



INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE DICIEMBRE 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 analizará el cumplimiento de los objetivos y se compararán las metas fijadas para los indicadores del Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (en adelante PAAPE) con los resultados realmente registrados 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. A continuación, se resume para cada uno de estos Servicios el desarrollo de los objetivos y líneas estratégicas, dentro del marco de sus competencias, previstos en la Estrategia y Plan de Acción Turismo 2021:





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 ha adoptado 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 está condicionando 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 ha considerado 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 han atendido a la evolución de la demanda, cuya recuperación está siendo lenta y 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 se mantuvo durante el primer semestre de 2021, han cobrado especial relevancia:
 - El propio turismo interno de los residentes en la Región, cuyo gasto pasó del 31,4% del total del consumo turístico en 2019, a superar el 50% en 2021. (+21,6 puntos).
 - Los viajes de los españoles de otras CCAA que antes de la pandemia se hacían fuera de España y este verano se han realizado en destinos nacionales.
- b. Otra más tardía, con el avance de la campaña de vacunación, de recuperación de la actividad turística durante el periodo central del año 2021 y especialmente durante los meses de verano, si bien ante el impacto negativo de la sexta ola pandémica durante la recta final del año 2021 y el comienzo de 2022, motivada por la expansión de la variante ómicron, se vuelve a retrasar el escenario de recuperación.

De este modo, las principales líneas de actuación durante 2021 se han desarrollado en el sentido de:

- Fomentar la coordinación y cooperación con los municipios turísticos y las empresas del sector para reducir los efectos de la crisis del Covid-19.
- Acometer la 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 aportan valor añadido. Se ha llevado a cabo una promoción más segmentada, teniendo en cuenta las tendencias viajeras y el perfil del turista.
- 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 ha visto 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 distintos segmentos y nichos de mercado.

En total, la estrategia de promoción ha abarcado durante 2021 más de 200 acciones, de las cuales el 50% aproximadamente se ha dedicado a los mercados nacionales y el 50% a los internacionales.

La estrategia de promoción en mercados internacionales ha desarrollado acciones en 18 países, buscando así una diversificación que modificase el tradicional patrón de dependencia del turismo británico. Se han puesto 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.

Analítica 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 ha llevado a cabo la incorporación de una nueva Plataforma de Monitorización de Turoperación que realiza la captación de datos website de operadores turísticos online. La aplicación de la inteligencia turística a





la estrategia de promoción y comercialización está permitiendo 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 van desarrollando.

Operativas

Desde el ITREM estaba previsto impulsar la realización de un mayor número de acuerdos con turoperadores y dar apoyo a las agencias receptoras, diversificando mercados y priorizando los de proximidad.

Y aunque se han prospectado nuevos mercados que presentan ventajas en términos de desestacionalización o rentabilidad, los efectos de la pandemia en forma de restricciones a la movilidad internacional han impedido desarrollar plenamente las operativas previstas. Así, se ha aplazado hasta 2022 la puesta en marcha de las operativas con Reino Unido, Irlanda, Alemania, Países Nórdicos y Francia. No obstante, finalmente se ha podido desarrollar la operativa con la República Checa, aunque con un menor volumen del programado inicialmente.

Acuerdos de comercialización con operadores

Durante el ejercicio año 2021 el ITREM ha puesto 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. Todo ello para estimular 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 han mantenido 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.

En el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, los viajeros nacionales durante el año 2021 sumaron un total de 68.343 y registraron un crecimiento del 170% respecto al año anterior, mientras que los 213.158 usuarios internacionales aumentaron un 11,4%.

En cuanto al país de origen, durante 2021, el Reino Unido ha ocupado la primera posición con 132.955 pasajeros (9,8% menos que en 2020), seguido por la nueva ruta puesta en marcha con Marruecos el año pasado, que fue utilizada por 38.771 personas; Bélgica, con 36.798 pasajeros y un incremento del 111,3% respecto a 2020; y República Checa, con 4.434 viajeros.

Atendiendo a las rutas nacionales, la que mayor demanda tuvo en 2021 fue Gran Canaria (18.256 pasajeros, un 86% más), seguida por Bilbao (10.601), Oviedo (9.486), Palma (9.391); Santander (9.107), Menorca (5.384) y Barcelona (5.115).

En la temporada de invierno (31 oct-26 marzo) las compañías mantienen 18 conexiones semanales con 8 ciudades de 4 países. De ellas, tres destinos con Reino Unido (Manchester, Londres Gatwick y Birmingham), dos con Bélgica (Charleroi y Amberes), dos con Marruecos (Casablanca y Oujda) y una en España (Gran Canaria), que desde diciembre amplía de 2 a 3 su frecuencia semanal.

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 desarrollaron 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 han sido:

- 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 durante 2021 han sido:

- 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, se han replanteado 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 ha convertido en una de sus principales fortalezas durante 2021. 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 están comunicando 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 ha articulado un completo Plan de Medios Regional, abarcando 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 ha realizado un esfuerzo en comunicación regional aún mayor que en el año anterior, sobre la base de que la reactivación de la actividad turística dio comienzo, en una primera fase, a partir de los movimientos intrarregionales. Se ha tratado, 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 ha seguido 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 ha sido un año más en 2021, Capital Española de la Gastronomía.





Plan de Medios Nacional

El mercado español comenzó a despertar con viajes a destinos de proximidad, con acceso de forma segura en coche. De ahí que durante 2021 han cobrado 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 ha puesto 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 era 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 cobraron un especial protagonismo, junto a los medios nacionales líderes en radio, prensa, revistas y televisión. Las temáticas han sido 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 seguida desde el ITREM para el año 2021 estuvo 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 promocionará su seguro gratuito con cobertura Covid-19 para turistas internacionales alojados en establecimientos de alojamiento reglado.

Se ha trabajado de cara a la generación de demanda especialmente para la campaña de verano, que supuso el comienzo de la reactivación al que apuntan las previsiones más optimistas. En este sentido, tuvieron especial relevancia mercados que tradicionalmente han tenido gran peso para la Región de Murcia, y muy especialmente el Reino Unido, a los que se añadieron 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 2021 se ha reforzado 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 este año el ITREM ha realizado un especial esfuerzo en la renovación de su creatividad, con nuevo material audiovisual, spots, vídeos y fotos, adaptados al mensaje a transmitir. Así, se ha





acometido la digitalización de los folletos turísticos, de manera que los turistas pueden acceder de manera telemática, fácil y rápida a la información turística de la Región.

Del mismo modo, la campaña de medios se articuló 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 cobró 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, están facilitando una escucha activa en tiempo real que permite afrontar los cambios en la demanda y corregir estrategias en caso de ser necesario y obtener así mayor eficiencia y rentabilidad a los recursos invertidos.

Este análisis de datos contribuye, 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 trabajó 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 está contribuyendo 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 ha sido 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%, Asimismo, se realizó 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 ha dado un importante 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 incrementó notablemente, enfocada a aumentar el alcance de los contenidos, así como a su adaptación a las tendencias del momento.

Esponsorizaciones publicitarias

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

Innovación

La nueva situación provocada por la crisis del Covid-19 ha puesto 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 han sido:

Desarrollo de la Oficina de Inteligencia Turística Regional

El ITREM creó en 2021 la 'Oficina de Inteligencia Turística' como una evolución necesaria de los observatorios turísticos tradicionales, aunando 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 está permitiendo 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 materializa un completo panel de indicadores de destino turístico inteligente, que permite monitorizar la situación y evolución de los destinos y en la que están implicadas todas las Oficinas del ITREM.

Motriz: Plataforma de Inteligencia Turística Regional

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

Así mismo, se han establecido 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 muestra los principales indicadores de la estadística tradicional con los nuevos indicadores que proporciona el Biga Data.

Estas acciones permiten 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 desde 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 han sumado 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 hasta conseguir la adhesión de doce destinos: Murcia, Cartagena, Lorca, Caravaca de la Cruz, Águilas, Los Alcázares, Fortuna, Alcantarilla, La Unión, Mancomunidad de Sierra Espuña, Yecla y Mazarrón. Además, se ha desarrollado 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 ha reforzado el intercambio de conocimiento entre los gestores del DTI a través de jornadas, webinars y congresos que han permitido la difusión del modelo y los casos de éxito de los Destinos Turísticos Inteligentes de la Región de Murcia.

Asimismo, se ha desarrollado un plan de formación de los gestores DTI, que abarcaba 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

Durante 2021 se ha continuado apoyando la modernización tecnológica de las empresas turísticas para incrementar su competitividad y se ha promovido 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 desarrolladas 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 ha venido aportando 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 ilegal

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 ilegal. 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.

Consorcio Vías Verdes de la Región de Murcia

El “Consorcio 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

Durante el ejercicio 2021 la crisis sanitaria provocada por la pandemia de Covid-19 ha continuado incidiendo en el sector turístico, aunque en menor grado que en el ejercicio predecesor. Las restricciones a la movilidad y el cierre de fronteras durante el primer trimestre del ejercicio; las cuarentenas de los pasajeros y la continua desconfianza para viajar han seguido incidiendo en el turismo.

Durante la temporada alta, el optimismo con el avance de las vacunas, herramienta esencial de lucha contra la pandemia, provocó una significativa reactivación del turismo.

En la recta final del año, motivado por la expansión de la variante Ómicron, se produjo un aumento de las cancelaciones en las reservas y un frenazo en la demanda y en las expectativas de recuperación inmediata.

A nivel presupuestario:

El siguiente cuadro refleja la ejecución del Contrato-Programa 2021 por Servicios Operativos (en adelante S.O.) 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-diciembre)	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 31-12-2021	2.469,24	5.098,81	1.548,61	543,35	1.702,73	31.312,21	42.674,94
% Ejecución sobre inicial	68%	91%	121%	112%	79%	96%	94%

La información presupuestaria a 31 de diciembre pone de manifiesto en el cuadro anterior un desarrollo presupuestario eficiente de cada uno de los S.O. en un entorno de incertidumbre pandémica en el tiempo.

Como se observa, los S.O. más afectados en el ejercicio 2021 han sido “Promoción” y “Formación” por su relación directa con las variables más sensibles a las restricciones impuestas por las autoridades sanitarias, como son, a título de ejemplo, la asistencia presencial a ferias de ámbito turístico en el S.O. de Promoción, o la disminución de alumnos en los diferentes cursos que se imparten desde el S.O. de Formación.

Presupuestariamente destaca el S.O. de “Subvenciones y Ayudas” por varios motivos:

Por su peso en el presupuesto inicial; con sus 32,47 millones de euros representa el 71,23% del mismo. En este sentido y con respecto al presupuesto total ejecutado,



con sus 31,31 millones de euros consumidos en el ejercicio 2021, alcanza al 73,37% de dicho presupuesto total empleado.

Por el impacto en el sector, puesto que se ha otorgado un importante volumen de ayudas: 31,31 millones de euros, llegando a un total de 4.531 beneficiarios a 31 de diciembre de 2021.

Por el objetivo alcanzado; las ayudas han cubierto el 100% de todos los beneficiarios que han cumplido con los requisitos establecidos en sus respectivas convocatorias, incluidos los beneficiarios del ejercicio anterior cuyas solicitudes de ayuda fueron desestimadas por agotamiento del crédito presupuestario.

Por tanto, se ha conseguido el objetivo principal de estas subvenciones: apoyar la reactivación de la actividad y la dinamización de los recursos y las actividades inherentes a la gestión de los intereses turísticos tras las limitaciones sanitarias impuestas como consecuencia del Covid-19.

A nivel de ejecución de las metas fijadas en los 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 diciembre de 2021:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	2	6	5	10	23
Innovación	0	0	0	11	11
Formación	5	3	14	21	43
Subvenciones	0	0	1	3	4
Promoción	5	5	10	13	33
Comunicación	0	1	4	10	15
Total:	12	15	34	68	129

% 9,30% 11,63% 26,36% 52,71% 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 diciembre de 2021, el 79,07% de los indicadores han superado el 50% de sus metas previstas, mientras que un 9,3% no han mostrado actividad.





Como se ha indicado en el apartado presupuestario anterior, los S. O. de “Promoción” y “Formación” han sido los más afectados por las restricciones sanitarias impuestas:

En “Promoción”: ha sido difícil o imposible realizar actuaciones con público final en ferias, o de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores nacionales (Fam trips), así como con medios de comunicación y prescriptores nacionales (Press trips) y, en el mismo sentido, workshops y presentaciones a nivel internacional. Asimismo, del total de operativas internacionales previstas solo pudo desarrollarse, y de un modo parcial, la programada con la República Checa.

En “Formación”: no se ha podido ejecutar ayudas para la formación y realización de prácticas no laborales, la orientación académica para los actuales y futuros alumnos y ha sido compleja la colaboración para la mejora de la empleabilidad de personas de difícil inserción laboral a través de proyectos formativos, así como acciones que, mediante la formación, apoyen el talento y la excelencia de los profesionales.

A nivel estadístico:

Durante el año 2021, y según las distintas fuentes de datos oficiales disponibles, se ha conseguido amortiguar el impacto del Covid-19 en los resultados de la actividad turística e iniciar el camino de la recuperación. Todo ello, gracias al buen hacer del empresariado turístico y con el apoyo del Gobierno Regional.

La temporada de verano vino a consolidar la recuperación de la actividad turística, con niveles de la demanda que en agosto de 2021 ya superaron a los del ejercicio 2019 previos a la pandemia. Una temporada alta que se alargó con buenos datos de ocupación también en septiembre y los puentes del Pilar y de Todos los Santos.

Aunque los principales indicadores turísticos aún no alcanzan el nivel previo a la pandemia, los datos de reactivación del sector correspondientes al año 2021 son más positivos que los registrados a nivel nacional.

En 2021 el conjunto de alojamientos turísticos regionales, hoteleros y extrahoteleros, registraron una afluencia de 1.213.249 viajeros. La pandemia de Covid-19 ha reducido el volumen de viajeros en un 29,4% respecto al ejercicio de 2019 en la Región, aunque en España este descenso ha llegado hasta 41,6%, 12,2 puntos más.

En cuanto a la demanda internacional, si bien comienza a manifestarse una cierta recuperación desde los meses de verano, no termina de reactivarse ante las nuevas oleadas de contagios en los principales países emisores europeos y la incertidumbre sobre nuevas restricciones. Durante el conjunto del ejercicio 2021 han viajado hasta la Región de Murcia 385.137 turistas extranjeros, un 62,9% menos que en el año 2019, aunque se produce un incremento del 37,9% en relación con el ejercicio 2020. Para el





conjunto del país el descenso relativo respecto a 2019 fue prácticamente el mismo, del 62,7%.

Según los datos de Aena, el número de pasajeros en el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia creció más de un 30% en términos interanuales durante el año 2021, alcanzando la cifra de 281.501 viajeros, 64.750 más que en el año 2020.

Por otra parte, 2021 ha sido un gran año para el turismo de cruceros en Cartagena, donde a pesar de las restricciones sanitarias (limitando los buques al 50 por ciento de capacidad) y de su tardía reactivación (a partir de junio), el Puerto de Cartagena ha conseguido atraer a 79 buques con más de 70.000 cruceristas.

El empleo turístico ha cerrado el ejercicio 2021 con una evolución muy positiva, pese a que comenzó con la mayor cifra de parados en hostelería en los últimos años: 16.447 parados en enero. Sin embargo, debido a la buena dinámica de recuperación de la demanda, el ejercicio 2021 concluyó con el dato más bajo de desempleo de los últimos doce años: 10.809 en diciembre. En 2021 la Región de Murcia fue la tercera comunidad con un mayor incremento relativo de la afiliación a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes, con una cifra media de 38.680 trabajadores, lo que representa un incremento del 1,9% interanual (+0,1% en España).

En conclusión, a 31 de diciembre 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 la crisis sanitaria. Para evitar la inadecuada utilización de recursos en cada uno de los S. O. 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.

En función de la evolución de la situación sanitaria, el ITREM va a seguir aplicando los factores correctores necesarios que permitan optimizar los recursos disponibles en el caso de establecimiento de medidas destinadas a contener el avance de la pandemia a nivel nacional e internacional. Del mismo modo, se acometerá un análisis específico de aquellas acciones cuyos indicadores no cumplen con las expectativas iniciales y la toma en consideración de medidas correctoras, en su caso.

A efectos del seguimiento de la ejecución de los objetivos iniciales propuestos por los S. O. expuestos, se acompaña al presente informe una relación organizada de dichos objetivos, metas e indicadores de control correspondientes al 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
21/02/2022 10:31:21

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-0c15f3ae-9219-979d-70cb-00505696280



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	Diciembre 31-12-2021	
LÍNEA 1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Compl.
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	102,47%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	500	727	145,40%
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	893	59,53%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	117,69%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	153	117,69%
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	160,00%
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	40	160,00%
LÍNEA 2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Compl.
MED-2.1	INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO			Acumul	150,00%
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40	60	150,00%
MED-2.2	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	65,90%
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	1000	659	65,90%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	26,90%
2.3.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	200	62	31,00%
2.3.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	100	7	7,00%
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	4	16,00%
2.3.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección	8	2	25,00%
2.3.2.4	Guías de turismo	Nº de actuaciones	2	0	0,00%
2.3.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	150	82	54,67%
2.3.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	5	4	80,00%
MED-2.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	5,00%
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	100	5	5,00%
MED-2.5	DEFENSA DEL USUARIO TURÍSTICO			Acumul	180,00%
2.5.1	Visitas de comprobación sobre reclamaciones de los usuarios turísticos	Nº visitas de comprobación de reclamaciones	10	18	180,00%
LÍNEA 3	DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL			REAL	% Compl.
MED-3.1	IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS			Acumul	110,83%
3.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	5	5	100,00%
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	12	120,00%
		Nº proyectos y actuaciones realizadas	8	9	112,50%
MED-3.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	147,73%
3.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	22	21	95,45%
		Nº informes emitidos	15	30	200,00%

21/02/2022 10:31:21
 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-0c15f9ae-979d-70cb-005056966280



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	Diciembre 31-12-2021	
LÍNEA 4	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			REAL	% Cumpl.
MED 4.1	PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	100,21%
4.1.1	Plan anual de formación del sector turístico	Nº cursos	121	123	101,65%
		Nº horas	8.430	7.238	85,86%
		Nº alumnos	2.784	2.982	107,11%
4.1.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	Grado de satisfacción general (sobre 10)	9,0	9,6	106,22%
MED 5.2	PLAN DE FORMACION PRESENCIAL ANUAL			Acumul	95,61%
4.2.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (CCT)	Nº cursos	48	48	100,00%
		Nº horas	600	659	109,83%
		Nº alumnos	812	788	97,04%
4.2.2	Impartición de acciones formativas para desempleados (CCT)	Nº cursos	2	2	100,00%
		Nº horas	640	620	96,88%
		Nº alumnos	28	31	110,71%
4.2.3	Impartición de acciones formativas para desempleados (SEF)	Nº cursos	11	9	81,82%
		Nº horas	6.190	4.790	77,38%
		Nº alumnos	144	125	86,81%
MED 4.3	PLAN DE FORMACIÓN ONLINE			Acumul	112,93%
4.3.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo y desempleados	Nº cursos	60	64	106,67%
		Nº horas	1.000	1.189	118,90%
		Nº alumnos	1.800	2.038	113,22%
MED 4.4	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	63,07%
4.4.1	Gestión y control de prácticas profesionales de cursos SEF	Nº convenios con empresas	100	91	91,00%
		Nº alumnos participantes	100	91	91,00%
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	% Cumpl.
MED-5.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL			Acumul	0,00%
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	0	0,00%
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 profesional	3	1	33,33%
LÍNEA 6	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cumpl.
MED-6.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	38,67%
6.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor (Jornadas)	Nº acciones	20	0	0,00%
		Nº participantes	600	464	77,33%
MED-6.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	37,50%
6.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento (Concursos)	Nº acciones	4	3	75,00%
		Nº participantes	8	3	37,50%
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	% Cumpl.
MED-7.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ACCIONES, ALUMNOS Y RESULTADOS			Acumul	126,37%
7.1.1	Difusión de la actividades que desarrolla el CCT	Nº acciones de publicidad	2	4	200,00%
		Nº publicaciones en redes sociales	500	552	110,40%
		Nº total de seguidores	17.500	19.548	111,70%
		Nº visitas web	520.000	395.962	76,15%
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	2	100,00%
		Nº participantes	20	32	160,00%

21/02/2022 10:31:21
 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-4c15f3ae-979d-70cb-005056966280



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	Diciembre 31-12-2021	
MED-7.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	259,63%
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%	117,0%	390,00%
		Nº días apertura	8	10	125,00%
		Nº comensales	144	380	263,89%
MED-7.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	82,00%
7.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	25	16	64,00%
		Nº nuevas referencias	10	10	100,00%
MED-7.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	101,68%
7.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional (#SOYCCT)	Nº Integrantes del programa	475	491	103,37%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	2	2	100,00%
LÍNEA 8	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-8.1	PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL			Acumul	145,28%
8.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº acciones profesionales	20	28	140,00%
		Nº contactos profesionales	135	273	202,22%
		Nº acciones (publico final)	8	3	37,50%
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	3	100,00%
		Nº asistentes	9	10	111,11%
		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	13	130,00%
		Nº presentaciones	3	5	166,67%
		Nº contactos profesionales	130	870	669,23%
8.1.5	Visitas comerciales nacionales	Nº acciones	4	1	25,00%
		Nº contactos profesionales	12	27	225,00%
8.1.6	Plan de fomento de la Región de Murcia como destino de turismo deportivo	Nº eventos	15	30	200,00%
		Nº participantes	7.000	12.070	172,43%
MED-8.2	PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL			Acumul	84,56%
8.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº acciones profesionales	18	10	55,56%
		Nº contactos profesionales	55	105	190,91%
		Nº acciones (publico final)	4	3	75,00%
8.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº fam trips	5	2	40,00%
		Nº asistentes	15	8	53,33%
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº press/blog trips	5	2	40,00%
		Nº asistentes	15	16	106,67%
		Nº de artículos realizados	10	8	80,00%
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	106	75,71%
8.2.5	Visitas comerciales internacionales	Nº acciones	2	1	50,00%
		Nº contactos profesionales	6	21	350,00%
MED-8.3	MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO			Acumul	57,40%
8.3.1	Acuerdos de marketing nacionales e internacionales	Nº acuerdos nacionales	18	15	83,33%
		Nº acuerdos internacionales	16	9	56,25%
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%

21/02/2022 10:31:21
 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-0c15f9ae-97f9-70cb-005056966280



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	Diciembre 31-12-2021	
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	261,08%
9.1.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	20	23	115,00%
		Nº de impresiones online	13.000.000	25.402.171	195,40%
9.1.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	20	23	115,00%
		Nº de impresiones online	80.000.000	40.870.396	51,09%
9.1.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	10	9	90,00%
		Nº de impresiones online	100.000	1.000.000	1000,00%
MED-9.2	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	130,00%
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	33	110,00%
MED-9.3	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	288,17%
9.3.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	100	153	153,00%
9.3.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	30	127	423,33%
MED-9.4	POSICIONAMIENTO DEL DESTINO MEDIANTE HERRAMIENTAS DIGITALES			Acumul	90,04%
9.4.1	Estrategia del portal turístico www.murciaturistica.es	Nº de visitas al portal	1.500.000	1.749.148	116,61%
		Nº de especiales	45	21	46,67%
9.4.2	Estrategia en RRSS	Nº contenidos publicados	3.800	4.192	110,32%
		Nº total de seguidores	200.000	175.489	87,74%
		Nº total de impresiones	60.000.000	53.318.104	88,86%
LÍNEA 10	INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO			REAL	% Cmpl.
MED-10.1	DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES			Acumul	113,33%
10.1.1	Acciones de sensibilización e implantación del modelo DTI	Nº de acciones	5	7	140,00%
10.1.2	Desarrollo de la Plataforma de eDestino Región de Murcia (Nexo).	Nº de nuevas funcionalidades	3	3	100,00%
10.1.3	Desarrollo de la Smart Office DTI Región de Murcia (Motriz)	Nº de nuevas fuentes de datos integradas	2	2	100,00%
		Nº de informes de análisis de datos	15	17	113,33%
MED-10.2	APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN			Acumul	141,28%
10.2.1	Implantación de la Apps Costa Cálida.	Nº de descargas	600	1.183	197,17%
10.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de nuevas funcionalidades	2	2	100,00%
		Nº nuevos usuarios	15	19	126,67%
MED-10.3	RITMO OFICINA DEL SIGLO XXI			Acumul	132,67%
10.3.1	RITMO 4.0: Oficina de Turismo del Siglo XXI	Nº de sesiones de formación	14	19	135,71%
		Nº de oficinas certificadas con ISO 9001, UNE-ISO 14785:2015 y Safe Tourism Certified	27	35	129,63%
MED-10.4	DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			Acumul	100,00%
10.4.1	Optimización de herramientas internas	Nº de herramientas optimizadas	2	2	100,00%
		Nº incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%	90,0%	100,00%
LÍNEA 11	TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS			REAL	% Cmpl.
MED-11.1	TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS			Acumul	733,33%
11.1.1	Tramitación solicitudes	Nº de subvenciones	3	14	466,67%
		Nº de adjudicatarios	3	30	1000,00%
MED-11.2	LÍNEAS COVID-19			Acumul	105,65%
11.2.1	Tramitación solicitudes ayudas Covid-19	Nº de líneas de ayudas	4	5	125,00%
		Nº de adjudicatarios	5.193	4.482	86,31%

21/02/2022 10:31:21
 MARTINEZ CARRASCO, 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-0c15f9ae-97f9-70cb-00505696b280



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/verificar-documentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-0c153ea-9219-979d-70cb-005056916280

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 DICIEMBRE 2021	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)							TOTAL
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	Subvenciones		
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	2.469,24	5.098,81	1.548,61	543,35	1.702,73	31.312,21	42.674,94	
i. Costes de Personal	382,52	230,70	576,74	160,58	422,84	1.019,60	2.792,96	
Nº Empleados (1)	9,17	4,96	10,51	3,52	9,76	21,08	59	
Gastos en operaciones de capital	0,00	0,00	882,25	31,68	0,00	0,00	913,93	
Gastos en operaciones corrientes	2.086,73	4.868,11	89,62	351,10	1.279,89	30.292,61	38.968,05	
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	2.469,24	5.098,81	1.548,61	543,35	1.702,73	31.312,21	42.674,94	
Ingresos de Operaciones Corrientes:	2.469,24	5.098,81	666,35	511,67	1.702,73	31.312,21	41.761,01	
Transferencias Corrientes de la CARM	2.469,24	5.098,81	666,35	511,67	1.486,74	31.312,21	41.545,02	
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	215,99	0,00	215,99	
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	882,25	31,68	0,00	0,00	913,93	
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	0,00	882,25	0,00	0,00	0,00	882,25	
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	31,68	0,00	0,00	31,68	

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