



INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE AGOSTO DE 2021

Con fecha 27 de octubre de 2021, fue suscrito el Contrato-Programa para el ejercicio 2021 entre la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (BORM nº 259 de 9 de noviembre de 2021).

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 2021. 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, además 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 2021, 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 2021 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 Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, así como aquellos derivados que en materia de turismo le competen al ITREM.

El ITREM se estructura en seis Servicios Operativos mediante los cuales se desarrollan los objetivos y líneas estratégicas previstas en la Estrategia y Plan de Acción Turismo 2021, dentro del marco de sus competencias y que son:





Promoción

Debido a los efectos de la pandemia de Covid-19 asistimos a un nuevo escenario turístico con importantes cambios en la demanda. El turista adopta un nuevo perfil caracterizado por un más que previsible fraccionamiento y acortamiento de sus periodos vacacionales, menos renta disponible para el gasto en vacaciones y mayores exigencias en seguridad y sostenibilidad. Todo ello va a condicionar considerablemente tanto el momento como el tipo de actividades a realizar durante los viajes por turismo por lo que, en el diseño de la nueva estrategia, desde el Instituto de Turismo se considera imprescindible llevar a cabo una adaptación de la planificación y una reprogramación de todas las acciones de promoción y comercialización.

En todo caso, las actuaciones deben atender a la evolución de la demanda, cuya recuperación se espera lenta y, previsiblemente, a dos velocidades:

- a. Una algo más temprana y gradual de los viajes de proximidad y en vehículos particulares, básicamente de españoles y de algún mercado internacional de proximidad (Francia, Portugal). En este escenario que puede mantenerse durante el primer semestre de 2021, cobran especial relevancia:
 - El propio turismo interno de los residentes en la Región, cuyo gasto pasó del 31,4% del total del consumo turístico, al 53% en 2020 (+21,6 puntos).
 - Los viajes de los españoles de otras CCAA que en 2019 hacían fuera de España y este verano se realizará en destinos nacionales.
- b. Otra más tardía, con el avance de la campaña de vacunación, de recuperación de la actividad turística para el segundo semestre del año 2021, si bien tienen como referencia el seguimiento de la evolución de los datos de la pandemia.

De este modo, las principales líneas de actuación deben ir en el sentido de:

- Coordinación y cooperación con los municipios turísticos y las empresas del sector para reducir los efectos de la crisis del Covid-19.
- Planificación y ejecución de acciones basadas en análisis de inteligencia turística.
- Innovar con fórmulas de promoción y comercialización adaptadas a cada producto, mercado y a las nuevas tecnologías.
- Estrategia de promoción segmentada y flexible en función de la evolución de la crisis sanitaria y las restricciones en los principales mercados.
- Transmitir confianza en el destino 'Región de Murcia –Costa Cálida como destino seguro frente al Covid-19.





- Adaptación de los productos al escenario Covid-19 y creación de experiencias seguras y de calidad que aporten valor añadido. Se va a trabajar los productos según el perfil del turista, llevando a cabo una promoción más segmentada teniendo en cuenta las tendencias viajeras.
- Fomentar la vinculación de los productos y destinos e impulsar la complementariedad interior-costa.

Estrategia en clave de perfiles de demanda y mercados

La estrategia de promoción para el año 2021 se ve directamente afectada por la situación asociada a la crisis sanitaria, obligando a actuar de manera local y micro-segmentada. Así surge una visión estratégica que toma como referentes los perfiles de demanda, identificando los diferentes perfiles presentes en cada producto turístico para adaptar así la oferta y la promoción turísticas a los diferentes segmentos y nichos de mercado.

En total, la estrategia de promoción contempla más de 200 acciones, de las cuales el 50% aproximadamente se dedicará a los mercados nacionales y el 50% a los internacionales.

La estrategia de promoción en mercados internacionales contempla acciones en 18 países, buscando así una diversificación que modifique el tradicional patrón de dependencia del turismo británico. En cuanto se active la demanda internacional en Europa, se pondrán en valor los mercados tradicionales de la Región de Murcia, prestando de inicio especial atención a Reino Unido, Bélgica, Holanda, República Checa y los Países Nórdicos.

Análítica de cliente-mercado

La toma de decisiones acertadas en la estrategia de promoción y comercialización de un destino turístico pasa por el análisis de los principales indicadores del destino y sus mercados. Gracias a los estudios de mercado propios, realizados por el ITREM, y la puesta en marcha de nuevas herramientas de análisis de Big Data, se puede analizar en profundidad el comportamiento de los mercados y su relación con el destino para detectar áreas de mejora, potenciales nichos de demanda y nuevos mercados objetivo.

En esta labor de inteligencia turística, el ITREM va a llevar a cabo la incorporación de una nueva Plataforma de Monitorización de Turoperación que realizará la captación de datos website de operadores turísticos online. La aplicación de la inteligencia turística a la estrategia de promoción y comercialización permitirá la retroalimentación de sus procesos de diseño y ejecución, a través de una autoevaluación continuada mediante el análisis de la competencia y el seguimiento de los resultados de las acciones de marketing y promoción en la medida en que se vayan desarrollando.





Operativas

Desde el ITREM se impulsará la realización de un mayor número de acuerdos con turoperadores y se dará apoyo a las agencias receptoras, diversificando mercados y priorizando los de proximidad.

Se van a prospectar nuevos mercados que ofrezcan ventajas en términos de desestacionalización o rentabilidad, con el fin de incrementar la demanda en la temporada de invierno aún con amplio margen de crecimiento. Así, se potenciarán nuevas operativas, especialmente con Países del Este de Europa. Y en concreto, en el caso de las operativas de golf, se trabajará con Reino Unido, Irlanda, Alemania, Países Nórdicos, Francia, así como en el propio mercado nacional.

Acuerdos de comercialización con operadores

Durante el ejercicio año 2021 el ITREM pondrá en marcha acuerdos de comercialización con turoperadores, mayoristas y portales online y OTA's, nacionales e internacionales, que tienen como fin impulsar la venta del destino. Se estimularán las reservas en los principales canales de comercialización a nivel nacional e internacional de tal forma que el destino 'Costa Cálida - Región de Murcia' esté posicionado de manera preferente en portales y agencias.

En la línea de años anteriores se mantienen los acuerdos con las principales OTA's y operadores, especialmente los vinculados a contenidos turísticos relativos a sostenibilidad, ecoturismo y gastronomía, con un seguimiento permanente de la evolución de la demanda y de la seguridad en los diferentes mercados.

Acciones para la reactivación del mercado británico tras el Brexit

El mercado británico juega un papel fundamental para los intereses del sector turístico regional debido a que representa el principal mercado internacional emisor al destino, un 42,9% del total de viajeros extranjeros.

El ITREM plantea una estrategia continuista enfocada a la reactivación de la afluencia desde este mercado a la Región tras el Brexit, que incluye actuaciones de marketing y publicidad digital, colaboraciones con turoperadores, medios especializados y agencias de relaciones públicas o asistencia a eventos, tanto en formato presencial como online.

Fomento de las conectividades mediante la promoción en origen

Ante la previsión de que se establezcan nuevas conectividades aéreas desde el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia con algunas ciudades del norte de España, como Bilbao, Barcelona o Santander, el ITREM también ha previsto realizar acciones de publicidad específicas en dichos mercados emisores. Se trata de dar un





impulso a las nuevas rutas fomentando el interés de los turistas hacia la Región de Murcia. Esta estrategia, da continuidad a la iniciada en 2019 con Asturias, coincidiendo con la puesta en marcha del nuevo aeropuerto internacional.

Acuerdos de co-marketing con operadores y empresas de intermediación turística con presencia en el Reino Unido

Continuando con la estrategia de posicionamiento y consolidación del mercado británico ya iniciada en el año 2018, durante 2021 se desarrollarán acciones de co-marketing y comercialización con empresas de intermediación turística con presencia en el Reino Unido. El objetivo principal consiste en hacer frente a los potenciales efectos sobre el turismo regional que pueda tener el Brexit y a los provocados por la pandemia. Para ello se establecerá una comunicación directa con el turista y se potenciará la imagen de la Región de Murcia y sus productos turísticos en este, su principal mercado.

La comercialización del destino en el paradigma de la digitalización

El ITREM ha diseñado un Plan de acciones de mercadotecnia, co-marketing y promoción para 2021 que irá dirigido principalmente a la reactivación del tejido empresarial en el corto plazo, y a la recuperación del volumen de llegadas e ingresos en el medio plazo, tras la caída de la actividad debido a la pandemia.

Los principios rectores de este plan serán:

- La diversificación y fomento de la imagen de destino seguro y multiexperiencial
- La diversificación de mercados y la mejora de la conectividad
- La desestacionalización y desconcentración de la demanda, que eviten la saturación y contribuyan a la sostenibilidad del modelo turístico.
- El marketing directo y digital para llegar al consumidor final primará sobre las acciones presenciales.

Otras acciones de promoción y comercialización – de presencial a virtual

El ITREM ha redirigido una parte de la inversión destinada a la promoción presencial a actuaciones online con el objetivo de garantizar contactos profesionales y asegurar negocio nacional e internacional, posicionando la Región de Murcia como destino turístico seguro y preferente. Algunas de las principales actuaciones son:

- Organización del I Workshop nacional e internacional – ‘Costa Cálida - Región de Murcia’
- Presencia de la Región de Murcia en más de 200 eventos nacionales e internacionales: workshops online, webinars, ferias,...





- Creación de contenidos, mejorando los contenidos de producto ya existentes y desarrollando otros nuevos.
- Proyectos Europeos: EUROVELO R8 - Ruta del Mediterráneo (MEDCYCLETOUR) y OURWAY – INTERREG Vías Verdes.
- Plan de Sostenibilidad Turística de Sierra Espuña para reforzar el destino como uno de los principales destinos de Ecoturismo de España.
- Fomentar el asociacionismo del sector.

Comunicación

La nueva realidad generada por los efectos de la pandemia de Covid-19 ha provocado un cambio en la manera de comunicar y de recibir la información por parte de la sociedad que sin duda influye en la concepción de la estrategia de comunicación turística.

Posicionamiento como destino seguro, sostenible, no masificado y sensibilizado con el medio ambiente.

Debido a la situación actual derivada de la crisis sanitaria, es necesario replantearse los valores del destino a comunicar a través del Plan de Comunicación Turístico, transmitiendo una imagen profesional y adaptada a los tiempos del sector turístico regional, preparado para recibir de forma segura al turista. Además, en estos momentos en que la mayoría de los viajes se plantean en el seno de los núcleos familiares, la tradicional percepción de la Región de Murcia como destino perfecto para el turismo familiar se convierte en una de sus principales fortalezas. Todo ello, incidiendo y potenciando la imagen hospitalaria y acogedora que caracteriza a la Región y la de su oferta turística diversificada y sostenible.

Los principales valores y mensajes del destino que se van a comunicar a través del Plan de Comunicación Turístico son:

- Destino seguro y poco masificado
- Seguro gratuito con cobertura covid-19 para turistas
- Destino de actividades aire libre
- Destino familiar
- Destino multi experiencial y sostenible
- Región de Murcia, Capital Española de la Gastronomía

Plan de Medios Regional





Se articulará un ambicioso Plan de Medios Regional, que abarcará soportes regionales y locales de prensa, radio, televisión, exterior y digital para comunicar la diversidad y riqueza de la oferta turística regional.

En 2021 el ITREM realizará un esfuerzo en comunicación regional aún mayor que en el año anterior, sobre la base de que la reactivación de la actividad turística dará comienzo, en una primera fase, a partir de los movimientos intrarregionales. Se trata asimismo de sensibilizar a los residentes en la Región de Murcia y darles a conocer todo lo que, sin ir más lejos, su propio destino les puede ofrecer. Para ello, se sigue trabajando en las campañas que den a conocer los llamados “momentos seguros” (experiencias); las actividades al aire libre y la gastronomía, puesto que la Región de Murcia es un año más en 2021, Capital Española de la Gastronomía.

Plan de Medios Nacional

El mercado español va a empezar a despertar con viajes a destinos de proximidad, donde se pueda acceder de forma segura en coche. De ahí que cobren especial relevancia las comunidades limítrofes como mercados emisores en esta situación. Además, cabe pensar que en sus decisiones de viaje los residentes en España optarán por desplazamientos a destinos que conozcan bien o les transmitan confianza. Es por lo que el ITREM pondrá en marcha una campaña de promoción de su seguro gratuito con cobertura Covid-19 para turistas nacionales alojados en establecimientos de alojamiento reglado. El objetivo es transmitir entre los establecimientos turísticos y sus destinatarios el conocimiento de la póliza.

Al igual que en la campaña regional, los medios digitales y las redes sociales cobrarán un especial protagonismo, junto a los medios nacionales líderes en radio, prensa, revistas y televisión. Las temáticas serán también las mismas: Capital Española de la Gastronomía 2021, turismo multi experiencial al aire libre y ‘Costa Cálida – Región de Murcia’ destino seguro.

Plan de Medios Internacional

A la espera de que se reactive la industria internacional de los viajes, la estrategia a seguir desde el ITREM para el año 2021 estará dirigida a reforzar la visibilidad de la Región y afianzar esta percepción de destino seguro y de confianza, sostenible y de calidad en los mercados internacionales. Para reforzar este mensaje de seguridad el ITREM pondrá en marcha una campaña de promoción de su seguro gratuito con cobertura Covid-19 para turistas internacionales alojados en establecimientos de alojamiento reglado. El objetivo es transmitir entre los establecimientos turísticos y sus destinatarios el conocimiento de la póliza.

Se trabajará de cara a la generación de demanda especialmente a partir del segundo semestre del año, que es el horizonte de reactivación al que apuntan las previsiones más optimistas. En este sentido, cobrarán especial relevancia mercados que tradicionalmente han tenido gran peso para la Región de Murcia, y muy especialmente





el Reino Unido, a los que se añadirán los mercados fronterizos con España, Portugal y Francia, los cuales cuentan con acceso directo vía carretera.

Renovación de la creatividad

En cuanto a la forma de comunicar, hay que tener en cuenta que la pandemia ha provocado un cambio tanto en el mensaje a transmitir, como en los medios de acceso a este mensaje.

Por lo que respecta al mensaje, como se ha visto anteriormente, en la situación actual cabe reforzar una percepción del turista sobre el destino en torno a las ideas de seguridad, calidad y profesionalidad, hospitalidad y sostenibilidad. Es por ello, que en 2021 el ITREM hará un especial esfuerzo en la renovación de su creatividad, con nuevo material audiovisual, spots, vídeos y fotos, adaptados al mensaje a transmitir. Así, se acometerá la digitalización de los folletos turísticos, de manera que los turistas puedan acceder de manera telemática, fácil y rápida a la información turística de la Región.

Del mismo modo, la campaña de medios se articulará con una combinación de acciones online y offline en función de los diferentes escenarios de reactivación del turismo. No obstante, la pandemia de Covid-19 ha modificado de manera significativa el consumo de medios de comunicación, situando todas las disciplinas digitales a la cabeza, con un fuerte incremento y liderazgo de las redes sociales.

Inteligencia turística aplicada a la comunicación

En el diseño y ejecución del Plan de Marketing 2021 el análisis digital de inteligencia turística cobra un especial protagonismo. Las nuevas herramientas de Big Data, puestas en marcha por el ITREM, como la monitorización de indicadores, en especial los de reputación y mercados, van a facilitar una escucha activa en tiempo real que permitirá afrontar los cambios en la demanda e ir corrigiendo estrategias en caso de ser necesario y obtener así mayor eficiencia y rentabilidad a los recursos invertidos.

Este análisis de datos contribuirá, igualmente, a dotar de mayor valor a la marca Costa Cálida-Región de Murcia, centrando la promoción en aquellos productos y atractivos mejor valorados y más demandados por los turistas y con mayor potencial de reactivación y proyección de desarrollo.

Con el fin de dar continuidad a la estrategia de posicionamiento online de la Región de Murcia a través del portal www.murciaturistica.es, así como para llevar a cabo las iniciativas de innovación, comunicación y promoción turística planteadas por el ITREM, durante el año 2021 se trabajará siguiendo varias líneas de acción:

- Acciones de marketing de contenido de alto valor para el usuario que nos visita.
- Estrategia de conversión a través de la captación de datos cualificados de potenciales clientes y con interés en la Región de Murcia.





- Acciones de remarketing y fidelización del usuario según sus intereses y motivaciones en el destino.

Para articular estas líneas de acción en 2021 se ha hecho necesaria la incorporación de una nueva herramienta que va a permitir medir los resultados de las acciones online. Se trata de un Cuadro de Mandos de Redes Sociales o Dashboard de Social Media y su CRM asociado - Customer Relationship Management para la gestión de la relación con el turista, así como la asistencia técnica permanente para la configuración, personalización y adaptación del producto a la promoción y comunicación del destino de la Región de Murcia. Todo ello va a contribuir a generar contenido de alto valor adecuado al perfil del usuario que planea visitar el destino, así como a poder fidelizarlo a través de la microsegmentación que permite esta herramienta.

Servicio de Webmaster y Campaña de posicionamiento SEM en buscadores nacionales

En el marco de la estrategia de reposicionamiento online del destino, la mejora de la experiencia y la maximización de la satisfacción del usuario que visita el portal turístico regional www.murciaturistica.es es uno de los objetivos fundamentales planteados en 2021, integrando para ello el análisis basado en las nuevas tecnologías Big Data que nos permiten conocer al visitante y adaptarnos a sus motivaciones e intereses, segmentando en diferentes perfiles. Tras el año 2020, con un descenso interanual de visitas a la web del 43%, se considera necesaria una campaña de posicionamiento SEO y SEM en buscadores a través de la gestión de campañas de Adwords, enlaces patrocinados, etc., para la mejora de visibilidad del destino Región de Murcia-Costa Cálida como un destino de vacaciones y escapadas para todos los segmentos de público y durante todo el año.

Redes sociales

En 2021, con el fin de aumentar la visibilidad del destino 'Región de Murcia' se pretende dar un gran impulso a la promoción digital. Desde el ITREM no sólo se ha adaptado la estrategia de comunicación, sino que además se han ampliado los recursos destinados a las redes sociales del destino. Así, la inversión destinada a publicidad se incrementa notablemente, enfocada a aumentar el alcance de los contenidos, así como a su adaptación a las tendencias del momento.

Esponsorizaciones publicitarias

La situación actual exige un esfuerzo adicional para apoyar aquellos eventos que contribuyan a la reactivación del turismo regional. Desde el ITREM se apoyarán en 2021 aquellas actividades deportivas, culturales, musicales y fiestas que destaquen por su potencialidad turística y que den visibilidad a la marca Costa Cálida-Región de Murcia.





Innovación

La nueva situación provocada por la crisis del Covid-19 pone de relieve la necesidad de una adaptación de las formas de trabajar de los distintos agentes turísticos, teniendo en cuenta las nuevas demandas de producto, las nuevas fórmulas de comercialización, las nuevas tipologías de clientes y los nuevos competidores. Hay que adaptarse a los nuevos mecanismos de información, comercialización y de opinión y crítica. Por todo ello, uno de los objetivos del Instituto de Turismo de la Región de Murcia es convertir a la Región en un Destino Turístico Inteligente, referente en conocimiento turístico e I+D+I, dotando a los actores del destino de un Sistema de Inteligencia Turística Regional, que les permita un análisis sencillo de los principales indicadores turísticos para mejorar y optimizar sus decisiones y, en definitiva, ganar competitividad.

La implementación es una oportunidad para generar e implantar I+D+i adaptada a las necesidades de las empresas y a los cambios de la demanda.

Las principales líneas de trabajo definidas en este ámbito son:

Desarrollo de la Oficina de Inteligencia Turística Regional

El ITREM creará en 2021 la 'Oficina de Inteligencia Turística' como una evolución necesaria de los observatorios turísticos tradicionales, que aúne de una parte la puesta a disposición y el análisis de las estadísticas tradicionales complementadas con las nuevas fuentes de datos. De esta manera, los servicios prestados van más allá de la recopilación de los datos, poniéndolos en valor para conformar un verdadero asistente a la gestión de alojamientos, destinos y productos turísticos a modo de un 'oráculo turístico'.

Todo ello permitirá generar flujos de información, canalizándola a los distintos departamentos y agentes del sector, así como ayudar a comunicar y difundir entre los medios profesionales la realidad del sector y de sus diversos productos y recursos turísticos. Se cumple así con las obligaciones referidas a publicidad activa, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación relativa a transparencia y participación ciudadana.

La Oficina materializará un completo panel de indicadores de destino turístico inteligente, que permita monitorizar la situación y evolución de los destinos y en la que estarán implicadas todas las Oficinas del ITREM.

Motriz: Plataforma de Inteligencia Turística Regional

En 2021 se llevará a cabo la integración de nuevas fuentes Big data y el desarrollo de nuevos cuadros de mandos e informes dinámicos.

Así mismo, se establecerán nuevos canales de acceso a los datos e indicadores albergados en la plataforma de inteligencia turística, con la adaptación de la herramienta a su visualización a través de teléfonos inteligentes (Motriz Móvil) y comunicaciones al





sector a través de boletines informativos (Newsletter Motriz) y una web de inteligencia turística con acceso público que muestre los principales indicadores de la estadística tradicional con los nuevos indicadores que proporciona el Biga Data.

Estas acciones permitirán consolidar la plataforma Motriz como herramienta de inteligencia turística de un destino regional.

Aplicación de la inteligencia de producto, mercado y cliente para la planificación estratégica

La principal herramienta de promoción y comercialización de los destinos está en el entorno digital. Internet y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de los turistas son los instrumentos para llevar a cabo los cambios necesarios en el modelo de promoción y comercialización turística.

El ITREM cuenta en 2021 con nuevas herramientas para diseñar y medir su estrategia:

- Plataforma de monitorización de reputación del destino
- Cuadro de mandos de redes sociales y CRM (Gestión de la Relación con el Cliente)
- Plataforma de monitorización de turoperación

Así mismo se suman nuevas funcionalidades a plataforma de eDestino Región de Murcia (NEXO), que facilita a las empresas y municipios de la Región Múltiples herramientas para la centralización y continua actualización de la información turística regional y su distribución y herramientas de gestión para la prestación de servicios.

Trasformación digital de los destinos a través del modelo DTI - Destino Turístico Inteligente

El ITREM, como coordinador regional para la promoción y coordinación de los proyectos DTI, y miembro institucional de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, ha planificado un conjunto de acciones encaminadas a la incorporación de nuevos destinos, que se sumarán a los siete ya adheridos (Murcia, Cartagena, Lorca, Caravaca de la Cruz, Águilas, Los Alcázares y Fortuna). Así como el acompañamiento al destino durante su proceso de diagnóstico de cumplimiento de los requisitos del modelo DTI y desarrollo del Plan Director DTI de cada municipio, participando en el ente gestor del destino.

Se llevará a cabo la constitución de la Constitución de la Mesa DTI, órgano consultivo, en el que se establezcan sinergias entre los diferentes actores de los DTI regionales y se promueva la ejecución de proyectos colaborativo. Reforzando el intercambio de conocimiento entre los gestores del DTI a través de jornadas, webinars y congresos que permitan la difusión del modelo y los casos de éxito de los Destinos Turísticos Inteligentes de la Región de Murcia.





Se desarrollará un plan de formación de los gestores DTI, que abarcará la ejecución de jornadas, específicas de sostenibilidad, accesibilidad, tecnológica, inteligencia turística e innovación que den respuesta a las necesidades planteadas por los técnicos de los órganos gestores de los destinos.

Digitalización y modernización tecnológica de las empresas turísticas. Apoyo a la comercialización

Se apoyará la modernización tecnológica de las empresas turísticas para incrementar su competitividad y se promoverá la implementación de herramientas de ayuda a la comercialización de la oferta turística de la Región de Murcia, abarcando todas las fases necesarias para la comercialización de los alojamientos, productos y servicios turísticos de la Región.

En este ámbito las acciones a desarrollar por la Oficina de Innovación del ITREM durante 2021 se concretan en las siguientes líneas:

- Formación a las empresas y administraciones locales para su incorporación a la plataforma de comercialización turística de la Región de Murcia (Hermes).
- Integración de oferta turística reservable en murciaturística.es. y adaptación de la plataforma para la creación de nuevos productos.
- Desarrollo de portafolios de empresas con soluciones tecnológicas en colaboración con los colegios oficiales de ingenieros informáticos e ingenieros en telecomunicaciones para destinos.
- Transferencia tecnológica a través de webinars y jornadas, destinadas a ser punto de encuentro entre las empresas del sector turístico y las TIC, para impulsar la digitalización del sector turístico.

La tecnología al servicio de la satisfacción del turista

Asimismo, se aportará tecnología disruptiva para mejorar la experiencia del turista e interactuar con el destino, ayudándole a satisfacer sus expectativas en su viaje a la Región de Murcia, crear su propio paquete turístico a la carta y cubrir todas sus necesidades durante el ciclo del viaje. Incrementando las herramientas puestas a disposición del turista con la implantación de las APP Costa Cálida en diferentes empresas y destinos del sector.

Homogeneidad, innovación y eficacia de la información turística de la red de oficinas de turismo

La apuesta por la innovación y la certificación de las Oficinas municipales de información turística tiene como objetivo mejorar la experiencia del visitante a través de la calidad e innovación de los servicios y generar confianza en la seguridad del destino.





Para avanzar en esta apuesta por la excelencia de los servicios y digitalización de los procesos, la Oficina de Innovación del Instituto de Turismo de la Región de Murcia acomete las siguientes acciones anuales:

- Gestión de la Oficina de Turismo del AIRM. El aeropuerto es el primer anfitrión y el embajador del destino. El AIRM juega un papel muy activo en la promoción e imagen del destino 'Región de Murcia' y en el fomento de los productos turísticos, de ahí que el Instituto de Turismo ponga una especial atención a la gestión de su Oficina de Turismo.
- Renovación de la certificación Safe Tourism Certified del ICTE, que garantiza que las oficinas tienen implantadas las medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARSCoV-2.
- Implantación y certificación de la Norma Internacional 14785:2015, "Q" de calidad turística en Oficinas de Información, que recoge los requisitos de excelencia para los servicios de información turística del Instituto de calidad Turista Española (ICTE).
- Auditorias, gestión y renovación de la certificación de la norma internacional ISO9001 en la Red de Oficinas de turismo y ampliación con 3 nuevas oficinas y puntos de información a su alcance.

Transferencia tecnológica con nuevas acciones formativas destinadas a los técnicos de la Red para adaptación de las oficinas a la hoja de ruta DTI y reciclaje de sus profesionales. Inteligencia Turística, DTI, LOPD, Seguridad, Sostenibilidad y ODS, Gestión de subvenciones, herramientas de comunicación con el turista del destino (WEB y APP), Gestión de RRSS, etc.

Ordenación

La Oficina de Ordenación del Turismo es la encargada de gestionar diferentes actividades relacionadas con los principales principios rectores de la actividad turística en la Región de Murcia, recogidos en la Ley de 12/2013 de Turismo de la Región de Murcia.

- Regulación de la actividad turística.
- Clasificación y registro de empresas y actividades turísticas.
- Ordenación y control de los guías turísticos.
- Inspección de las empresas y actividades turísticas.
- Incoación y tramitación de expedientes sancionadores.
- Tramitación de reclamaciones en materia de turismo.





- Dotación de infraestructuras y equipamientos turísticos.
- Informes y estudios relativos a la ordenación del sector turístico.
- Responsabilidad, control, gestión y tramitación de las declaraciones de "Fiestas de Interés Turístico", en los tres niveles, internacional, nacional y regional.

Nuevos decretos de campings y empresas de intermediación turística

En el ámbito de las competencias autonómicas de Ordenación del Turismo en el territorio regional el ITREM completará el desarrollo de la Ley de Turismo. En 2021 desde la Oficina de Ordenación se continúa la labor de 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 con el objetivo de mejorar la competitividad del sector turístico de la Región de Murcia.

Es el caso de los Proyectos de Decreto por los que se regulan las empresas de intermediación turística y los alojamientos turísticos en la modalidad de campings y áreas de autocaravanas, caravanas, camper y similares en la Región de Murcia. La aprobación de ambos decretos está prevista en 2021.

Vigilancia del cumplimiento de la normativa turística

Como cometido destacado de las funciones de inspección, se velará por el cumplimiento de la normativa turística vigente, así como por el correcto funcionamiento de los servicios y establecimientos turísticos y la protección de los derechos de los usuarios. De cara a agilizar las tareas y minimizar los plazos de resolución, la Oficina de Ordenación del Turismo, en cooperación con la de Innovación, está llevando a cabo el desarrollo de una aplicación informática específica 'IETUR' (herramienta de gestión de inspecciones) para realizar la inspección de los distintos establecimientos y actividades turísticas.

Del mismo modo, se prestará asesoramiento a los profesionales del sector turístico sobre el ejercicio de sus derechos y del cumplimiento de sus obligaciones.

Simplificación de trámites administrativos

Adaptación de todos los procedimientos a sede electrónica con certificado digital, reduciendo tiempos de presentación, automatizando y simplificando la introducción de datos por los usuarios tras el desarrollo de una nueva aplicación. Se simplificarán trámites administrativos, eliminando obstáculos innecesarios y facilitando la inversión productiva y la innovación empresarial.

Regularización de la oferta alegal





El Gobierno regional desarrolla una 'Estrategia contra la oferta turística clandestina en la Región de Murcia' con el objetivo de elevar la calidad de su oferta turística, minimizar el intrusismo profesional, así como conocer la oferta alojativa real de la Región a fin de contar con una estadística más precisa de turistas en destino.

A través de sucesivos Planes de inspección, se está logrando un creciente afloramiento de la oferta turística legal. Solo en los tres últimos años se ha conseguido clasificar casi 14.000 nuevas plazas.

Dado el crecimiento exponencial de las viviendas de uso turístico en los últimos años, desde la Oficina de Ordenación del ITREM se está trabajando en la implementación de herramientas tecnológicas y equipo humano que ayuden en el proceso de inspección, sanción y registro de la oferta existente.

Convocatoria de pruebas de habilitación de guías de turismo de la Región de Murcia

El Instituto de Turismo lanzará en 2021 una nueva convocatoria de pruebas para la obtención de la habilitación para el ejercicio de la profesión de guía de turismo de la Región de Murcia, habiendo sido la anterior convocatoria en noviembre de 2017 y realizadas las pruebas en el primer trimestre de 2018.

MEJORA Y MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS Y SEÑALIZACIÓN

La conservación y mejora de las infraestructuras turísticas y la señalización contribuyen a la vertebración del territorio y facilitan la desconcentración geográfica de la demanda turística y, por tanto, la sostenibilidad de los destinos.

Vías Verdes de la Región de Murcia

Desde el Gobierno regional se viene trabajando en el desarrollo y ampliación de la red de Vías Verdes con cofinanciación FEDER desde 2015, con una dotación global prevista de casi 4,8 Millones de euros hasta la finalización del actual Programa Operativo FEDER.

Para el año 2021 se ejecutarán las siguientes actuaciones:

- Terminación de las obras de la *Vía Verde del Chicharra* en el tramo de Cieza.
- Licitación y ejecución de las obras de acondicionamiento de la *Vía Verde del Chicharra* en el tramo Yecla- Villena.
- Licitación y ejecución de las obras de finalización pendientes en la pasarela, así como otras mejoras de seguridad, en la '*Vía Verde del Campo de Cartagena*'.
- Licitación y ejecución de las obras de finalización pendientes de adecuación del '*Itinerario de Conexión entre Vías Verdes: Totana-Caravaca*'.





- Estudio de alguna nueva vía verde (bien en los tramos pendientes de disponibilidad de suelo de la VV del Chicharra, bien en el antiguo trazado ferroviario entre Cieza y Calasparra).

Además, el ITREM contribuye al funcionamiento del “Consortio de las Vías Verdes de la Región de Murcia” -integrado por la CARM y los Ayuntamientos implicados-, con apoyo técnico y económico destinado a la vigilancia y mantenimiento de estos 150 kilómetros de infraestructuras.

Otras infraestructuras turísticas. Red Eurovelo 8 y señalización SISTHO

Entre el resto de las actuaciones relativas a la dotación y mejora de infraestructuras, destacan las correspondientes al desarrollo de la Red EuroVelo 8 a su paso por la costa regional. Entre las principales acciones a acometer en 2021 vinculadas a este proyecto están las siguientes:

- Ejecución de la señalización completa de la ruta.
- Ejecución de las obras de adecuación del camino de las Calas de Bolnuevo por donde discurre la ruta EV, cuyo Proyecto se aportará, con las autorizaciones sectoriales pertinentes, por el Ayuntamiento de Mazarrón

Además, se van a señalar en la red estatal de carreteras 5 nuevos destinos y recursos turísticos (Cieza, Parque natural El Valle, Santuario La Santa de Totana, Balneario de Archena y Balneario de Fortuna) con la cartelería oficial del SISTHO.

Formación

Las actividades de hostelería y turismo han estado asociadas históricamente a bajos niveles de cualificación y a empleos precarios y de mala calidad. Si ya antes de la pandemia de Covid-19 era necesario abordar esta tradicional debilidad del sector, en la actual coyuntura se hace imprescindible. Una buena formación y una gestión adecuada de los recursos humanos resulta esencial para generar de nuevo confianza entre los turistas, dar un buen servicio y ser competitivos.

El desarrollo de un turismo de calidad y adaptado a los requerimientos de seguridad del turista está planteando nuevos retos en la formación y capacitación de los profesionales del sector. Ante este escenario, el Centro de Cualificación Turística ha diseñado un programa formativo y de capacitación de los recursos humanos adecuado a las necesidades reales de las empresas, conscientes de que un capital humano formado constituye un elemento clave para la reactivación de la actividad turística, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y para impulsar la imagen de la Región de Murcia como destino turístico seguro y de calidad.





El CCT desde sus comienzos, ha combinado las modalidades de formación presencial y teleformación para dar la mayor cobertura formativa posible. Debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia de Covid-19, el CCT se vio obligado a cancelar todos los cursos de la modalidad presencial, optando por potenciar la formación online a través de su Campus Virtual. Se puso en marcha desde entonces un plan de choque de formación online para hacer frente a la Covid-19 en el sector turístico y hostelero de la Región de Murcia. Su objetivo, mejorar la capacidad de adaptación de los profesionales del sector turístico a la nueva situación.

Para el año 2021 el presupuesto destinado a la formación incluye tanto fondos de funcionamiento como fondos del SEF. El Gobierno regional refuerza su compromiso con la mejora de la empleabilidad y cualificación en el sector turístico, siendo las líneas de trabajo definidas dentro de este servicio operativo para el año 2021 las siguientes:

- Formación online: diversificación e innovación.
- Formación presencial, mejora de la empleabilidad y cualificación práctica de los recursos humanos.
- Apoyo al talento y a la especialización.

FORMACIÓN ON LINE: DIVERSIFICACIÓN E INNOVACIÓN.

En base a la experiencia obtenida en el año 2020 y debido a que la situación sanitaria de la Covid-19 perdura en el tiempo, se ha realizado una programación ambiciosa para el año de 60 cursos, con 1.100 horas de formación, pudiendo llegar a formar a más de 600 alumnos. Todo ello para tratar de dar respuesta a la coyuntura actual del sector turístico de la Región, llegando a todo el territorio y cubriendo todos los segmentos: guías y oficinas de turismo; calidad; restaurante y bar; cocina; gestión empresarial (nuevas tecnologías); turismo gastronómico, así como más cursos del 'Programa Anfitriones' de la Administración Turística Central.

Dada la situación actual, en función de la situación sanitaria y las exigencias del mercado, el CCT se iría adaptando a las circunstancias para dar respuesta a las necesidades formativas del sector turístico de la Región de Murcia.

Continuando con el trabajo realizado el pasado año, a lo largo del presente se irán ofertando diferentes acciones acordes a la demanda del sector, que contribuyan a garantizar su adaptación a los nuevos tiempos.

Formación en la aplicación de las guías sectoriales para el fomento de la seguridad y la reducción del contagio

Por otra parte, la Secretaría de Estado de Turismo, dentro de las acciones para la recuperación del turismo tras la crisis producida por la COVID-19, elaboró y publicó, en coordinación con el Ministerio de Sanidad, las Guías sectoriales con las especificaciones para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV-2 en el sector turístico.





Continuando con estas acciones, el CCT oferta un programa de cursos abiertos y gratuitos para la formación de los profesionales en la aplicación de estas guías, así como en otras materias de especial interés, como: 'Introducción a las competencias digitales turísticas' y 'Destinos Turísticos Inteligentes'.

Hito 2021

Se prevé que en el año 2021 culmine el proyecto 'Adaptación de la plataforma/campus virtual del CCT', para acreditar dicha plataforma ante el SEPE, a través del SEF y, poder así impartir Certificados de Profesionalidad en la modalidad de teleformación, siendo un proyecto ambicioso con implicación del Servicio Operativo de Innovación y el departamento de Informática.

FORMACIÓN PRESENCIAL, MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD Y CUALIFICACIÓN PRÁCTICA DE LOS RECURSOS HUMANOS

Coincidiendo con la ampliación de la capitalidad gastronómica de Murcia también para este año, el principal compromiso del CCT es seguir cumpliendo y superando las expectativas formativas y, si cabe, que sean aún más ambiciosas y novedosas.

Cabe destacar que si la situación sanitaria de la Covid-19 lo permite, con la adaptación a las restricciones en materia de capacidad de los espacios formativos y la consecuente reestructuración de la formación, se van a realizar 12 cursos para desempleados: 10 de larga duración correspondientes a los cursos subvencionados por el SEF, y 2 ediciones del exitoso curso propio 'Camarero CCT', una formación propia para desempleados, que busca la excelencia en sala, dotando a los alumnos de los contenidos más completos y actuales en esta área, que añadirán más alumnos a esta vertiente.

Esta formación para desempleados está prevista que llegue a 160 alumnos, con 6.400 horas de formación.

Por otro lado, en relación con los cursos para trabajadores, se van a realizar 50 acciones formativas con 650 horas de formación.

Jornadas presenciales/online

Con el fin de mejorar la seguridad en los establecimientos durante la crisis sanitaria y la capacidad de adaptación de los profesionales de la hostelería y el sector turístico a la nueva situación, el Centro de Cualificación Turística de Murcia considera necesaria la elaboración de un plan de formación específico.

Para el año 2021, se introducen de manera novedosa, ciertas especializaciones en materia de hostelería y turismo que creemos que pueden ser de gran interés y utilidad para el sector como son la adaptación de las empresas a la sostenibilidad, la seguridad, la calidad y la digitalización, así como, por supuesto, un aumento de la cualificación de los recursos humanos que ayudaría a combatir los graves problemas que afronta el





sector en materia de empleabilidad. Se prevé que en año 2021 se lleven a cabo 9 jornadas.

APOYO AL TALENTO Y A LA ESPECIALIZACIÓN

A través de esta línea, el Centro de Cualificación Turística apoya el talento y la excelencia entre profesionales y jóvenes promesas mediante programas de becas y ayudas a la formación práctica y la especialización. Estos programas aportarán una formación teórica y práctica al más alto nivel, con el objetivo de potenciar el talento y la excelencia del capital humano en el sector turístico, siendo conscientes de que una mejor formación de los profesionales del sector turístico mejorará la calidad de los servicios y por consiguiente la imagen turística de la Región de Murcia.

Para el presente año, siempre y cuando la situación sanitaria lo permita, están previstas las siguientes acciones:

- Acciones de sensibilización hacia la identificación y atracción del talento.
- Convocatoria de becas de excelencia de colaboración público-privada.
- Estímulo a la participación en acciones formativas mediante becas o ayudas.
- Programa de ayudas para la realización de cursos formativos en entidades de reconocido prestigio para los profesionales.
- Apoyo a la participación en concursos y certámenes.
- Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos y seguimiento de su desarrollo profesional, entendiendo también su papel como los mejores prescriptores del centro y sus actividades.
- Promoción del autoempleo y el emprendimiento.

Subvenciones y ayudas

Ante el panorama de incertidumbre generado por la pandemia de Covid-19, el Gobierno regional ha puesto en marcha una serie de medidas de urgencia para garantizar la supervivencia del tejido empresarial del sector turístico en los peores momentos de la crisis sanitaria, contribuyendo al mantenimiento de la actividad y de sus 56.000 empleos.

El año 2021 debe ser afrontado como un periodo de rescate del sector, y por ello el ITREM ha volcado la mayor parte de sus recursos económicos y humanos en la gestión de líneas de ayudas al sector.

Segundo Plan Regional de Rescate al Sector Hostelero en 2021

A través de este II Plan de Rescate del sector hostelero que da continuidad al primero, desarrollado en 2020, la hostelería y las empresas turísticas recibirán una inyección de





30,4 millones de euros de la Comunidad, a través de una línea de ayudas, dirigida a la totalidad de las empresas del sector, incluyendo los alojamientos turísticos, el ocio nocturno, discotecas y salones de celebraciones. Estas líneas de ayuda tienen como objetivo el rescate de las empresas turísticas, tratando de reducir al mínimo los efectos económicos y en el empleo que están provocando las restricciones impuestas a causa de los efectos de la crisis sanitaria de Covid-19.

De esta línea de ayudas se podrán beneficiar tanto autónomos como microempresas y pymes de hostelería, agencias de viajes, empresas de turismo activo y organización de congresos, que contarán con un total de 15,3 millones de euros. Las ayudas podrán ser de 4.000 a 14.000 euros por establecimiento, en función del número de trabajadores, a lo que se sumará la cuantía para atender 71 solicitudes en tramitación de la anterior subvención.

En concreto, los alojamientos turísticos recibirán 10 millones de euros que se distribuirán en función del porcentaje de caída de la facturación. En este caso los beneficiarios serán hoteles, albergues, campings, alojamientos rurales y apartamentos turísticos.

Por su parte, el ocio nocturno y los salones de celebraciones contarán con una dotación global de 5 millones de euros, mientras que se ha habilitado otra partida de 100.000 euros para ayudas a los guías de turismo.

Cátedra de Innovación Turística de la Región de Murcia

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia, con el objetivo de fomentar la investigación en materia de turismo y maximizar el acceso y difusión de la información generada, lidera la creación de una red de colaboración con administraciones públicas, universidades, centros de investigación y asociaciones empresariales. Se trata, así, de establecer una red de transmisión de conocimiento que conduzca al desarrollo de un sistema de gestión de la inteligencia turística.

En este sentido, desde el año 2019 el ITREM colabora en la puesta en marcha y funcionamiento de la “Cátedra de Innovación Turística de la Región de Murcia” en colaboración con la Universidad de Murcia.

Esta iniciativa contribuirá a mejorar la investigación, la difusión y la transferencia de conocimiento turístico e innovación entre el sector productivo y empresarial y el mundo académico y científico. Además, fomentará la formación y cualificación de las personas que trabajan en la industria turística. Por otra parte, servirá de base a las administraciones públicas para el establecimiento de las directrices de la política turística y de fundamento en la elaboración de estrategias.

San Javier Ciudad del Aire

La vinculación histórica de San Javier con el Ejército del Aire, materializada con la Academia y las más de 76 promociones de pilotos que se han graduado en ella, la convierten en una ciudad única dentro del mundo de la aeronáutica: la Patrulla Águila





del Ejército del Aire, las instalaciones del aeropuerto, ... Por todo ello, el ITREM apoya a este destino de la Costa Cálida para su transformación en un atractivo turístico temático de la aeronáutica de primer orden, bajo la marca San Javier Ciudad del Aire.

Consortio Vías Verdes de la Región de Murcia

El "Consortio de las Vías Verdes de la Región de Murcia" se creó como un ente de carácter público para la cooperación técnica económica y administrativa de las Vías Verdes y los municipios que las componen. El ITREM contribuye al funcionamiento del consorcio, integrado por la CARM y los Ayuntamientos implicados, con apoyo técnico y económico, a través de una transferencia corriente, destinada a la imprescindible vigilancia y mantenimiento de estas infraestructuras, que actualmente suman unos 150 km.

Desde el consorcio se trabaja en el acondicionamiento y mantenimiento de la Red regional de Vías verdes, favoreciendo de este modo la conectividad entre los diferentes municipios regionales, lo que contribuye a la vertebración turística del territorio.

Conclusiones

A nivel presupuestario:

El siguiente cuadro refleja la ejecución del Contrato-Programa 2021 por Servicios Operativos en términos absolutos y relativos y en función del presupuesto inicial asignado (Anexo II del Contrato-Programa 2021):

| MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2021 (Periodo enero-agosto) | SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros) | | | | | | |
|---|--|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| | Promoción | Comunicac. | Ordenación | Innovación | Formación | Subvenc. | TOTAL |
| Valores presupuestarios iniciales | 3.606,16 | 5.584,54 | 1.281,80 | 484,01 | 2.157,61 | 32.468,58 | 45.582,71 |
| Valores reales a 31-08-2021 | 1.342,87 | 2.048,65 | 1.096,98 | 305,34 | 991,76 | 17.131,46 | 22.917,07 |
| % Ejecución sobre inicial | 37% | 37% | 86% | 63% | 46% | 53% | 50% |

La información presupuestaria a 31 de agosto pone de manifiesto en el cuadro anterior un desarrollo presupuestario eficiente de cada uno de los Servicios Operativos en un entorno de incertidumbre pandémica en el tiempo. Se destaca el cumplimiento de 53% de ejecución presupuestaria en el Servicio Operativo de "Subvenciones y Ayudas" que, con sus más de 17 millones de euros en ayudas al sector, ha llegado a 3.144 beneficiarios a 31 de agosto.





A nivel de ejecución de indicadores:

En lo que respecta al grado de evolución de los 129 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2021), a continuación se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de agosto de 2021:

| Grado de ejecución Servicios Operativos | 0% | [1-49]% | [50-99]% | 100% | Total | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|---------|
| Ordenación | 3 | 9 | 6 | 5 | 23 | |
| Innovación | 0 | 1 | 4 | 6 | 11 | |
| Formación | 10 | 7 | 20 | 6 | 43 | |
| Subvenciones | 0 | 1 | 3 | 0 | 4 | |
| Promoción | 10 | 8 | 11 | 4 | 33 | |
| Comunicación | 0 | 4 | 8 | 3 | 15 | |
| Total: | 23 | 30 | 52 | 24 | 129 | |
| | % | 17,83% | 23,26% | 40,31% | 18,60% | 100,00% |

En cuanto al grado de cumplimiento de las metas previstas, establecidas en los objetivos relacionados en el Anexo I del Contrato-Programa 2021, de acuerdo con lo expresado en el punto anterior, se observa que, a 31 de agosto de 2021, el 68,91% de los indicadores han superado el 50% de sus metas previstas, mientras que un 17,83% no han mostrado actividad, principalmente, por las restricciones sanitarias impuestas.

A nivel estadístico:

A lo largo del año 2021 se está consiguiendo amortiguar el impacto del Covid-19 en los resultados de la actividad turística e iniciar el camino de la recuperación. Así, durante los ocho primeros meses de 2021 el conjunto de alojamientos turísticos regionales, hoteleros y extrahoteleros, registraron una afluencia de 759.626 viajeros. Si bien la pandemia de Covid-19 ha reducido el volumen de viajeros en un 35,2% respecto al mismo periodo de 2019 en la Región, en España este descenso ha llegado hasta el 51,2%, 16 puntos más.





Ha sido ya durante los meses de verano de 2021 cuando la recuperación de la demanda ha ganado fuerza, hasta el punto de superar las cifras anteriores a la pandemia. Así, durante el mes de agosto se registró una afluencia de turistas en el conjunto de los alojamientos turísticos regionales, hoteleros y extrahoteleros, de 205.553 viajeros, un 1,9% más que el dato de agosto de 2019, anterior a la pandemia. Esta dinámica fue diferente para el conjunto del Estado, para el que el número de viajeros en alojamientos reglados cayó un -17%. La Región de Murcia se sitúa, así, como la tercera comunidad (tras Galicia y Asturias) con mayor recuperación en la demanda turística.

Otro claro síntoma de recuperación de la actividad turística se encuentra en la reactivación de la llegada de cruceros al Puerto de Cartagena desde el mes de junio. Son ya 9 escalas con 8.308 pasajeros hasta el mes de agosto. Está previsto que durante el presente ejercicio se alcance la llegada de 75 cruceros a Cartagena que supondrán más de 60.000 cruceristas internacionales.

Del mismo modo, la evolución de las cifras de empleo en las actividades turísticas supone un claro signo de recuperación del sector turístico regional. El número total de contratos en las actividades hosteleras en los ocho primeros meses de 2021 alcanza los 69.404, lo que supone 11.514 más que en ese periodo de 2020, con un aumento interanual del 19,9%, frente al incremento del 11,8% del total de actividades económicas de la Región. En el acumulado enero-agosto del ejercicio 2021, los contratos en Hostelería representan el 10,8% del total regional, mientras que hace un año representaban un 10,1%.

En conclusión, a 31 de agosto de 2021, se puede afirmar que, en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2021, su grado de ejecución está dentro de lo esperado en la continuada situación de altibajos originados por los rebotes de crisis sanitaria. Para evitar la inadecuada utilización de recursos en cada uno de los Servicios Operativos se sigue analizando permanentemente el criterio de la oportunidad en la realización de las acciones que están previstas, todo ello en función de la situación que a nivel nacional e internacional se está produciendo en cada momento.

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 (en su caso), 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 2021 (Anexo I), 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 de dicho Contrato-Programa (Anexo II).

Murcia, a fecha de firma electrónica.

Documento firmado electrónicamente

Juan Francisco Martínez Carrasco
Director General

MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO
13/12/2021 13:00:43

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-4e12cb07-50c-df59-d4f5-0050569b6280



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2021

| LÍNEA | MEDIDA/ACCIÓN | INDICADOR | META ANUAL | Agosto 31-08-2021 | |
|----------------|---|---|------------|-------------------|----------------|
| | | | | REAL | % Cmpl. |
| LÍNEA 1 | ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-1.1 | REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA | | | Acumul | 100,00% |
| 1.1.1 | Decretos reguladores de actividades turísticas | Nº decretos redactados | 2 | 2 | 100,00% |
| MED-1.2 | GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS | | | Acumul | 97,93% |
| 1.2.1 | Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas | Nº expedientes tramitados | 500 | 706 | 141,20% |
| 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 | 1.500 | 820 | 54,67% |
| MED-1.3 | RECLAMACIONES Y SANCIONES | | | Acumul | 36,92% |
| 1.3.1 | Expedientes sancionadores iniciados | Nº expedientes sancionadores iniciados | 130 | 48 | 36,92% |
| 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 | Pruebas de habilitación | 1 | 0 | 0,00% |
| MED-1.5 | DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO" | | | Acumul | 108,00% |
| 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 | 27 | 108,00% |
| LÍNEA 2 | INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-2.1 | INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO | | | Acumul | 107,50% |
| 2.1.1 | Información y asesoramiento en materia turística | Nº de solicitudes atendidas | 40 | 43 | 107,50% |
| MED-2.2 | CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA | | | Acumul | 47,40% |
| 2.2.1 | Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas | Nº de visitas de clasificación turística | 1000 | 474 | 47,40% |
| MED-2.3 | CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL | | | Acumul | 5,44% |
| 2.3.1 | Detección de oferta ilegal | Nº establecimientos detectados (unidades alojativas) | 200 | 5 | 2,50% |
| 2.3.2 | Visitas a la oferta ilegal | Nº visitas totales de inspección | 100 | 3 | 3,00% |
| 2.3.2.1 | Apartamentos y viviendas de uso turístico | Nº visitas de inspección | 65 | 1 | 1,54% |
| 2.3.2.2 | Zonas de acampada/ autocaravanas | Nº visitas de inspección | 25 | 1 | 4,00% |
| 2.3.2.3 | Otros tipos de establecimientos/actividades | Nº visitas de inspección | 8 | 1 | 12,50% |
| 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 | 150 | 0 | 0,00% |
| 2.3.4 | Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada | Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones | 5 | 1 | 20,00% |
| MED-2.4 | CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA | | | Acumul | 3,00% |
| 2.4.1 | Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados | Nº visitas a establecimientos clasificados | 100 | 3 | 3,00% |
| MED-2.5 | DEFENSA DEL USUARIO TURÍSTICO | | | Acumul | 160,00% |
| 2.5.1 | Visitas de comprobación sobre reclamaciones de los usuarios turísticos | Nº visitas de comprobación de reclamaciones | 10 | 16 | 160,00% |
| LÍNEA 3 | DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-3.1 | IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS | | | Acumul | 74,17% |
| 3.1.1 | Elaboración de estudios, planes y proyectos | Nº trabajos finalizados | 5 | 4 | 80,00% |
| 3.1.2 | 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 | 5 | 62,50% |
| MED-3.2 | FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL | | | Acumul | 87,58% |
| 3.2.1 | Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales. | Nº reuniones celebradas | 22 | 18 | 81,82% |
| | | Nº informes emitidos | 15 | 14 | 93,33% |

13/12/2021 13:00:43
 MARTINEZ CABRASCO, JUAN FRANCISCO
 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-4e12ab7-50c-df59-d4f5-00505696b280



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2021

| LÍNEA | MEDIDA/ACCIÓN | INDICADOR | META ANUAL | Agosto 31-08-2021 | |
|----------------|---|--|------------|----------------------|----------------|
| LÍNEA 4 | PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN | | | REAL | % Cmpl. |
| MED 4.1 | PLAN ANUAL DE FORMACIÓN | | | Acumul | 74,74% |
| 4.1.1 | Plan anual de formación del sector turístico | Nº cursos | 121 | 80 | 66,12% |
| | | Nº horas | 8.430 | 4.877 | 57,85% |
| | | Nº alumnos | 2.784 | 2.088 | 75,00% |
| 4.1.2 | Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado | Grado de satisfacción general (sobre 10) | 9,0 | 9,0 | 100,00% |
| MED 5.2 | PLAN DE FORMACION PRESENCIAL ANUAL | | | Acumul | 55,10% |
| 4.2.1 | Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (CCT) | Nº cursos | 48 | 28 | 58,33% |
| | | Nº horas | 600 | 366 | 61,00% |
| | | Nº alumnos | 812 | 465 | 57,27% |
| 4.2.2 | Impartición de acciones formativas para desempleados (CCT) | Nº cursos | 2 | 1 | 50,00% |
| | | Nº horas | 640 | 310 | 48,44% |
| | | Nº alumnos | 28 | 16 | 57,14% |
| 4.2.3 | Impartición de acciones formativas para desempleados (SEF) | Nº cursos | 11 | 6 | 54,55% |
| | | Nº horas | 6.190 | 3.320 | 53,63% |
| | | Nº alumnos | 144 | 80 | 55,56% |
| MED 4.3 | PLAN DE FORMACIÓN ONLINE | | | Acumul | 82,59% |
| 4.3.1 | Realización de acciones formativas para trabajadores en activo y desempleados | Nº cursos | 60 | 45 | 75,00% |
| | | Nº horas | 1.000 | 881 | 88,10% |
| | | Nº alumnos | 1.800 | 1.524 | 84,67% |
| MED 4.4 | POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA | | | Acumul | 54,67% |
| 4.4.1 | Gestión y control de prácticas profesionales de cursos SEF | Nº convenios con empresas | 100 | 70 | 70,00% |
| | | Nº alumnos participantes | 100 | 70 | 70,00% |
| 4.4.2 | Gestión y control de prácticas profesionales no laborales extracurriculares en empresas. | Nº convenios con empresas | 3 | 2 | 66,67% |
| | | Nº alumnos participantes | 3 | 2 | 66,67% |
| 4.4.3 | Programa de ayudas para la formación y/o la realización de prácticas no laborales. | Nº beneficiarios | 10 | 0 | 0,00% |
| LÍNEA 5 | MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-5.1 | POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL | | | Acumul | 79,50% |
| 5.1.1 | Orientación académica para futuros y actuales alumnos | Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado | 50 | 0 | 0,00% |
| 5.1.2 | Inserción Laboral (Bolsa de trabajo) | Nº ofertas en bolsa de trabajo del CCT | 200 | 318 | 159,00% |
| MED-5.2 | COLABORACIÓN CON ASOCIACIONES | | | Acumul | 33,33% |
| 5.2.1 | 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 | Nº de entidades con las que se colabora | 3 | 1 | 33,33% |
| | | Nº acciones formativas y visualización de capacitación | 3 | 1 | 33,33% |
| LÍNEA 6 | VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-6.1 | IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO | | | Acumul | 109,67% |
| 6.1.1 | Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor (Jornadas) | Nº acciones | 20 | 22 | 110,00% |
| | | Nº participantes | 600 | 656 | 109,33% |
| MED-6.2 | APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO | | | Acumul | 8,33% |
| 6.2.1 | Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento (Concursos) | Nº acciones | 4 | 1 | 25,00% |
| | | Nº participantes | 8 | 0 | 0,00% |
| 6.2.2 | Programa de ayudas para la participación en eventos o acciones formativas de excelencia dirigidas al profesional | Nº de ayudas | 10 | 0 | 0,00% |
| LÍNEA 7 | POSICIONAMIENTO DEL CCT COMO CENTRO DE REFERENCIA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-7.1 | MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ACCIONES, ALUMNOS Y RESULTADOS | | | Acumul | 54,24% |
| 7.1.1 | Difusión de las actividades que desarrolla el CCT | Nº acciones de publicidad | 2 | 2 | 100,00% |
| | | Nº publicaciones en redes sociales | 500 | 375 | 75,00% |
| | | Nº total de seguidores | 17.500 | 19.161 | 109,49% |
| | | Nº visitas web | 520.000 | 213.029 | 40,97% |
| 7.1.2 | Colaboraciones del centro, sus alumnos y formadores en eventos y actividades de interés para su formación y/o promoción | Nº acciones | 2 | 0 | 0,00% |
| | | Nº participantes | 20 | 0 | 0,00% |



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2021

| LÍNEA | MEDIDA/ACCIÓN | INDICADOR | META ANUAL | Agosto 31-08-2021 | |
|----------------|--|---|------------|----------------------|----------------|
| MED-7.2 | GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT | | | Acumul | 0,00% |
| 7.2.1 | Impulso a la utilización del restaurante-escuela CCT como herramienta de formación para los alumnos y de apoyo a la gastronomía regional | % ocupación | 30% | 0,0% | 0,00% |
| | | Nº días apertura | 8 | 0 | 0,00% |
| | | Nº comensales | 144 | 0 | 0,00% |
| MED-7.3 | POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT | | | Acumul | 39,00% |
| 7.3.1 | Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística | Nº préstamos | 25 | 12 | 48,00% |
| | | Nº nuevas referencias | 10 | 3 | 30,00% |
| MED-7.4 | PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT | | | Acumul | 47,79% |
| 7.4.1 | Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional (#SOYCCT) | Nº Integrantes del programa | 475 | 454 | 95,58% |
| | | Nº acciones dirigidas a usuarios | 2 | 0 | 0,00% |
| LÍNEA 8 | ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA | | | REAL | % Cump. |
| MED-8.1 | PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL | | | Acumul | 78,70% |
| 8.1.1 | Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final | Nº acciones profesionales | 20 | 12 | 60,00% |
| | | Nº contactos profesionales | 135 | 112 | 82,96% |
| | | Nº acciones (publico final) | 8 | 2 | 25,00% |
| 8.1.2 | Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS | Nº fam trips | 2 | 0 | 0,00% |
| | | Nº asistentes | 10 | 0 | 0,00% |
| 8.1.3 | Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS | Nº press/blog trips | 3 | 1 | 33,33% |
| | | Nº asistentes | 9 | 3 | 33,33% |
| | | Nº de artículos realizados | 6 | 0 | 0,00% |
| 8.1.4 | Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional | Nº workshops | 10 | 8 | 80,00% |
| | | Nº presentaciones | 3 | 3 | 100,00% |
| | | Nº contactos profesionales | 130 | 704 | 541,54% |
| 8.1.5 | Visitas comerciales nacionales | Nº acciones | 4 | 1 | 25,00% |
| | | Nº contactos profesionales | 12 | 12 | 100,00% |
| 8.1.6 | Plan de fomento de la Región de Murcia como destino de turismo deportivo | Nº eventos | 15 | 10 | 66,67% |
| | | Nº participantes | 7.000 | 2.291 | 32,73% |
| MED-8.2 | PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL | | | Acumul | 42,60% |
| 8.2.1 | Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final | Nº acciones profesionales | 18 | 7 | 38,89% |
| | | Nº contactos profesionales | 55 | 39 | 70,91% |
| | | Nº acciones (publico final) | 4 | 2 | 50,00% |
| 8.2.2 | Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS | Nº fam trips | 5 | 0 | 0,00% |
| | | Nº asistentes | 15 | 0 | 0,00% |
| 9.2.3 | Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS | Nº press/blog trips | 5 | 0 | 0,00% |
| | | Nº asistentes | 15 | 0 | 0,00% |
| | | Nº de artículos realizados | 10 | 0 | 0,00% |
| 8.2.4 | Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional | Nº workshops | 12 | 8 | 66,67% |
| | | Nº presentaciones | 1 | 0 | 0,00% |
| | | Nº workshops y presentaciones (acción conjunta) | 1 | 0 | 0,00% |
| | | Nº contactos profesionales | 140 | 98 | 70,00% |
| 8.2.5 | Visitas comerciales internacionales | Nº acciones | 2 | 1 | 50,00% |
| | | Nº contactos profesionales | 6 | 15 | 250,00% |
| MED-8.3 | MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO | | | Acumul | 50,10% |
| 8.3.1 | Acuerdos de marketing nacionales e internacionales | Nº acuerdos nacionales | 18 | 12 | 66,67% |
| | | Nº acuerdos internacionales | 16 | 7 | 43,75% |
| 8.3.2 | Marketing directo a través de newsletters específicas de destino / producto | Nº newsletters nacionales | 8 | 4 | 50,00% |
| | | Nº newsletters internacionales | 5 | 2 | 40,00% |

13/12/2021 13:00:43 MARTINEZ CABRASCO, JUAN FRANCISCO

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-4e12bb7-50c-df59-d4f5-00505696b280



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2021

| LÍNEA | MEDIDA/ACCIÓN | INDICADOR | META ANUAL | Agosto 31-08-2021 | |
|-----------------|---|---|------------|----------------------|----------------|
| LÍNEA 9 | MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-9.1 | VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS | | | Acumul | 199,23% |
| 9.1.1 | Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional | Nº acciones de publicidad regional | 20 | 9 | 45,00% |
| | | Nº de impresiones online | 13.000.000 | 12 | 0,00% |
| 9.1.2 | Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional | Nº campañas y acciones de publicidad nacionales | 20 | 13 | 65,00% |
| | | Nº de impresiones online | 80.000.000 | 28.283.272 | 35,35% |
| 9.1.3 | Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional | Nº campañas y acciones de publicidad internacionales | 10 | 5 | 50,00% |
| | | Nº de impresiones online | 100.000 | 1.000.000 | 1000,00% |
| MED-9.2 | ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO | | | Acumul | 111,67% |
| 9.2.1 | Folletos por producto turístico | Nº folletos (productos) publicados | 2 | 3 | 150,00% |
| 9.2.2 | Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, logotipos | Nº elementos | 30 | 22 | 73,33% |
| MED-9.3 | DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN | | | Acumul | 84,17% |
| 9.3.1 | Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales | Nº notas de prensa emitidas | 100 | 95 | 95,00% |
| 9.3.2 | Reportajes en medios de comunicación | Nº de reportajes publicados | 30 | 22 | 73,33% |
| MED-9.4 | POSICIONAMIENTO DEL DESTINO MEDIANTE HERRAMIENTAS DIGITALES | | | Acumul | 67,65% |
| 9.4.1 | Estrategia del portal turístico www.murciaturistica.es | Nº de visitas al portal | 1.500.000 | 1.102.133 | 73,48% |
| | | Nº de especiales | 45 | 12 | 26,67% |
| 9.4.2 | Estrategia en RRSS | Nº contenidos publicados | 3.800 | 2.803 | 73,76% |
| | | Nº total de seguidores | 200.000 | 200.770 | 100,39% |
| | | Nº total de impresiones | 60.000.000 | 38.373.287 | 63,96% |
| LÍNEA 10 | INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-10.1 | DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES | | | Acumul | 57,50% |
| 10.1.1 | Acciones de sensibilización e implantación del modelo DTI | Nº de acciones | 5 | 4 | 80,00% |
| 10.1.2 | Desarrollo de la Plataforma de eDestino Región de Murcia (Nexo). | Nº de nuevas funcionalidades | 3 | 2 | 66,67% |
| 10.1.3 | Desarrollo de la Smart Office DTI Región de Murcia (Motriz) | Nº de nuevas fuentes de datos integradas | 2 | 1 | 50,00% |
| | | Nº de informes de análisis de datos | 15 | 5 | 33,33% |
| MED-10.2 | APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN | | | Acumul | 104,11% |
| 10.2.1 | Implantación de la Apps Costa Cálida. | Nº de descargas | 600 | 874 | 145,67% |
| 10.2.2 | Impulso de la "Plataforma HERMES" | Nº de nuevas funcionalidades | 2 | 2 | 100,00% |
| | | Nº nuevos usuarios | 15 | 10 | 66,67% |
| MED-10.3 | RITMO OFICINA DEL SIGLO XXI | | | Acumul | 114,55% |
| 10.3.1 | RITMO 4.0: Oficina de Turismo del Siglo XXI | Nº de sesiones de formación | 14 | 16 | 114,29% |
| | | Nº de oficinas certificadas con ISO 9001, UNE-ISO 14785:2015 y Safe Tourism Certified | 27 | 31 | 114,81% |
| MED-10.4 | DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS | | | Acumul | 755,56% |
| 10.4.1 | Optimización de herramientas internas | Nº de herramientas optimizadas | 2 | 8 | 400,00% |
| | | Nº incidencias resueltas sistemas (CRI) | 90% | 1000,0% | 1111,11% |
| LÍNEA 11 | TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS | | | REAL | % Cmpl. |
| MED-11.1 | TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS | | | Acumul | 66,67% |
| 11.1.1 | Tramitación solicitudes | Nº de subvenciones | 3 | 2 | 66,67% |
| | | Nº de adjudicatarios | 3 | 2 | 66,67% |
| MED-11.2 | LÍNEAS COVID-19 | | | Acumul | 42,77% |
| 11.2.1 | Tramitación solicitudes ayudas Covid-19 | Nº de líneas de ayudas | 4 | 1 | 25,00% |
| | | Nº de adjudicatarios | 5.193 | 3.144 | 60,54% |

MARTINEZ CABRASCO, JUAN FRANCISCO 13/12/2021 13:00:43

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-4e12ab77-50e-df59-d4f5-00505696b280



Anexo II

RECURSOS ECONÓMICOS Y FUENTES DE FINANCIACIÓN DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2021

| MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO AGOSTO 2021 | SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros) | | | | | | | TOTAL |
|--|--|-----------------|-----------------|---------------|---------------|------------------|------------------|-------|
| | Promoción | Comunicación | Ordenación | Innovación | Formación | Subvenciones | | |
| COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN | 1.342,87 | 2.048,65 | 1.096,98 | 305,34 | 991,76 | 17.131,46 | 22.917,07 | |
| I. Costes de Personal | 255,96 | 134,38 | 378,05 | 103,37 | 272,14 | 637,71 | 1.781,60 | |
| Nº Empleados (1) | 9,16 | 4,55 | 10,63 | 3,52 | 9,78 | 21,35 | 59 | |
| Gastos en operaciones de capital | 0,00 | 0,00 | 644,08 | 12,13 | 0,00 | 0,00 | 656,22 | |
| Gastos en operaciones corrientes | 1.086,91 | 1.914,27 | 74,85 | 189,84 | 719,62 | 16.493,76 | 20.479,24 | |
| INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN | 1.342,87 | 2.048,65 | 1.096,98 | 305,34 | 991,76 | 17.131,46 | 22.917,07 | |
| Ingresos de Operaciones Corrientes: | 1.342,87 | 2.048,65 | 452,90 | 293,21 | 991,76 | 17.131,46 | 22.260,85 | |
| Transferencias Corrientes de la CARM | 1.342,87 | 2.048,65 | 452,90 | 293,21 | 845,25 | 17.131,46 | 22.114,33 | |
| Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 146,51 | 0,00 | 146,51 | |
| Otros Ingresos de fondos corrientes | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |
| Ingresos de Operaciones de Capital: | 0,00 | 0,00 | 644,08 | 12,13 | 0,00 | 0,00 | 656,22 | |
| Transferencias de Capital de la CARM | 0,00 | 0,00 | 644,08 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 644,08 | |
| Otros Ingresos de fondos de capital | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 12,13 | 0,00 | 0,00 | 12,13 | |
| (1) Incluye: Personal previsto directo + indirecto de servicios horizontales | | | | | | | | |