

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE AGOSTO DE 2020

Con fecha 1 de octubre de 2020, fue suscrito el Contrato-Programa para el ejercicio 2020 entre la Consejería de Turismo, Juventud y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (BORM nº 239 de 15 de octubre de 2020).

El citado Contrato-Programa, en su Cláusula Séptima “Dación de cuentas, Informes de evaluación y periodicidad de informes”, indica que, al finalizar el mes agosto, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante ITREM) elaborará el correspondiente “Informe de evaluación de cumplimiento, de análisis y control” del Contrato-Programa 2020. 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 2020, 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 2020 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 se estructura en cinco Servicios Operativos cuyos objetivos principales, objetivos específicos y retos para el ejercicio 2020 son:

Promoción

OBJETIVOS PRINCIPALES

El turismo puede considerarse como la única rama de actividad económica que tiene por objetivo abiertamente declarado y explícito la creación y posicionamiento de una imagen de marca del destino. En este sentido, la Región de Murcia gestiona la consecución de dicho fin desde dos vertientes distintas:

Por un lado, la imagen de la Comunidad Autónoma como destino se beneficia del conjunto de avances económicos, sociales, en comunicaciones o en el patrimonio. Una imagen positiva aumenta la capacidad de atraer turistas, por ello la estrategia de cambio estructural planteada por la administración regional contribuirá a la mejora de la imagen del destino a través del



embellecimiento, acondicionamiento y revitalización de los espacios turísticos. De este modo, la modernización de la planta alojativa existente y la llegada de grandes marcas internacionales, así como las actuaciones en nuevas infraestructuras, patrimonio, intervención en espacios públicos, mejoras en movilidad, señalización y accesibilidad ayudarán por sí mismas a posicionar el destino.

Por otro lado, la estrategia de 'Promoción turística' propiamente dicha contempla una vez más la puesta en marcha de acuerdos de mercadotecnia sobre los productos turísticos más relevantes, lo que supone un importante avance en la visibilidad del destino en canales de comercialización nacionales e internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El objetivo para el 2020 no solo es adquirir visibilidad en los canales de comercialización a través de los macro-acuerdos de marketing, sino también a través de acuerdos con operadores turísticos especializados en productos concretos como por ejemplo el golf. También hay continuidad en acuerdos de visibilidad para apoyar rutas aéreas con destino a la Región de Murcia ya operativas o donde existe una demanda real que pueda traducirse en nuevas conectividades aéreas en un futuro próximo.

RETOS PARA 2020

Business Intelligence: El gran número de acciones generadas a través de los macro-acuerdos en los medios online es fruto del cambio de un modelo de promoción estática (ferias, workshops, etc.) a un modelo dinámico con promoción ágil y en gran medida, en medios online. Este nuevo modelo requiere, asimismo, de un nuevo esquema de intercambio de información entre las diferentes áreas de la Oficina de Promoción y entre éstas y el sector.

Diversificación de Mercados: Teniendo en cuenta la dependencia del mercado UK y el posible empeoramiento de indicadores macro-económicos, se hace necesario abrir nuevos mercados. La Unidad de Business Development creada en 2018 generará un mayor número de acuerdos con turoperadores para conseguir dicho objetivo. Se incide especialmente en el mercado francés, alemán y en los Países Nórdicos.

Fomento de la Inversión turística en la Región: Para conseguir el objetivo de crecer en nuevos mercados internacionales, es necesario el fomento de inversiones nuevas (con el fin de aumentar la capacidad alojativa), además de modernizar la capacidad alojativa existente.

Nuevas herramientas de promoción: Seguir trabajando en nuevos contenidos y formatos multimedia darán un giro a la promoción estática tradicional (ferias, work-shops, etc.) haciéndola más dinámica e interactiva. En este sentido, nuevas aplicaciones permitirán interactuar directamente con los turistas, apoyando por una parte la recogida de datos, y por otra parte conectando con ellos para informarles en función de su perfil.

Comunicación

OBJETIVOS PRINCIPALES



Uno de los objetivos clave de la Estrategia y Plan de Acción 2020 continúa siendo la mejora del posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico. En la mejora del posicionamiento hay un aspecto en el que resulta fundamental incidir para tener éxito: la percepción que el turista tiene del destino, ya que la imagen de marca del destino es, en definitiva, uno de los principales aspectos que perciben los turistas. Esto es importante hasta tal punto que una imagen negativa puede hacer invisible al destino para el turista potencial.

La consolidación del uso de Internet ha originado cambios significativos en los patrones de comportamiento de los turistas a la hora de elegir sus destinos. De ahí que otro importante eje de actuación sea el diseño de un plan de medios digital específico para promocionar los productos estratégicos de 2020, adaptado a la nueva forma de acceso a la información a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las redes sociales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El objetivo clave para 2020 consiste en 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, haciendo hincapié en el turismo religioso, en la gastronomía puesto que somos Capital Española de la Gastronomía 2020 y en el cultural con Cartagena y su candidatura a Patrimonio de la Unesco.

Con el objetivo de aumentar de manera significativa la visibilidad del destino y seguir mejorando la percepción del viajero, se da continuidad al camino iniciado en los últimos años hacia una línea de comunicación con contenidos frescos, con más material audiovisual adaptado a los nuevos tiempos.

RETOS PARA 2020

Desde el ITREM se ha puesto en marcha una ambiciosa estrategia global de comunicación, en la que se invertirán más de 3 millones de euros, y que tendrá como principales objetivos el posicionamiento de los siguientes proyectos estratégicos:

- Murcia, Capital Española de la Gastronomía 2020.
- El Camino de la Cruz.
- Cartagena, Patrimonio de la Unesco

Asimismo, se continuará con las campañas de fomento de nuevas conectividades puestas en marcha en 2019; así como con las de comunicación en UK para paliar los posibles efectos negativos del Brexit.

El ITREM también dispondrá de nuevo material de promoción específico por productos (folletos, spots, merchandising, ...), con contenidos frescos y atractivos enriquecidos con imágenes, gráficas, vídeos, ... todo ello potenciando una imagen de 'Costa Cálida – Región de Murcia' como destino experiencial diferenciado de sus competidores. Además, se apoyarán las acciones estáticas (ferias, workshops etc.) con el uso de la promoción multimedia (videos e imágenes 360º, guías interactivas, etc.).



Innovación

OBJETIVOS PRINCIPALES

Destinos Turísticos Inteligentes (DTI):

Uno de los objetivos principales marcados por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia es el de ser el ente encargado de la coordinación de todos los proyectos a nivel municipal que tienen como fin convertirse en destinos turísticos inteligentes.

Esta coordinación se llevará a cabo a través de un convenio específico con SEGITTUR.

Además, creemos fundamental la reconversión del destino y para ello, entendemos que es de vital importancia la profesionalización del sector a través de la innovación tecnológica y el análisis de los datos. En este sentido, para conseguir dicho objetivo, se ampliarán los informes disponibles para el sector turístico (público y privado) con el fin de optimizar sus decisiones y ganar competitividad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El ITREM apoyará todos los proyectos de destinos turísticos inteligentes y asesorará a los distintos municipios en materia de autodiagnóstico, líneas de financiación y tecnología.

Para fomentar la inteligencia turística (Business Intelligence), el ITREM ampliará los informes disponibles de manera gratuita al sector turístico a través de la herramienta Motriz, a la que tiene acceso todo el sector turístico de la Región de Murcia.

Esta herramienta permite acceder fácilmente y de manera global a los principales indicadores de la oferta y la demanda turística, a partir de diferentes fuentes: estadísticas oficiales, Big Data, redes sociales, etc.

Otra línea de trabajo, es la que dotará al sector de aplicaciones móviles que facilitarán la interacción con el turista digital.

En resumen, la transformación digital del sector turístico está en marcha, para convertir todos los destinos de la Región de Murcia en 'Destinos Turísticos Inteligentes'.

RETOS PARA 2020

Se amplían los medios para hacer posible la difusión de información permanentemente actualizada en webs y apps de los agentes del sector y las administraciones locales mediante la incorporación al Sistema de gestión de contenidos unificados de la Región de Murcia, RITMO, de nuevos recursos, como experiencias o rutas, y el desarrollo de nuevos servicios open data.

Otra línea de trabajo es la consolidación de las aplicaciones móviles 'Apps Costa Cálida' para la interacción con el turista digital, incorporando nuevas funcionalidades que mejoren la experiencia del cliente y cubran sus necesidades durante todo el viaje.



La transformación digital también tiene lugar en la administración turística mediante la digitalización de los procesos administrativos con la integración de estos en el registro administrativo único, su adaptación a las nuevas herramientas de administración electrónica (SANDRA y DEXEL) y la integración de todos los datos en la herramienta interna de gestión que la Oficina de Ordenación utiliza para la gestión de los expedientes administrativos (GICTUR).

Sobre la base de las aplicaciones tecnológicas y el resto de líneas desarrolladas por el ITREM para la transformación digital del sector turístico, se trabaja fundamental y prioritariamente en la adopción del modelo de 'Destino Turístico Inteligente', que pretende impulsarse en 2020 de manera uniforme para los distintos municipios turísticos de la Región de Murcia.

Ordenación

OBJETIVOS PRINCIPALES

Continuar con la aprobación del marco legal que facilite y apoye la iniciativa de los empresarios turísticos, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector turístico de la Región de Murcia.

Ordenación de la actividad turística, mediante la clasificación e inspección de las empresas, actividades y establecimientos turísticos, con arreglo a la normativa vigente.

Protección de los derechos de las empresas y usuarios turísticos, vigilando el cumplimiento de la legislación turística.

Actuaciones para la ampliación y mejora de infraestructuras, equipamientos y recursos turísticos que contribuyan a incrementar la competitividad de los destinos de la Región de Murcia, de forma coordinada con el resto de políticas y planes con incidencia en la ordenación física de los espacios turísticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Modificación del marco legislativo turístico anterior, más rígido, a través de nuevas normativas más cercanas a la realidad. Se recogen las peticiones del sector y se simplifican trámites administrativos y eliminan obstáculos innecesarios.

Supervisar los nuevos modelos de oferta para evitar el intrusismo profesional y posibilitar la clasificación y regularización de la misma. Especialmente la oferta de alojamiento turístico no declarada usando los medios de detección e identificación a su alcance.

Orientar la actividad de inspección y de vigilancia del cumplimiento de la normativa hacia labores de asesoramiento y lucha contra la actividad clandestina.

Refuerzo de los medios para la clasificación turística e inscripción en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas, que facilite el afloramiento de oferta alegal.



Comprobación de reclamaciones y aplicación de la disciplina turística, para proteger los derechos de los usuarios de los servicios turísticos.

Informar y asesorar sobre la normativa, derechos y obligaciones a los titulares de las empresas turísticas.

Dotación de aplicaciones informáticas que faciliten la relación directa entre la Administración turística y los usuarios.

Desarrollo de 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.

Informe y coordinación con la planificación territorial y ambiental con incidencia en el turismo.

Impulso del turismo sostenible en espacios naturales (CETS) y del turismo accesible.

RETOS PARA 2020

Continuar la interrelación con otros departamentos de la administración, en sus diferentes ámbitos, encaminada a favorecer la inversión de futuros promotores del sector turístico, especialmente con los departamentos de ordenación territorial y urbanismo.

Favorecer la aplicación de los recientes cambios normativos introducidos para fomentar la modernización y ampliación de la oferta hotelera.

Impulso a la coordinación público-privada con la Oficina de Asistencia al Inversor Turístico para prestar asesoramiento, guiar e informar al inversor sobre trámites necesarios, subvenciones, de la mano del INFO e 'Invest in Murcia'.

Actualizar y ampliar el catálogo de 'Emplazamientos potenciales para desarrollos turísticos' y rediseño de su versión web que incorpora datos técnicos, fotografías, planos y videos de posibles localizaciones para inversión en alojamiento turístico.

Otra de las líneas maestras es continuar con el impulso al plan para la erradicación de la actividad clandestina y el intrusismo profesional en el sector turístico.

En lo concerniente al desarrollo de la Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia, el 29 de abril se aprobó el decreto que regula los alojamientos turísticos en la modalidad de casas rurales, y este año está prevista tramitar también el proyecto de decreto por el que se regulan las empresas de intermediación turística.

Se llevarán a cabo actuaciones para la vertebración turística del territorio a través de acciones que fomenten la conectividad entre los diferentes destinos regionales, como:

- El mantenimiento e impulso de los Caminos de la Cruz de Caravaca y otros posibles itinerarios para senderismo y cicloturismo.
- La adecuación de las Vías Verdes con Fondos FEDER. En 2020 se prevé finalizar: la pasarela y obras complementarias en la VV del Campo de Cartagena, el carril de continuidad



de la VV de Mazarrón, y la conexión entre las VV Campo de Cartagena y del Noroeste (Totana -Caravaca de la Cruz). También se iniciará el proyecto y obras de acondicionamiento de la VV del Chicharra comenzando por el municipio de Cieza.

- El desarrollo de la ruta cicloturista Eurovelo 8. En 2020 se acometerá la definición del trazado y su validación por un auditor acreditado; redacción del proyecto de señalización, y ejecución e instalación de las señales proyectadas.

Formación

OBJETIVOS PRINCIPALES

La apuesta por una formación y capacitación de los recursos humanos adecuadas a las necesidades reales de la industria turística y focalizadas en las carencias del sector, con el objetivo de aumentar la cualificación y la calidad del sector turístico regional. En este sentido, al hablar de calidad no solamente lo hacemos en términos de alcanzar una oferta exclusiva o de lujo sino también en lograr de manera generalizada una relación adecuada entre calidad y precio, en la que el nivel de servicio satisfaga al cliente por encima de sus expectativas, basadas en sus experiencias en otros destinos competidores.

Generación de más empleo estable y de calidad en el sector turístico. Las empresas, sobre todo las de tamaño pequeño o mediano que son las predominantes en el sector turístico regional, demandan profesionales capaces de desarrollar varias competencias y tareas diferentes según precise la demanda o las particularidades de la temporada turística. En este sentido, la formación se presenta como un instrumento clave para solucionar estas necesidades de flexibilidad funcional por parte de las empresas y favorecer así la generación de empleo más allá de la temporada alta.

Detección de talento y apoyo a la excelencia entre los trabajadores futuros y actuales, como medio para lograr la fidelización al sector de los mejores profesionales y dotar de un mayor grado de especialización a los recursos humanos de la industria turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

Impulsar la generación de empleo nuevo en el sector con la mejora del alcance de las acciones para desempleados.

Mejorar las competencias y tecnificación de los trabajadores en activo mediante actividades de formación continua y reciclaje.

Potenciar la formación práctica tanto en el propio centro como en el entorno real de la empresa.

Fomento en la motivación para escoger la formación turística mediante la mejora de la percepción social de las profesiones asociadas a ella.



Promoción de la cultura gastronómica regional a través de las acciones previstas en el Plan de Impulso del Turismo Gastronómico 2017-2020.

RETOS PARA 2020

Potenciar el impulso a la generación y mejora del empleo en el sector mediante la apuesta por la formación con la realización de más de 110 cursos y 9.000 horas de formación de los que se podrán beneficiar unos 1.500 alumnos desempleados, trabajadores en activo o universitarios. Estas acciones bien se realizan con cargo a fondos propios del ITREM, financiados por el Servicio de Empleo y Formación (SEF), o mediante convenios de colaboración con entidades y empresas.

Aumentar la apuesta por la descentralización de la formación del CCT con la impartición de más cursos y de mayor nivel en municipios de potencialidad turística en los que se detecten carencias y siempre en colaboración con las asociaciones empresariales y ayuntamientos de los mismos. El objetivo para 2020 es llegar a 20 cursos de los que se beneficiarán unos 260 alumnos.

Potenciar el número, nivel y tecnificación de los certificados de profesionalidad SEF y titulaciones propias a impartir a desempleados, llegando hasta un total de 22 acciones formativas y 300 alumnos.

Mejorar las competencias y la tecnificación de los trabajadores en activo mediante actividades de formación continua y reciclaje, y de acuerdo con las necesidades reales detectadas entre asociaciones y empresas del sector con 64 cursos y más de 700 trabajadores participantes.

Continuar el proyecto piloto de realización de cursos o seminarios a medida para asociaciones empresariales o profesionales de la Región de Murcia, impartidos por profesorado de reconocido prestigio y dirigidos a grupos reducidos.

Reforzar la formación online como oportunidad de desarrollo accesible desde cualquier punto de la Región de Murcia mediante nuevas estrategias y plataformas y trabajar en la mejora del Campus Virtual como herramienta de interacción y apoyo a alumnos del CCT.

Apoyar el talento y la excelencia entre profesionales y jóvenes talentos mediante programas de becas y ayudas a la formación práctica y la especialización que puedan aportar una formación teórica y práctica al más alto nivel.

Continuar la digitalización progresiva de los procesos del CCT para la gestión de cursos y restaurante-escuela, minimizando el uso del papel y su consiguiente impacto ambiental positivo.

Apostar por las bondades de la formación práctica tanto en el propio CCT 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.

Potenciar la 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.



Poner en marcha las acciones previstas para 2020 del Plan de Impulso del Turismo Gastronómico 2017-2020 para la formación o el fomento de la cultura gastronómica regional.

En el Contrato-Programa 2020 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 2020, se detalla el PAAPE para el ejercicio 2020, en donde se recoge minuciosamente las líneas estratégicas (Servicios operativos), sus medidas (líneas de actuación) y acciones, se establecen metas anuales (objetivos) para cada una 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 2020 por Servicios Operativos y en función del presupuesto inicial asignado (Anexo II del Contrato-Programa 2020):

MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2020 (Periodo enero-agosto)	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)					
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	TOTAL
Valores presupuestarios iniciales	3.732,74	4.596,07	2.114,40	458,80	1.748,03	12.650,03
Valores reales a 31-08-2020	1.431,73	1.388,66	255,11	328,94	1.147,18	4.551,62
<i>% Ejecución sobre inicial</i>	38,36%	30,21%	12,07%	71,70%	65,63%	35,98%

El porcentaje se eleva al 72,71% si incluimos en el presupuesto ejecutado asignado a expedientes el importe de los compromisos formalizados a 31 de agosto de 2020.

En lo que respecta al grado de evolución de los 160 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2020), a continuación, se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de agosto de 2020:



Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	7	7	7	4	25
Innovación	1	1	4	5	11
Formación	20	22	5	4	51
Promoción	27	20	7	4	58
Comunicación	0	5	6	4	15
Total:	55	55	29	21	160

En cuanto al grado de cumplimiento de las metas previstas, establecidas en los objetivos relacionados en el Anexo I del Contrato-Programa 2020, de acuerdo con lo expresado en el punto anterior, se observa que a 31 de agosto de 2020, existe un 34,38% de indicadores que no han mostrado actividad; un 34,38% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 18,13% de éstos sí han superado el límite anterior; finalmente, el 13,13% de los indicadores han alcanzado o superado su objetivo inicial previsto.

En el periodo enero – agosto del ejercicio 2020, objeto de este informe, la crisis sanitaria provocada por la pandemia de Covid-19 ha venido a cambiar de manera radical el escenario del sector turístico. Los confinamientos y restricciones a la movilidad, cierre de fronteras y cuarentenas para los pasajeros, la pérdida de poder adquisitivo y, en general, la pérdida de confianza para viajar, derivados de la crisis sanitaria por el Covid-19, han ocasionado un desplome histórico en la actividad turística a nivel mundial y por ende a la Región de Murcia. El impacto ha sido particularmente intenso desde mediados de marzo hasta junio, meses en los que las medidas de contención adoptadas provocaron el desplome total de la actividad turística.

En conclusión, a 31 de agosto de 2020, se puede afirmar que, en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2020, su grado de ejecución está por debajo de lo esperado al verse afectado por la crisis sanitaria del Covid-19. No obstante, es importante destacar que aquellos indicadores soportados en la consecución de objetivos de carácter tecnológico y relacionados con las nuevas tecnologías de la información han superado significativamente sus expectativas. Ejercicio tras ejercicio estas nuevas tecnologías van incrementando su influencia económica en el mercado, relegando a las tradicionales formas de promoción y comunicación.

La evolución de la crisis sanitaria por el Covid-19 ha influido constantemente en la toma de decisiones de cada uno de los Servicios Operativos. Se ha analizado permanentemente el criterio de la oportunidad en la realización de las acciones que estaban previstas en función de la situación que a nivel nacional e internacional se estaba produciendo en cada momento, todo ello para evitar la utilización de recursos innecesarios.

MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO 10/11/2020 10:36:37
 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-34536bde-238-66f2-fca-0050569b34e7



Con lo expuesto en el párrafo anterior, el ITREM se ha adaptado a esta nueva situación. En concreto, está centrando sus esfuerzos en el apoyo al Sector Turístico mediante la implementación de subvenciones directas al empresariado. Para ello, ha reestructurado recursos presupuestarios iniciales por valor de 1.650.000 euros, ha recibido de la Comunidad Autónoma una nueva transferencia de fondos corrientes por importe de 5.000.000 euros y espera obtener nuevos e importantes recursos financieros para el fin descrito.

Dada la evolución de la situación sanitaria, el ITREM va a seguir aplicando los factores correctores necesarios que permitan optimizar los recursos disponibles en estas situaciones de confinamiento, restricciones a la movilidad y similares que se produzcan a nivel nacional e internacional y va a continuar con el análisis de aquellos indicadores que no cumplen con 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 2020, 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.

Murcia, a fecha de firma electrónica.
Documento firmado electrónicamente

Juan Francisco Martínez Carrasco
Director General

MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO
10/11/2020 10:36:37

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 los 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-36536bde-2338-66f2-f1ca-0050569b3447

