

**INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO TRIMESTRAL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA.**

Con fecha 20 de febrero de 2015, fue suscrito el Contrato Programa para el ejercicio 2015 entre la Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (BORM nº 65, de 20 de marzo de 2015).

El citado Contrato Programa en su Cláusula Séptima “Dación de cuentas, Informes de evaluación y periodicidad de informes”, indica que “Al finalizar cada trimestre natural, dentro del mes siguiente, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante ITREM) elaborará un “Informe de evaluación de cumplimiento trimestral” de análisis y control del Contrato-Programa 2015. Se analizarán el cumplimiento de los objetivos y se compararán los indicadores del Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (en adelante PAAPE) con lo ejecutado desde el inicio del ejercicio hasta el trimestre objeto de control y se analizarán las causas y circunstancias más relevantes del resultado.”.

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

### **Consideraciones**

El objeto del Contrato-Programa 2015 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 Industria, Turismo, Empresa e Innovación, así como aquellos derivados que en materia de turismo le competen al ITREM

El ITREM, para el ejercicio 2015, se estructura en cinco Áreas Operativas y cuyos principales objetivos son:

### **Promoción**

1. Aumentar el número de turistas y su gasto medio diario bien sean captados por primera vez o reforzando la fidelización de aquellos que ya han visitado nuestra Región.
2. Mejorar la presencia de la oferta turística regional en mercados ya consolidados y propiciar la apertura de nuevos con posibilidades de negocio.
3. Moderar la estacionalidad así como la concentración territorial de la oferta turística.
4. Fortalecer la competitividad de las empresas turísticas ya existentes y fomentar la creación de nuevas mediante el apoyo a la promoción, posicionamiento o internacionalización de las mismas.

## **INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

5. Apoyar la mejora y desarrollo de productos turísticos ya consolidados y potenciar la creación y desarrollo de nuevos productos y su posicionamiento en los circuitos de venta.

### **Comunicación**

1. Posicionar y mejorar la notoriedad de la imagen de la Región de Murcia como destino turístico atractivo.
2. Incrementar el conocimiento de la marca turística regional y posicionarla con sus elementos diferenciadores según mercados.
3. Gestión de la comunicación con el fin de aumentar el conocimiento de la Región de Murcia como destino turístico y dar a conocer las acciones que desarrolla el ITREM ante la opinión pública y los medios de comunicación.
4. Sensibilizar a los habitantes de la Región de Murcia de la importancia del turismo en base a los efectos beneficiosos que produce tanto económicos como sociales.
5. Impulsar y mejorar la información turística institucional mediante la mejora de la calidad de los sistemas y el uso de las nuevas tecnologías, en coordinación con los municipios y en colaboración con la iniciativa privada.

### **Innovación**

1. Sensibilizar a las empresas en la importancia y uso de las herramientas tecnológicas de comercialización desarrolladas, para aumentar la carga de y visibilidad del producto regional en las redes de comercialización turística.
2. Fomentar entre las empresas el uso de las herramientas tecnológicas de monitorización de destino desarrolladas para el aumento de su competitividad.
3. Aumentar la distribución de producto de las empresas vinculadas a la plataforma de comercialización turística en mercados internacionales a través de proyectos tutorizados por la comisión europea.
- 4- Mejorar el proceso de gestión del destino mediante un sistema de conocimiento e inteligencia en red con la colaboración de todos los agentes públicos y privados.
5. Optimizar las herramientas de gestión interna.

### **Ordenación**

1. Obtener una normativa dirigida a lograr un aumento de la competitividad del sector turístico de la Región de Murcia, fomentando la iniciativa empresarial y facilitando los trámites administrativos.
2. Vigilar y comprobar el cumplimiento de la normativa vigente en materia turística.
3. Orientar e informar a las empresas del sector turístico sobre la normativa vigente, sus derechos y obligaciones, encaminado todo ello a lograr unos servicios turísticos de calidad.

## **INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

4. Impulsar la mejora de la calidad de las empresas y destinos turísticos mediante la gestión y el asesoramiento sobre los diversos sistemas de calidad existentes.
5. Fomentar las actuaciones tendentes a la mejora en la competitividad de destinos turísticos y a la dotación de infraestructuras y equipamientos turísticos, de forma coordinada con las políticas y planes urbanísticos y medioambientales.

### **Formación**

1. La mejora de la competitividad de las empresas turísticas mediante el fomento de la formación y la profesionalización de su capital humano actual y futuro.
2. Mantener al Centro de Cualificación Turística como referente de formación de calidad reconocida dentro del sector hostelero y turístico de la Región de Murcia.
3. Mantener la posición del CCT como centro de referencia en la Región de Murcia en cuanto a la impartición de Certificados de Profesionalidad en las familias profesionales de Hostelería y Turismo.
4. Fomentar la teleformación de cara a ampliar el acceso de trabajadores que, por barreras geográficas, discapacidad o incompatibilidad de horarios, no tienen fácil acceso a la formación presencial.
5. Facilitar la entrada de alumnos al mercado laboral.
6. Promocionar la gastronomía murciana como valor diferenciador de la oferta turística y a sus profesionales de sala y de cocina.

En el Anexo I del Contrato-Programa 2015, se detalla el Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica del Instituto de Turismo (en adelante PAAPE) para el ejercicio 2015, en el que se detalla las Áreas operativas y sus líneas de actuación, sus objetivos y prioridades, así como los indicadores con los que ponderar el grado de su cumplimiento.

En el Contrato-Programa 2015 se describen los recursos financieros, medios personales y materiales para el desarrollo de la actividad del Instituto y que dan soporte al cumplimiento del PAAPE.

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

# INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

## Conclusiones

El cumplimiento en el primer trimestre de los objetivos del Contrato Programa de 2015, a nivel presupuestario, se ha ejecutado al 20%. Se destaca a las Áreas operativas de Promoción y Formación que superan el 30% de ejecución al primer trimestre.

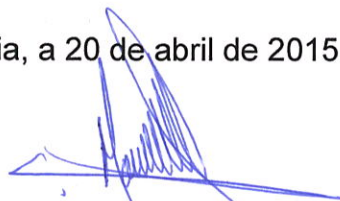
En cuanto al cumplimiento de los objetivos previstos expresado en las desviaciones que se han obtenido sobre los 41 indicadores iniciales, según se pone de manifiesto en los cuadros que se adjuntan, se observa que 9 indicadores han superado su objetivo durante este primer trimestre. Con respecto al resto de desviaciones, entre los intervalos de 0-25% hay 11 indicadores; entre 25-50% hay 15 indicadores; entre el 50-75% hay 2 y entre el 75-100% hay 4.

Como conclusión final se puede afirmar que, en cuanto a cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2015, durante el primer trimestre se ha cumplido con el contenido y los objetivos, de acuerdo con lo previsto y sin incidencias notables a destacar

Dado el grado de cumplimiento, no existe ningún tipo de factor corrector que se vaya a incluir en un futuro como consecuencia de estas mínimas desviaciones, si bien, se va a proceder a su análisis y oportuna modificación en aquellos indicadores que no han cumplido sus expectativas iniciales. Además se va a continuar respondiendo y acometiendo 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 las Áreas operativas expuestas, se acompaña al presente informe una relación organizada de los objetivos e indicadores de control del Contrato Programa 2015, en el que se indica el grado de cumplimiento de objetivos individualizados, así como una tabla resumen de la memoria económica-financiera de ejecución presupuestaria del Contrato Programa.

Murcia, a 20 de abril de 2015.



Manuel Fernández-Delgado Tomás  
Director General



## INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

### 17-0-16-EPES-A01 ÁREA DE PROMOCIÓN

17-0-16-EPES-A01-LA1

**Mercado Nacional**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB1</b></p> <p>Promocionar los productos turísticos mediante la realización de acciones promocionales: Ferias, fam trip, press trip, workshop ....</p> <p><b>Ferias</b></p> <p>1. Feria Fitur (Madrid): 28 Enero al 1 Febrero</p> <p>2. Feria Navaritur (Pamplona): 20 al 22 Febrero</p> <p><b>Fam trips</b></p> <p>1. Fam/Press Trip "Floración en Cieza y Valle de Ricote": 6 al 8 Marzo</p> <p><b>Workshops</b></p> <p>1. Work Shop AVASA. Sitges: 28 Febrero</p> <p>2. Work Shop ACAVE. Barcelona: 5 Marzo</p>	Número de ferias	18	5	27,7%
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB2</b></p> <p>Promover convenios de colaboración con operadores turísticos para el desarrollo y/o posicionamiento de los productos turísticos de la Región y encaminados a la consecución de un retorno que mejore e incremente las ventas.</p>	Número de convenios	2	0	0%
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB3</b></p> <p>Promover acciones dirigidas al público final a través de sorteos con el objetivo de incrementar la base de datos de clientes.</p>	Número de acciones	2	0	0%

17-0-16-EPES-A01-LA2

Mercado Internacional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB1</b></p> <p>Aumentar el número de turistas internacionales mediante la realización de acciones de promoción como ferias, fam trips, misiones directas, convenios con touroperadores y campañas en redes.</p> <p><b>Ferías</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Feria Holiday World (Dublín): del 23 al 25 Enero</li> <li>2. Feria Salon des Vacances (Bruselas): del 4 al 9 Febrero</li> <li>3. Feria Holiday World (Praga): del 19 al 22 Febrero</li> <li>4. Feria BTL (Lisboa): del 25 al 28 Febrero</li> <li>5. Feria ITB (Berlín): del 4 al 8 Marzo</li> <li>6. Feria MITT (Moscú): del 18 al 21 Marzo</li> </ol> <p><b>Fam trips</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fam trip T.O. IRIS TOUR y SENIOREN REISEN (Austria): del 4 al 6 Febrero</li> <li>2. Fam trip T.O. ESCAPE (Noruega): 18 de Marzo</li> <li>3. Fam trip T.O. TRANSEUROPE: 27 de Marzo</li> </ol> <p><b>Prospectivas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Día de España en Oslo y Prospectiva (Noruega): del 22 al 26 de Marzo</li> </ol> <p><b>Convenios Tour Operadores</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Convenio GOLF BREAKS (Reino Unido)</li> <li>2. Convenio QUALITY TOURS (República Checa)</li> <li>3. Convenio DELFIN TRAVEL (República Checa)</li> <li>4. Convenio EDEKA (Alemania)</li> <li>5. Convenio IRIS TOUR y SENIOREN REISEN (Austria)</li> </ol>	<p>Número de acciones</p>	<p>52</p>	<p>15</p>	<p>18,84%</p>
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB2</b></p> <p>Promover el aumento del flujo de pasajeros internacionales al aeropuerto de San Javier internacionales mediante la realización de convenios con operadores que incuyan vuelos charter a dicho aeropuerto.</p>	<p>Número de pasajeros incluidos en convenios</p>	<p>22.000</p>	<p>0</p>	<p>0%</p>
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB3</b></p> <p>Promover el aumento de la llegada de turistas internacionales preferentemente durante la temporada baja y media mediante acuerdos con TTOO especializados</p>	<p>Número de turistas incluidos en convenios</p>	<p>11.000</p>	<p>0</p>	<p>0%</p>

17-0-16-EPES-A01-LA3

Producto

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB1</b> Mantener encuentros con las entidades turísticas (oficinas de turismo, empresarios, asociaciones del sector) para valorar sinergias de colaboración de cada uno de los productos existentes y poder llegar a acuerdos de colaboración en materia de promoción.</p>	Número de encuentros	12	10	83,33%
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB2</b> Visitar y conocer los recursos turísticos de cada uno de los productos.</p>	Número de visitas	12	3	25%
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB3</b> Poner en marcha sinergias en común entre el turoperador y el sector empresarial.</p> <p><b>Encuentros comerciales</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escapada Rural</li> <li>2. El Corte Ingles (folleto rural)</li> <li>3. Europlayas (experiencias)</li> <li>4. Mundo Amigo</li> </ol>	Número de encuentros comerciales	3	4	133,33%
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB4</b> Comercializar productos a través del portal <a href="http://murciaturistica.es">murciaturistica.es</a></p>	Número de productos publicados	50	108	216%
<p><b>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB5</b> Desarrollar e investigar nuevos productos promoviendo una mayor relación entre Administración y sectores socioeconómicos relacionados con el producto turístico, favoreciendo la relación transversal entre administraciones relacionadas con turismo para la búsqueda de sinergias y colaboración para nuevos proyectos.</p>	Número de acciones	4	2	50%

**17-0-16-EPES-A02 ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**17-0-16-EPES-A02-LA1**

**Difusión de la imagen turística regional**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB1</b></p> <p>Promocionar la Región de Murcia turísticamente y afianzar la imagen de la marca Costa Cálida mediante campañas y acciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Campaña Proexport Alemania</li> <li>2. Acuerdo FROET imagen en camiones (Europa)</li> <li>3. Acuerdo Zambú presencia logo en servilletas</li> <li>4. Campaña imagen Costa Cálida, te hace feliz (nacional y regional)</li> <li>5. Campaña Semana Santa</li> <li>6. Patrocinio Entierro de la Sardina</li> <li>7. Patrocinio Festival</li> <li>8. Patrocinio Vuelta Ciclista Región de Murcia</li> </ol>	Número de campañas y acciones	10	8	80%
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB2</b></p> <p>Incrementar la difusión de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a través de las redes sociales.</p>	Aumento del número de seguidores en redes	10%	+ 3.932	78,37%
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB3</b></p> <p>Difundir los atractivos turísticos mediante elementos de promoción.</p>	Número de elementos producidos	10	9	90%

**17-0-16-EPES-A02-LA2**

**Acciones de comunicación**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA2-OB1</b></p> <p>Aumentar el número de notas de prensa que genera el Instituto de Turismo para incrementar su visibilidad a nivel nacional e internacional.</p>	Notas de prensa anuales enviadas a medios nacionales e internacionales	24	7	29,16%
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA2-OB2</b></p> <p>Aumentar el número de notas de prensa que reflejan la actividad propia del Instituto de Turismo.</p>	Notas de prensa sobre la actividad propia del ITREM	30	47	156,66%



17-0-16-EPES-A02-LA3

Información turística institucional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA3-OB1</b> Optimizar las herramientas de información on-line, como portales turísticos, boletines digitales y otros.</p>	Incremento del número de visitas a los portales institucionales dependientes del ITREM	1.000.000	+366.971	36,7%
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA3-OB2</b> Fomento de la información turística solicitada por correo postal, e-mail, telefónica y presencial.</p>	Número de solicitudes de información atendidas	1.000	353	35,3%
<p><b>17-0-16-EPES-A02-LA3-OB3</b> Intensificar el conocimiento de los recursos mediante cursos de formación y visitas de familiarización destinadas a las Red de Oficinas de Turismo.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Patrimonio de la Región de Murcia I</i> (09.02.2015)</li> <li>2. <i>Patrimonio de la Región de Murcia II</i> (24.02.2015)</li> <li>3. <i>ORION: Herramienta para la publicación on line de las visitas guiadas</i> (05.03.2015)</li> <li>4. <i>Redes Sociales: Facebook y Twitter</i> (10.03.2015)</li> <li>5.</li> </ol>	Número de acciones	15	4	26,6%

**17-0-16-EPES-A03-ÁREA DE INNOVACIÓN**

**17-0-16-EPES-A03-LA1**

**Planificación y diseño de herramientas**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA1-OB1</b>                      Diseño, desarrollo y optimización de nuevas funcionalidades.                      1. <i>Desarrollo del nuevo sistema de perfiles para la gestión y acceso a la información de los indicadores</i>                      2. <i>Desarrollo del módulo de gestión de Encuestas para Nexo</i></p>	Número de aplicaciones / funcionalidades	11	2	18%
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA1-OB2</b>                      Desarrollo de herramientas para la gestión</p>	Número de Aplicaciones	2	0	0%

**17-0-16-EPES-A03-LA2**

**Implantación y Comercialización de proyectos**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA2-OB1</b>                      Desarrollo de jornadas de sensibilización e información de las herramientas dirigidas a empresas.</p>	Número de jornadas	81	15	18.5%
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA2-OB2</b>                      Implantación y asistencia técnica de las herramientas de comercialización para alojamientos y empresas de actividades.</p>	Número de implantaciones y optimizaciones	160	79	49%
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA2-OB3</b>                      Implantación y formación en herramientas                      25 <i>Oficinas de Turismo de la Red</i></p>	Número de empresas beneficiarias	50	25	50%
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA2-OB4</b>                      Implantación y desarrollo de nuevos canales de comercialización</p>	Número de empresas beneficiarias	30	6	20%
<p><b>17-0-16-EPES-A03-LA2-OB5</b>                      Comercialización de plataformas</p>	Número	1	0	0%

**17-0-16-EPES-A04 ÁREA DE ORDENACIÓN**

**17-0-16-EPES-A04-LA1**

**Empresas turísticas**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<b>17-0-16-EPES-A04-LA1-OB1</b> Tramitación y resolución de inicio de actividad y clasificación de empresas turísticas	Número de establecimientos visitados en el trámite de clasificación en un plazo inferior a un mes desde la entrada de la solicitud	75%	75%	100%
<b>17-0-16-EPES-A04-LA1-OB2</b> Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística	Número de establecimientos visitados en el plan de inspección por orden de antigüedad según el total de inscritos en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas	15%	7,72%	51,5%

**17-0-16-EPES-A04-LA2**

**Sistemas de calidad y distinciones turísticas**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<b>17-0-16-EPES-A04-LA2-OB1</b> Asesoramiento en materia de calidad turística 28 informes	Tiempo máximo para elaboración del informe	1 mes	1 mes	100%
<b>17-0-16-EPES-A04-LA2-OB2</b> Asesoramiento en distinciones turísticas 11 asesoramientos	Tiempo máximo para elaboración del informe y envío de documentación	1 mes	1 mes	100%

**17-0-16-EPES-A04-LA3**  
**Infraestructuras turísticas**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A04 -LA3-OB1</b>  Impulsar la mejora de las infraestructuras y equipamientos turísticos mediante la realización de estudios, planes y proyectos</p> <p>1. <i>Proyecto de Acondicionamiento Vías Verdes del Campo de Cartagena y Mazarrón</i></p>	Número de estudios y trabajos de desarrollo	5	1	20%
<p><b>17-0-16-EPES-A04-LA3-OB2</b>  Colaborar con Consorcios y Proyectos Turísticos en la ejecución, dotación y mantenimiento de infraestructuras y equipamientos.</p> <p>1. <i>Vigilancia y mantenimiento Vía Verde del Noroeste</i></p>	Número de acciones de colaboración con Consorcios y proyectos turísticos	4	1	25%
<p><b>17-0-16-EPES-A04-LA3-OB3</b>  Favorecer el desarrollo del turismo de forma coordinada con la planificación territorial y medioambiental, mediante la emisión de informes y la asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.</p>	Número de informes emitidos y de reuniones	18	6	33%

17-0-16-EPES-A05 ÁREA DE FORMACIÓN

17-0-016-EPES-A05-LA1  
Formación

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB01</b> Optimización en la ejecución de acciones planificadas. Acciones planificadas: 73 Acciones realizadas: 69</p>	% de acciones realizadas con respecto a las planificadas	90%	94,52%	105%
<p><b>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB02</b> Satisfacción del alumno: Conseguir satisfacer las expectativas de los usuarios de las acciones formativas</p>	Resultado medio de las encuestas de satisfacción de alumnos	7/10	8,3/10	118,57%
<p><b>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB03</b> Gestión de Recursos: Optimizar los recursos empleados en las acciones formativas</p>	Resultado medio de los informes de valoración del profesor de medios empleados/ gestión del área.	7/10	8,5/10	121,42%
<p><b>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB04</b> Impartición de certificados de profesionalidad: Mantener el número de Certificados de Profesionalidad que oferta el CCT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Cocina</i></li> <li>2. <i>Cocina</i></li> <li>3. <i>Operaciones básicas de cocina</i></li> <li>4. <i>Operaciones básicas de pastelería</i></li> <li>5. <i>Operaciones básicas de Restaurante y bar</i></li> </ol>	Número de actuaciones desarrolladas	17	5	29,41%
<p><b>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB05</b> Búsqueda y obtención de nuevos proyectos europeos que permitan que trabajadores del sector turístico, alumnos y formadores realizar moviidades a diferentes países y compartir el know-how con otros centros, empresas y entidades externas. Impartición de acciones formativas para colaboradores con el objetivo de que mejoren y amplíen su cualificación</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Proyecto KA2- EU- DIFT</i></li> <li>2. <i>Programa IDINOS-ERASMUS PLUS</i></li> <li>3. <i>Recursos y metodologías 2.0 en la formación online en hostelería y turismo</i></li> <li>4. <i>Hablar en público: Mejorar la dicción y las presentaciones</i></li> </ol>	Número de actuaciones desarrolladas	10	4	40%

17-0-016-EPES-A05-L02

**Gastronomía murciana**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-016-EPES-A05-LA2-OB01</b></p> <p>Puesta en marcha de acciones con el objetivo de promocionar la gastronomía murciana destinadas a profesionales del sector y al público general</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tartas tradicionales de la Región de Murcia (enero)</i></li> <li>2. <i>Guisos y pucheros tradicionales de la Región de Murcia (enero)</i></li> <li>3. <i>Sabores de la Región de Murcia: Arroz (enero)</i></li> <li>4. <i>Iniciación a la cata de vinos de la Región de Murcia (febrero)</i></li> <li>5. <i>Sabores de la Región de Murcia 2014-2015: Hortofrutícolas de Temporada (febrero)</i></li> <li>6. <i>Elaboración de verduras autóctonas de la Región de Murcia (marzo)</i></li> <li>7. <i>Cocina autóctona murciana (marzo)</i></li> <li>8. <i>Guisos tradicionales de la Región de Murcia (marzo)</i></li> <li>9. <i>Elaboración de platos con Quesos la Región de Murcia con leche de cabra de (marzo)</i></li> </ol>	Número de acciones	30	9	30%

17-0-016-EPES-A05-LA3

**Inserción laboral**

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/3/2015	% EJECUTADO A 31/3/2015
<p><b>17-0-016-EPES-A05-LA3-OB01</b></p> <p>Dinamización y mejora de la Bolsa de Trabajo y del servicio de orientación que el CCT facilita a sus alumnos</p>	Número de usuarios	400	118	29,5%
<p><b>17-0-016-EPES-A05-LA3-OB02</b></p> <p>Incrementar el número final de personas en prácticas profesionales no laborales en empresas turísticas y hosteleras</p>	Número de personas en prácticas	100	30	30%

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2015 31 de marzo de 2015	ÁREAS DE ACTUACIÓN 17-0-16-EPES (en miles de euros)						TOTAL
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación		
<b>COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN</b>							
I. Costes de Personal	431,34	349,98	229,37	150,94	299,32		1.460,96
Nº Empleados (1)	184,70	108,11	210,08	79,39	135,36		717,62
Gastos en operaciones de capital	15,44	9,04	17,56	6,64	11,32		60,00
Gastos en operaciones corrientes	246,64	241,87	19,29	71,56	163,97		743,33
<b>INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN</b>	431,34	349,98	229,37	150,94	299,32		1.460,96
Ingresos de Operaciones Corrientes:	431,34	349,98	229,37	150,94	299,32		1.460,96
Transferencias Corrientes de la CARM	431,34	349,98	229,37	150,94	264,94		1.426,57
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM					34,38		34,38
Ingresos Patrimoniales							0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
Transferencias de Capital de la CARM							0,00

(1) Incluye: Personal directo + indirecto de servicios horizontales y los gastos directos + indirectos de servicios horizontales