

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO 2º TRIMESTRE DEL CONTRATO PROGRAMA 2015

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.

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.

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.

Conclusiones

El cumplimiento en el segundo trimestre de los objetivos del Contrato Programa de 2015, a nivel presupuestario, se ha ejecutado al 41,43%. Se destaca las Áreas operativas de Promoción, Innovación y Formación que superan el 75% de ejecución al segundo trimestre. Ordenación, que cuenta con un grado de ejecución de tan solo un 1%, se espera que durante el tercer y cuarto trimestre recupere su nivel normal de actividad como consecuencia de la adjudicación de las obras de la Vía Verde del Campo de Cartagena.

En cuanto al cumplimiento de los objetivos previstos expresado en las desviaciones que se han obtenido sobre los 42 indicadores iniciales, según se pone de manifiesto en los cuadros que se adjuntan, se observa que 13 indicadores han superado su objetivo durante este segundo trimestre. Con respecto al resto de desviaciones, entre los intervalos de 0-25% hay 4 indicadores; entre 25-50% hay 7 indicadores; entre el 50-75% hay 7 y entre el 75-100% hay 11

Como conclusión final se puede afirmar que, en cuanto a cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2015, durante el segundo 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 julio de 2015.



Manuel Fernández-Delgado Tomás

Director General

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (2 trm)

17-0-16-EPES-A01 ÁREA DE PROMOCIÓN

17-0-16-EPES-A01-LA1

Mercado Nacional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/06/2015	% EJECUTADO A 30/6/2015
<p>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB1</p> <p>Promocionar los productos turísticos mediante la realización de acciones promocionales: Ferias, fam trip, press trip, workshop</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Feria Fitur (Madrid) 2. Feria Navantur (Pamplona) 3. Fam/Press Trip "Floración en Cieza y Valle de Ricote" 4. Work Shop AVASA. Sitges 5. Work Shop ACAVE. Barcelona 6. I Muestra de Turismo Costa Cálida-Región de Murcia 7. Work Shop Turnexo. Sevilla 8. Feria B-Travel. Barcelona 9. Feria Salón del Vehículo. Torre Pacheco 10. Work Shop. ACAVE. Bilbao 11. Feria Expovacaciones. Bilbao 12. Feria Aratur. Zaragoza 13. Press Trip. Región de Murcia. On Magazine. Navarra 14. Feria Expotur Vacaciones. Madrid 	Número de ferias ⁽¹⁾	18	14	77, 78%
<p>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB2</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	0,00%

<p>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB3</p> <p>Promover acciones dirigidas al público final a través de sorteos con el objetivo de incrementar la base de datos de clientes.</p> <p>1.- Sorteo actividades. I Muestra Turismo Costa Cálida-Región de Murcia</p> <p>2.- Sorteo Estancias Feria Expovacaciones. Bilbao</p>	<p>Número de acciones</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>100%</p>
--	---------------------------	----------	----------	-------------

17-0-16-EPES-A01-LA2

Mercado Internacional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/06/2015	% EJECUTADO A 30/06/2015
<p>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB1</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>FERIAS</p> <p>1. Feria Holiday World (Dublín): del 23 al 25 Enero</p> <p>2. Feria Salon des Vacances (Bruselas): del 4 al 9 Febrero</p> <p>3. Feria Holiday World (Praga): del 19 al 22 Febrero</p> <p>4. Feria BTL (Lisboa): del 25 al 28 Febrero</p> <p>5. Feria ITB (Berlín): del 4 al 8 Marzo</p> <p>6. Feria MITT (Moscú): del 18 al 21 Marzo</p> <p>PROSPECTIVAS</p> <p>1. Día de España en Oslo y prospectiva (Noruega): del 22 al 26 de Marzo</p> <p>JORNADAS INVERSAS</p> <p>1. Jornadas inversas TTOO (Reino Unido): del 3 al 4 de Junio</p> <p>PROMOCIÓN EN RRSS</p> <p>1. Polonia: del 4 al 8 de Mayo</p> <p>2. Francia: del 2 al 8 de Junio</p> <p>3. Rusia: del 23 al 29 de Junio</p> <p>FAM TRIPS/PRESS TRIPS</p> <p>1. Fam trip TO IRIS TOUR y SENIOREN REISEN (Austria): del 4 al 6 Febrero</p> <p>2. Fam trip TO ESCAPE (Noruega): 18 de Marzo</p> <p>3. Fam trip TO TRANSEUROPE: 27 de Marzo</p> <p>4. Press trip Semana Santa Lorca (Alemania): del 1 al 4 de Abril</p>	<p>Número de acciones</p> <p>FERIAS: 6</p> <p>PROSPECTIVAS: 1</p> <p>JORNADAS INVERSAS: 1</p> <p>PROMOCIÓN RRSS: 3</p> <p>FAM/PRESS TRIPS: 17</p> <p>MARKETING DIRECTO: 15</p> <p>CONVENIOS TTOO: 7</p>	<p>52</p>	<p>50</p>	<p>96,15%</p>

<p>5. Fam trip TTOO (Irlanda): del 7 al 9 de Abril 6. Fam trip TO SUNBIRDIE (Suecia): 8 de Abril 7. Fam trip EDEKA (Alemania): del 7 al 10 de Mayo 8. Press trip (Dinamarca): del 7 al 10 de Mayo 9. Press trip (Finlandia): del 11 al 14 de Mayo 10. Press trip (Francia): del 28 al 31 de Mayo 11. Fam trip TO RUSIBER (Rusia): 1 de Junio 12. Fam trip TO BUDAVAR TOURS (Hungria): 2 de Junio 13. Press trip AZALEA (Reino Unido): del 5 al 9 de Junio 14. Fam trip TO Heise Reiser (Noruega): del 9 al 12 de Junio 15. Press trip (Bélgica): del 10 al 13 de Junio 16. Blog trip (Suecia, Alemania, Italia y Reino Unido): del 17 al 20 de Junio 17. Press trip (Holanda): del 29 de Junio al 2 de Julio</p> <p><u>NEWSLETTERS (Profesionales y público final)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Alemania: 17 de Febrero, 25 de Mayo República Checa: 23 de Febrero Irlanda: 10 de Marzo, 19 de Mayo Reino Unido: 10 de Marzo, 19 de Mayo Bélgica: 16 de Marzo Francia: 21 de Abril, 29 de Junio Holanda: 28 de Mayo Suecia: 16 de Junio Dinamarca: 16 de Junio Noruega: 16 de Junio Finlandia: 16 de Junio <p><u>CONVENIOS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Convenio GOLF BREAKS (Reino Unido) Convenio QUALITY TOURS (República Checa) Convenio DELFIN TRAVEL (República Checa) Convenio IRIS TOUR y SENIOREN REISEN (Austria) Convenio CADDIE GOLF REISER (Dinamarca) Convenio YOUR GOLF TRAVEL (Reino Unido) Convenio EDEKA (Alemania) 				
<p>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB2 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>14.382</p>	<p>65,37%</p>

TTOO con vuelos chárter: - Senioreen Reisen (Austria): cía aérea Austrian Airlines - Delfin Travel (República Checa): cía aérea Enter Air y Czech Airlines - Quality Tours (República Checa): cía aérea Travel Service				
17-0-16-EPES-A01-LA2-OB3 Promover el aumento de la llegada de turistas internacionales preferentemente durante la temporada baja y media mediante acuerdos con TTOO especializados TTOO especializados: - Senioreen Reisen (Austria) - Delfin Travel (República Checa) - Quality Tours (República Checa) * (Segundo trimestre: Datos de Enero – Mayo 2015)	Número de turistas incluidos en convenios	11.000	6.518	59,25%

17-0-16-EPES-A01-LA3

Producto

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/06/2015	% EJECUTADO A 30/06/2015
17-0-16-EPES-A01-LA3-OB1 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.	Número de encuentros	12	15	125,00%
17-0-16-EPES-A01-LA3-OB2 Visitar y conocer los recursos turísticos de cada uno de los productos.	Número de visitas	12	9	75,00%
17-0-16-EPES-A01-LA3-OB3 Poner en marcha sinergias en común entre el turoperador y el sector empresarial. 1. Escapa Rural 2. El Corte Inglés (folleto rural) 3. Europlayas (experiencias) 4. Mundo Amigo 5. El Corte Inglés (Folleto escolares) 6. Hotelbeds (Presentación en nuestras instalaciones) 7. Receptiva WALA	Número de encuentros comerciales	3	12	400,00%

8. Receptiva Entretiemras 9. Receptiva Viajar Murcia 10. Colaboración con TOP RURAL 11. Contenido de excursiones con SAGA (UK) 12. Receptiva Serintur					
17-0-16-EPES-A01-LA3-OB4 Comercializar productos a través del portal murciaturistica.es	Número de productos publicados	50	232	464,00%	
17-0-16-EPES-A01-LA3-OB5 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. 1. Apoyo al turismo Arqueológico – Congreso Ruta de los Iberos. 2. Apoyo Candidatura Premios Edem – Bullas 3. Apoyo técnico Proyecto Red Europea Vinest 4. Apoyo técnico Proyecto Carta Europea Turismo Sostenible Sierra Espuña. 5. Apoyo técnico Proyecto Spaincare	Número de acciones	4	7	175,00%	

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 30/06/2015	% EJECUTADO A 30/06/2015
17-0-16-EPES-A02-LA1-OB1 Promocionar la Región de Murcia turísticamente y afianzar la imagen de la marca Costa Cálida mediante campañas y acciones. 1. Campaña Proexport Alemania. 2. Acuerdo FROET imagen en camiones (Europa). 3. Acuerdo Zambú presencia logo en servilletas.	Número de campañas y acciones	10	17	170,00%

<p>4. Contratación Agencia de Relaciones Públicas en Reino Unido. 5. Campaña imagen Costa Cálida, te hace feliz (nacional y regional). 6. Campaña Semana Santa. 7. Patrocinio Entierro de la Sardina. 8. Impresión carteles Fiestas de Primavera. 9. Patrocinio Festival. 10. Patrocinio Vuelta Ciclista Región de Murcia. 11. Patrocinio La Manga Experience. 12. Campaña Q de calidad. 13. Campaña de publicidad Turismo de Cruceros. 14. Campaña publicidad I Muestra de Turismo – Jornadas Gastronómicas. 15. Publicidad exterior en el aeropuerto de San Javier abril - diciembre. 16. Blog trip regional y publicidad #ComunidadDeLaSonrisa . 17. Campaña de Verano Costa Cálida Región de Murcia Te Hace Feliz.</p>				
<p>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB2 Incrementar la difusión de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a través de las redes sociales. Nº seguidores a 31/12/2014: 50.173 Nº seguidores a 31/3/2015: 54.105 Nº seguidores a 30/06/2015: 58.942</p>	<p>Aumento del número de seguidores en redes</p>	<p>10%</p>	<p>8.769</p>	<p>174,78%</p>
<p>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB3 Difundir los atractivos turísticos mediante elementos de promoción. 1. Corbatas y pajaritas. 2. Calcomanías. 3. Camisetas Costa Cálida. 4. Colección láminas de la felicidad. 5. Pen drives. 6. Polos. 7. Mapa turístico – impresión. 8. Folleto checo. 9. Folleto ruso. 10. Folleto golf. 11. Paco Nadal, periodista de viajes murciano. Vídeos famosos –</p>	<p>Número de elementos producidos</p>	<p>10</p>	<p>15</p>	<p>150,00%</p>

<p>campaña publicidad. 12. Alfonso Merlos, periodista murciano. Vídeos famosos – campaña de publicidad. 13. Ruth Lorenzo, cantante murciana. Vídeos famosos – campaña publicidad. 14. Señalización Sima de la Higuera – Pliego. 15. Rotulación de la Consejería de Turismo.</p>				
---	--	--	--	--

17-0-16-EPES-A02-LA2

Acciones de comunicación

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/06/2015	% EJECUTADO A 30/06/2015
<p>17-0-16-EPES-A02-LA2-OB1 Aumentar el número de notas de prensa que genera el Instituto de Turismo para incrementar su visibilidad a nivel nacional e internacional.</p>	<p>Notas de prensa anuales enviadas a medios nacionales e internacionales</p>	<p>24</p>	<p>11</p>	<p>45,83%</p>
<p>17-0-16-EPES-A02-LA2-OB2 Aumentar el número de notas de prensa que reflejan la actividad propia del Instituto de Turismo.</p>	<p>Notas de prensa sobre la actividad propia del ITREM</p>	<p>30</p>	<p>137</p>	<p>456,67%</p>

17-0-16-EPES-A02-LA3

Información turística institucional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/06/2015	% EJECUTADO A 30/06/2015
<p>17-0-16-EPES-A02-LA3-OB1 Optimizar las herramientas de información on-line, como portales turísticos, boletines digitales y otros.</p>	<p>Incremento del número de visitas a los portales institucionales dependientes del ITREM</p>	<p>1.000.000</p>	<p>769.401</p>	<p>76,94%</p>
<p>17-0-16-EPES-A02-LA3-OB2 Fomento de la información turística solicitada por correo postal, e-mail, telefónica y presencial.</p>	<p>Número de solicitudes de información atendidas</p>	<p>1.000</p>	<p>645</p>	<p>64.50%</p>
<p>17-0-16-EPES-A02-LA3-OB3 Intensificar el conocimiento de los recursos mediante cursos de formación y</p>	<p>Número de acciones</p>	<p>15</p>	<p>8</p>	<p>53.33%</p>

<p>visitas de familiarización destinadas a la Red de Oficinas de Turismo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Patrimonio de la Región de Murcia I (09.02.2015) 2. Patrimonio de la Región de Murcia II (24.02.2015) 3. ORION: Herramienta para la publicación on line de las visitas guiadas (05.03.2015) 4. Redes Sociales: Facebook y Twitter (10.03.2015) 5. Análisis de páginas webs. 6. Nexo oficinas de turismo. 7. Ritmo para personal de nueva incorporación. 8. Visita familiarización águilas. Turismo náutico. 				
---	--	--	--	--

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 31/6/2015	% EJECUTADO A 31/6/2015
<p>17-0-16-EPES-A03-LA1-OB1 Diseño, desarrollo y optimización de nuevas funcionalidades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo del nuevo sistema de perfiles para la gestión y acceso a la información de los indicadores (Nexo1) 2. Desarrollo del módulo de gestión de Encuestas (Nexo3) 3. Desarrollo del módulo de Newsletter (Nexo2) 4. Aplicación para gestión de recursos (Hermes1) 5. Adecuación de los módulos de gestión de cursos del SEF del nuevo sistema de evaluación (B-CCT) 6. Desarrollo de nuevas integraciones con touroperadores (Hermes2) 7. Desarrollo de los módulos de lectura de producto para la touristcard y rent a car (Hermes3) 8. Desarrollo del módulo de venta cruzada (Hermes4) 9. Optimización y desarrollo de nuevas funcionalidades en Auriga (en parte B2B) (Hermes5) 	<p>Número de aplicaciones / funcionalidades</p>	<p>11</p>	<p>9</p>	<p>81,82%</p>

17-0-16-EPES-A03-LA1-OB2 Desarrollo de herramientas para la gestión	Número de Aplicaciones	2	0	0,00%
--	------------------------	---	---	-------

17-0-16-EPES-A03-LA2

Implantación y Comercialización de proyectos

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31/6/2015	% EJECUTADO A 31/6/2015
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB1 Desarrollo de jornadas de sensibilización e información de las herramientas dirigidas a empresas.	Número de jornadas	81	35	43,21%
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB2 Implantación y asistencia técnica de las herramientas de comercialización para alojamientos y empresas de actividades.	Número de implantaciones y optimizaciones	160	109	68,13%
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB3 Implantación y formación en herramientas Nexo. 1. Oficinas de Turismo de la Región de Murcia. 2. 73 PYMES de la Región.	Número de empresas beneficiarias	50	98	196,00%
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB4 Implantación y desarrollo de nuevos canales de comercialización Integración de empresas del proyecto SENTOUR, intercambio con los mercados italiano y francés (ANCV, Happy Age, Urbanisticni Institut Republike Slovenije , Fundaçao INATEL, ThinkCamp gem. eG y Joie et Vacances asbl).	Número de empresas beneficiarias	30	15	50,00%
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB5 Comercialización de plataformas	Número	1	0	0,00%

17-0-16-EPES-A04 ÁREA DE ORDENACIÓN

17-0-16-EPES-A04-LA1

Empresas turísticas

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/6/2015	% EJECUTADO A 30/6/2015
17-0-16-EPES-A04-LA1-OB1 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%
17-0-16-EPES-A04-LA1-OB2 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%	14%	94%

17-0-16-EPES-A04-LA2

Sistemas de calidad y distinciones turísticas

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/6/2015	% EJECUTADO A 30/6/2015
17-0-16-EPES-A04-LA2-OB1 Asesoramiento en materia de calidad turística 39 informes	Tiempo máximo para elaboración del informe	1 mes	1 mes	100%
17-0-16-EPES-A04-LA2-OB2 Asesoramiento en distinciones turísticas 13 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 30/6/2015	% EJECUTADO A 30/6/2015
<p>17-0-16-EPES-A04 -LA3-OB1</p> <p>Impulsar la mejora de las infraestructuras y equipamientos turísticos mediante la realización de estudios, planes y proyectos</p> <p>1. Proyecto Acondicionamiento V.Verdes del Campo de Cartagena y Mazarrón</p> <p>2. Memoria Técnica de suministro de nuevas señales SISTHO</p> <p>...</p>	Número de estudios y trabajos de desarrollo	5	2	40,00%
<p>17-0-16-EPES-A04-LA3-OB2</p> <p>Colaborar con Consorcios y Proyectos Turísticos en la ejecución, dotación y mantenimiento de infraestructuras y equipamientos.</p> <p>1. Vigilancia y mantenimiento Vía Verde del Noroeste.</p> <p>2. Asesoramiento obras aseo en castillo (Lorca Taller del Tiempo)</p> <p>...</p>	Número de acciones de colaboración con Consorcios y proyectos turísticos	4	2	50,00%
<p>17-0-16-EPES-A04-LA3-OB3</p> <p>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	12	66,67%

17-0-16-EPES-A05 ÁREA DE FORMACIÓN

17-0-016-EPES-A05-LA1

Formación

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/6/2015	% EJECUTADO A 30/6/2015
<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB01</p> <p>Optimización en la ejecución de acciones planificadas.</p> <p>Acciones planificadas: 128</p> <p>Acciones realizadas: 122</p>	% de acciones realizadas con respecto a las planificadas	90%	95,31%	105,90%-

<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB02 Satisfacción del alumno: Conseguir satisfacer las expectativas de los usuarios de las acciones formativas</p>	<p>Resultado medio de las encuestas de satisfacción de alumnos</p>	<p>7/10</p>	<p>8,4/10</p>	<p>120,00%</p>
<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB03 Gestión de Recursos: Optimizar los recursos empleados en las acciones formativas</p>	<p>Resultado medio de los informes de valoración del profesor de medios empleados y gestión del área.</p>	<p>7/10</p>	<p>8,4/10</p>	<p>120,00%</p>
<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB04 Impartición de certificados de profesionalidad: Mantener el número de Certificados de Profesionalidad que oferta el CCT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cocina 2. Cocina 3. Operaciones básicas de cocina 4. Operaciones básicas de pastelería 5. Operaciones básicas de restaurante y bar 6. Operaciones básicas de restaurante y bar 7. Creación y gestión de viajes combinados 8. Técnicas culinarias 	<p>Número de actuaciones desarrolladas</p>	<p>17</p>	<p>8</p>	<p>47,06%</p>
<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB05 Búsqueda y obtención de nuevos proyectos europeos que permitan que trabajadores del sector turístico, alumnos y formadores realizar movilidades 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"> 1. Proyecto KA2- EU- DIFT 2. Programa IDINOS-ERASMUS PLUS 3. Recursos y metodologías 2.0 en la formación online en hostelería y turismo 4. Hablar en público: Mejorar la dicción y las presentaciones 5. Proyecto Decolle 	<p>Número de actuaciones desarrolladas</p>	<p>10</p>	<p>5</p>	<p>50,00%</p>

17-0-016-EPES-A05-L02

Gastronomía murciana

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/6/2015	% EJECUTADO A 30/06/2015
<p>17-0-016-EPES-A05-LA2-OB01</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"> 1. Tartas tradicionales de la Región de Murcia (enero) 2. Guisos y pucheros tradicionales de la Región de Murcia (enero) 3. Sabores de la Región de Murcia: Arroz (enero) 4. Iniciación a la cata de vinos de la Región de Murcia (febrero) 5. Sabores de la Región de Murcia 2014-2015: Hortofrutícolas de Temporada (febrero) 6. Elaboración de verduras autóctonas de la Región de Murcia (marzo) 7. Cocina autóctona murciana (marzo) 8. Guisos tradicionales de la Región de Murcia (marzo) 9. Elaboración de platos con Quesos la Región de Murcia con leche de cabra de (marzo) 10. Jornadas "Entre Cocineros": Cocina murciana con Juan A. García, Rest. El Churra (Abril) 11. Sabores de la Región de Murcia: Bocados desde un taburete (mayo) 12. Sabores de la Región de Murcia: Sabores del Noroeste (junio) 13. Arroces de la Región de Murcia (junio) 14. Ensaladas variadas con productos de la Región de Murcia (junio) 15. Hoy cocinamos con Restaurante El Churra (Murcia)- 9 de marzo 16. Hoy cocinamos con Atempo Bistrot (Archena)- 23 de marzo 17. Hoy cocinamos con Hospedería Rural Molino del Río (Caravaca)- 20 abril 18. Hoy cocinamos con Restaurante La Catedral (Cartagena)- 11 de mayo 19. Hoy cocinamos con Restaurante Estudio de Ana (Murcia)- 29 de junio 20. Ferias 21. I Muestra del Turismo RM 22. Concursos: Pastel de carne, Jóvenes cocineros, la Monsatrell... 23. El menú de la sonrisa 24. Programas TV 	<p>Número de acciones</p>	<p>30</p>	<p>24</p>	<p>80,00%</p>

17-0-016-EPES-A05-LA3

Inserción laboral

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 30/6/2015	% EJECUTADO A 30/6/2015
17-0-016-EPES-A05-LA3-OB01 Dinamización y mejora de la Bolsa de Trabajo y del servicio de orientación que el CCT facilita a sus alumnos (255+179)	Número de usuarios	400	434	108,50%
17-0-016-EPES-A05-LA3-OB02 Incrementar el número final de personas en prácticas profesionales no laborales en empresas turísticas y hosteleras	Número de personas en prácticas	100	86	86%

**INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO 2º TRIMESTRE DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 SUSCRITO ENTRE LA CONSEJERÍA DE INDUSTRIA,
TURISMO, EMPRESA E INNOVACIÓN Y EL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2015 30 de junio de 2015	ÁREAS DE ACTUACIÓN 17-0-16-EPES (en miles de euros)						TOTAL
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación		
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN							
I. Costes de Personal	825,06	825,95	417,85	329,49	622,38	3.020,73	
Nº Empleados (1)	349,42	204,52	397,43	150,18	256,07	1.357,63	
Gastos en operaciones de capital	15,44	9,04	17,56	6,64	11,32	60,00	
Gastos en operaciones corrientes	475,64	621,43	20,41	179,31	366,31	1.663,10	
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	825,06	825,95	417,85	329,49	622,38	3.020,73	
Ingresos de Operaciones Corrientes:	825,06	825,95	417,85	329,49	622,38	3.020,73	
Transferencias Corrientes de la CARM	825,06	825,95	417,85	329,49	534,91	2.933,26	
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM					81,55	81,55	
Transferencias Corrientes del sector público Estatal y Europa					5,92	5,92	
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	
<i>(1) Incluye: Personal directo + indirecto de servicios horizontales y los gastos directos + indirectos de servicios horizontales</i>							