovación	0	0	4	9	13
Formación	5	14	27	16	62
Promoción	0	13	6	12	31
Comunicación	0	5	8	3	16
Total:	8	39	58	46	151

En cuanto al grado de cumplimiento de las metas previstas, establecidas en los objetivos relacionados en el Anexo I del Contrato-Programa 2019, de acuerdo con lo expresado en el punto anterior, se observa que a 30 de abril de 2018, existe un 5,30% de indicadores que no han mostrado actividad; un 25,83% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 38,41% de éstos sí han superado el límite anterior; finalmente, el 30,46% de los indicadores han alcanzado o superado su objetivo inicial previsto.

Como conclusión final, a 30 de agosto de 2019, se puede afirmar que en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2019, el ITREM está cumpliendo de forma satisfactoria con el contenido y los objetivos, de acuerdo con lo previsto y sin incidencias notables a destacar.

Dado el grado de cumplimiento y lo expuesto en el párrafo anterior, no existe ningún tipo de factor corrector que se vaya a incluir en un futuro como consecuencia de estas desviaciones, si bien, se va a proceder al análisis y oportuna modificación de aquellos indicadores en los que no se han cumplido las expectativas iniciales. Además, se va a continuar tomando las decisiones oportunas que en cada momento sean necesarias, de acuerdo con las circunstancias que operen en cada situación específica.

A efectos del seguimiento de ejecución de los Servicios Operativos expuestos, se acompaña al presente informe una relación organizada de los objetivos, metas e indicadores de control del Contrato-Programa 2019, en el que se indica el grado de cumplimiento de objetivos individualizados, así como una tabla resumen de la memoria económica-financiera de ejecución presupuestaria del Contrato-Programa.

02/10/2019 19:49:50
 BERNABE PEREZ, FRANCISCO MARTIN
 Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-0e5f043-653d-5d4-c3d4-0050569634e7



Murcia, a fecha de firma electrónica.
Documento firmado electrónicamente

Francisco M. Bernabé Pérez
Director General

02/10/2019 19:49:50

BERNABE PEREZ, FRANCISCO MARTIN

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-0e5c043-653d-5cd4-03d4-0050569b34e7



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2019

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2019	
LÍN-1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	50,00%
1.1.1	Redacción de los decretos reguladores de actividades turísticas	Nº decretos redactados	2	1	50,00%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	192,41%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	300	857	285,67%
1.2.2	Expedientes de baja de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados			
1.2.3	Expedientes de modificaciones de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados			
1.2.4	Información y asesoramiento en materia turística a empresas. Atención telefónica, email y presencial	Nº solicitudes atendidas	1.300	1.289	99,15%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	60,00%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	78	60,00%
1.3.2	Inhibiciones a otras administraciones	Nº de inhibiciones a otras administraciones			
1.3.3	Reclamaciones archivadas	Nº de reclamaciones archivadas			
1.3.4	Recursos de alzada tramitados	Nº recursos de alzada tramitados			
1.3.5	Preparación y envío de expedientes a los juzgados contencioso-administrativos	Nº expedientes enviados a los juzgados contencioso-administrativos			
MED-1.4	ORDENACIÓN Y CONTROL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS			Acumul	0,00%
1.4.1	Habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Nuevos guías turísticos habilitados	0	0	0,00%
		Nº guías turísticos habilitados	299	0	0,00%
MED-1.5	DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"			Acumul	72,00%
1.5.1	Asesoramiento y tramitación de las declaraciones de "Fiestas de Interés Turístico" internacional, nacional y regional.	Nº solicitudes de información, asesoramiento y tramitación de "Fiestas de Interés Turístico" realizadas	25	18	72,00%
LÍN-2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-2.1	INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO			Acumul	105,00%
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40	42	105,00%
MED-2.2	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	259,00%
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	300	777	259,00%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	29,93%
2.3.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	500	302	60,40%
2.3.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	150	19	12,67%
2.3.2.1	Apartamentos y alojamientos vacacionales	Nº visitas de inspección. Apartamentos y alojamientos vacacionales	125	10	8,00%
2.3.2.2	Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección. Zonas de acampada/ autocaravanas	20	7	35,00%
2.3.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección. Otros tipos de establecimientos/ actividades	5	2	40,00%
2.3.2.4	Guías de turismo	Nº de actuaciones	2	0	0,00%
2.3.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	500	267	53,40%
2.3.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	10	3	30,00%
MED-2.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	14,00%
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	100	14	14,00%
LÍN-3	IMPULSO DE LA CALIDAD EN DESTINOS, RECURSOS Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS			REAL	% Cmpl.
MED-3.1	CAMPAÑA BANDERA AZUL			Acumul	110,29%
3.1.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul	Nº visitas a playas realizadas	34	41	120,59%
3.1.2	Banderas azules en la Región de Murcia	Nº Banderas Azules	31	31	100,00%
MED-3.2	APOYO AL SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS - SICTED			Acumul	140,00%
3.2.1	Coordinación del sistema de calidad SICTED con los municipios	Nº reuniones sistema de calidad SICTED	5	7	140,00%
MED-3.3	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS			Acumul	68,10%
3.3.1	Asesoramiento en materia de calidad turística	Nº servicios de asesoramiento sobre sistema de calidad Q	5	4	80,00%
3.3.2	Emisión de informes y asistencia a reuniones de coordinación	Nº reuniones celebradas	2	1	50,00%
		Nº informes emitidos	70	52	74,29%

02/10/2019 19:49:50

BERNABE PEREZ, FRANCISCO MARTIN

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-06e5043-453d-5c14-c3d4-0050509694e7



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2019	
LÍN-4	DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL			REAL	% Cmpl.
MED-4.1	IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS			Acumul	68,33%
4.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	8	7	87,50%
4.1.2	Ejecución, dotación y mantenimiento de infraestructuras y equipamientos en colaboración con consorcios o proyectos turísticos	Nº acciones de colaboración con consorcios y proyectos turísticos	10	8	80,00%
		Nº proyectos y actuaciones realizadas	8	3	37,50%
MED-4.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	74,17%
4.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	20	15	75,00%
		Nº informes emitidos	15	11	73,33%
LÍN-5	CAPITAL HUMANO DE ALTA CUALIFICACIÓN			REAL	% Cmpl.
MED-5.1	ADECUAR LA FORMACIÓN A LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR			Acumul	321,50%
5.1.1	Estudio anual de las necesidades formativas del sector del turismo y la hostelería en la Región de Murcia	% ejecución	100%	100%	100,00%
		Nº asociaciones/empresas consultadas	100	543	543,00%
MED-5.2	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	79,55%
5.2.1	Plan Anual de Formación del Sector Turístico	Nº cursos	132	58	43,94%
		Nº alumnos	1.870	897	47,97%
		Nº horas impartidas	9.220	6.274	68,05%
		% ejecución por meses	100%	44%	44,00%
		% cursos realizados/programados	95%	88%	92,63%
		% tasa de abandono del alumnado	15%	12%	125,00%
5.2.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	% encuestas cumplimentadas/total de alumnos	75%	87%	116,00%
		Grado de satisfacción general	8,5	8,4	98,82%
MED-5.3	MEJORA DEL ALCANCE DE LAS ACCIONES PARA DESEMPLEADOS			Acumul	65,03%
5.3.1	Impartición de acciones formativas para desempleados (Certificados de Profesionalidad SEF y cursos CCT)	Nº cursos	30	19	63,33%
		Nº horas impartidas	7.000	5.248	74,97%
		Nº desempleados participantes	500	284	56,80%
MED-5.4	IMPULSO DE LA FORMACIÓN OCUPACIONAL			Acumul	33,29%
5.4.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (SEF y CCT)	Nº cursos	90	29	32,22%
		Nº horas impartidas	1.500	422	28,13%
		Nº trabajadores participantes	1.200	474	39,50%
MED-5.5	APOYO A LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN GASTRONOMÍA			Acumul	83,00%
5.5.1	Impartición de asignaturas del Grado de Gastronomía UCAM -CCT	Nº asignaturas	12	10	83,33%
		Nº horas impartidas	720	604	83,89%
		Nº alumnos	170	139	81,76%
MED-5.6	DESCENTRALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN			Acumul	22,48%
5.6.1	Realización de acciones formativas presenciales y semipresenciales descentralizadas (desempleados y trabajadores en activo)	Nº cursos	40	10	25,00%
		Nº horas impartidas	800	464	58,00%
		Nº alumnos	700	169	24,14%
5.6.2	Fomento de la enseñanza on line como formación accesible desde cualquier punto de la región	Nº cursos on line	10	1	10,00%
		Nº horas impartidas	350	20	5,71%
		Nº alumnos	150	18	12,00%
MED-5.7	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	45,19%
5.7.1	Acciones formativas con un porcentaje del 75% de horas en prácticas no laborales en empresas	Nº acciones	1	0	0,00%
		Nº participantes	15	0	0,00%
5.7.2	Gestión y control de prácticas profesionales no laborales curriculares y extracurriculares en empresas	Nº convenios con empresas	120	113	94,17%
		Nº alumnos participantes	200	154	77,00%
5.7.3	Programa de ayudas para la formación y/o la realización de prácticas no laborales (stage) en establecimientos de reconocido prestigio a nivel nacional	Nº ayudas	8	8	100,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	40.000	0	0,00%
LÍN-6	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cmpl.
MED-6.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL Y LA INSERCIÓN LABORAL			Acumul	55,78%
6.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº acciones	20	11	55,00%
		Nº participantes	300	146	48,67%
6.1.2	Orientación profesional dirigida al empleo para alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	200	109	54,50%
6.1.3	Inserción laboral	Nº ofertas en bolsa de trabajo CCT	400	243	60,75%
		% seguimiento y control de ofertas	70%	42%	60,00%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2019	
MED-6.2	COLABORACIÓN CON EL TERCER SECTOR			Acumul	120,00%
6.2.1	Colaboración con entidades del Tercer Sector para la mejora de la empleabilidad de personas de difícil inserción laboral mediante proyectos formativos y la promoción de su labor y su vinculación con el turismo	Nº entidades con las que se colabora	5	9	180,00%
		Nº acciones formativas y de capacitación profesional	5	3	60,00%
		Nº acciones de visibilización y promoción	5	6	120,00%
LÍN-7	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cmpl.
MED-7.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	78,54%
7.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor	Nº asistentes	1.000	773	77,30%
		Nº acciones	24	14	58,33%
7.1.2	Colaboración con empresas y asociaciones del sector para la celebración de jornadas o eventos de interés para el profesional	Nº colaboraciones	10	10	100,00%
MED-7.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	95,00%
7.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento	Nº acciones	11	11	100,00%
		Nº beneficiarios	15	42	280,00%
7.2.2	Programa de ayudas para la participación en eventos o acciones formativas de excelencia dirigidas al profesional	Nº ayudas	5	0	0,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	10.000	0	0,00%
LÍN-8	POSICIONAMIENTO DEL CCT COMO CENTRO DE REFERENCIA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-8.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ALUMNOS Y SUS RESULTADOS			Acumul	129,94%
8.1.1	Difusión de las acciones que desarrolla el CCT	Nº acciones de difusión o visibilización	20	20	100,00%
		Nº impactos SMS / mail	25.000	13.386	53,54%
		Nº publicaciones en redes sociales	1.000	293	29,30%
		% Incremento seguidores en redes sociales	10%	10%	100,00%
		Nº visitas web	90.000	338.489	376,10%
8.1.2	Colaboraciones del centro, sus alumnos y formadores en eventos y actividades de interés para su formación y/o promoción	Nº acciones	10	9	90,00%
		Nº participantes	150	241	160,67%
MED-8.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	42,46%
8.2.1	Impulso a la utilización del restaurante-escuela CCT como herramienta de formación para los alumnos y de apoyo a la gastronomía regional	% ocupación	95%	98%	103,16%
		Nº días de apertura	60	40	66,67%
		Nº clientes	3.000	2.080	69,33%
		Nº eventos gastronómicos y promociones	10	2	20,00%
MED-8.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	80,83%
8.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	100	85	85,00%
		Nº nuevas referencias	30	23	76,67%
MED-8.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	97,60%
8.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional	Nº integrantes del programa	500	434	86,80%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	10	5	50,00%
		Nº seguimientos de su situación profesional y necesidades formativas	50	78	156,00%
LÍN-9	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DIFERENCIADA Y DE CALIDAD			REAL	% Cmpl.
MED-9.1	PROMOCIÓN OFFLINE PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL			Acumul	89,74%
9.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	10	10	100,00%
		Nº contactos profesionales	225	240	106,67%
		Nº Eventos (publico final)	1	4	400,00%
9.1.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	5	1	20,00%
		Nº asistentes	50	15	30,00%
9.1.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	5	1	20,00%
		Nº Asistentes	15	4	26,67%
		Nº de artículos realizados	10	3	30,00%
9.1.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional	Nº Workshops	9	22	244,44%
		Nº contactos profesionales	225	134	59,56%
9.1.5	Plan de formento de la Región de Murcia como destino de turismo deportivo	Nº eventos	25	5	20,00%
		Nº participantes	17.000	3.320	19,53%
MED-9.2	PROMOCIÓN OFFLINE PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL			Acumul	92,79%
9.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	24	18	75,00%
		Nº contactos profesionales	240	406	169,17%
		Nº Eventos (publico final)	16	4	25,00%
9.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	8	5	62,50%
		Nº asistentes	40	52	130,00%

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2019	
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	16	7	43,75%
		Nº Asistentes	48	23	47,92%
		Nº de artículos realizados	32	7	21,88%
9.2.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional	Nº Workshops	10	19	190,00%
		Nº contactos profesionales	150	244	162,67%
MED-9.3	PROMOCIÓN DIRIGIDA A PROFESIONALES Y CLIENTES FINALES A TRAVÉS DE MEDIOS ONLINE			Acumul	114,51%
9.3.1	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Nacional	Nº Newsletters	30	23	76,67%
		Nº destinatarios (BBDD ITREM)	10.000	10.975	109,75%
9.3.2	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Internacional	Nº Newsletters	8	29	362,50%
		Nº destinatarios (BBDD ITREM)	5.000	750	15,00%
9.3.3	Campaña de posicionamiento SEM a través de buscadores para el portal www.murciaturistica.es	Nº Clicks	650.000	301.137	46,33%
		Nº impresiones	30.000.000	23.038.852	76,80%
MED-9.4	INCENTIVAR LA INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	246,83%
9.4.1	Acuerdos de promoción en canales de venta on & off line nacionales e internacionales	Nº acuerdos	41	33	80,49%
9.4.2	Acciones de prospección y fidelización B2B (visitas comerciales y prospección de ferias)	Nº acciones	6	20	333,33%
		Nº contactos profesionales	30	98	326,67%
LÍN-10	MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO			REAL	% Cmpl.
MED-10.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD Y LA PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO/ DESTINO A TRAVÉS DE PRESCRIPTORES			Acumul	40,91%
10.1.1	Mejora de contenido y visibilidad del destino y productos en el portal turístico www.murciaturistica.es	Nº Visitas al portal de murciaturistica.es	4.000.000	1.594.650	39,87%
		Nº Eventos publicados en Agenda	4.000	1.128	28,20%
		Nº Especiales que den visibilidad al producto (versión español)	45	25	55,56%
10.1.2	Mejora de contenido y visibilidad del destino y productos en otros canales online	Nº acciones de mejora	20	8	40,00%
MED-10.2	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	88,31%
10.2.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	30	16	53,33%
		Nº de impresiones online	20.000.000	5.118.208	25,59%
10.2.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	30	15	50,00%
		Nº de impresiones online	50.000.000	98.112.140	196,22%
10.2.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	20	12	60,00%
		Nº de impresiones online	40.000.000	57.886.336	144,72%
MED-10.3	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	133,33%
10.3.1	Folletos por producto turístico	Nº folletos (productos) publicados	2	4	200,00%
10.3.2	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, logotipos	Nº elementos	30	20	66,67%
MED-10.4	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	66,67%
10.4.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	150	125	83,33%
10.4.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	30	15	50,00%
MED-10.5	PRESENCIA DEL DESTINO EN REDES SOCIALES			Acumul	65,06%
10.5.1	Estrategia de contenidos	Nº contenidos publicados	3.200	1.267	39,59%
10.5.2	Captación y fidelización de seguidores	Nº total de seguidores	170.000	153.897	90,53%
LÍN-11	INNOVACIÓN & TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO			REAL	% Cmpl.
MED-11.1	DIGITALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	133,26%
11.1.1	DESARROLLO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)	Nº de acciones	2	2	100,00%
11.1.2	Implantación de APPs (white label) en destinos & empresas turísticas	Nº de empresas con APPs implementadas	4	7	175,00%
		Nº de descargas	500	1.193	238,60%
11.1.3	Consolidación del sistema de Inteligencia Turístico Regional (Business Intelligence)	Nº de informes de análisis de datos	5	6	120,00%
11.1.4	RITMO 4.0: OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI	Nº de sesiones de formación	14	9	64,29%
		Nº de acciones de seguimiento	60	61	101,67%
MED-11.2	APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN			Acumul	103,92%
11.2.1	Mantenimiento & posicionamiento SEO/SEM	Horas de seguimiento	400	216	54,00%
11.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de optimizaciones	3	3	100,00%
		Nº de acciones formación /consultoría	30	20	66,67%
		Nº nuevos usuarios	20	39	195,00%
MED-11.3	DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			Acumul	164,81%
11.3.1	Adecuación tecnológica a la ley 39/40 de 2015	Nº de formularios online	4	2	50,00%
11.3.2	Optimización de herramientas internas	Nº de herramientas optimizadas	3	10	333,33%
		Nº incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%	100%	111,11%



Anexo II

RECURSOS ECONÓMICOS Y FUENTES DE FINANCIACIÓN DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2019

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2019 Período (Enero-Agosto)	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)					
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	TOTAL
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	1.784,26	2.770,81	1.058,08	237,97	838,66	6.689,78
I. Costes de Personal	268,35	107,21	446,53	113,93	264,20	1.200,22
Nº Empleados (1)	14,08	10,86	15,09	4,32	11,23	55,57
Gastos en operaciones de capital	3,70	111,63	334,61	0,30	1,40	451,64
Gastos en operaciones corrientes	1.512,21	2.551,97	276,94	123,74	573,06	5.037,92
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	1.784,26	2.770,81	1.058,08	237,97	838,66	6.689,78
Ingresos de Operaciones Corrientes:	1.780,56	2.659,18	723,47	237,67	837,26	6.238,14
Transferencias Corrientes de la CARM	1.780,56	2.659,18	723,47	237,67	541,36	5.942,24
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	295,90	295,90
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	3,70	111,63	334,61	0,30	1,40	451,64
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	105,12	333,12	0,00	0,00	438,24
Otros Ingresos de fondos de capital	3,70	6,50	1,49	0,30	1,40	13,40

(1) Incluye: Personal previsto directo + indirecto de servicios horizontales

