

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO 4º 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 (actual Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo) 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. En dicho informe se analizarán el cumplimiento de los objetivos y se compararan 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 de los objetivos del Contrato-Programa 2015 en el cuarto trimestre, a nivel presupuestario, se ha ejecutado el 68,73%. La ejecución presupuestaria se eleva al 80,23% si se calcula sobre el presupuesto inicial (a finales de diciembre se incrementó el presupuesto del ITREM). Destacan las Áreas operativas de Promoción, Innovación y Formación que superan el 95% de ejecución. Ordenación cuenta con un grado de ejecución de tan solo un 35,08% debido al gran retraso en la obras de la Vía Verde del Campo de Cartagena, que se iniciaron a finales del ejercicio 2015. Comunicación, durante el cuarto trimestre, incrementó su porcentaje de ejecución presupuestaria cerca del 60% como consecuencia del inicio de la campaña de promoción internacional que finaliza en febrero del ejercicio 2016, lo que distorsiona a la baja dicho porcentaje.

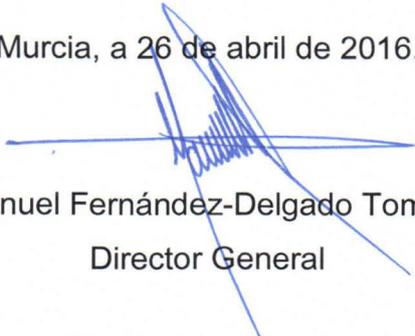
En cuanto al cumplimiento de los objetivos previstos expresados en las desviaciones que se han obtenido sobre los 43 indicadores, según se pone de manifiesto en los cuadros que se adjuntan, se observa que 32 (el 75% de los indicadores) indicadores han superado su objetivo durante este cuarto trimestre. Con respecto al resto de desviaciones, 6 indicadores superan el 80% de sus objetivos, 1 indicador se ha cumplido en el 50% y el resto, 4 indicadores no han cumplido sus objetivos.

Como conclusión final se puede afirmar que, en cuanto a cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2015, durante el cuarto trimestre se han cumplido de forma satisfactoria con el contenido y los objetivos, de acuerdo con lo previsto y sin incidencias notables a destacar salvo aquellas de carácter financiero a las que el ITREM no es ajeno.

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 26 de abril de 2016.


Manuel Fernández-Delgado Tomás
Director General

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<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> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escapa rural 2. Top Rural (anulado) 3. El Corte Inglés (naútico) 	Número de convenios	4	2	50%
<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> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Sorteo actividades. I Muestra Turismo Costa Cálida-Región de Murcia 2.- Sorteo Estacias Feria Expovacaciones. Bilbao 3.- Sorteo Plan Emprendedores con Educación. 4.-Sorteo Comunidad de la Sonrisa, www.milmanerasdeserfeliz.com 5.- Sorteo Día Mundial del Turismo. 6. Newsletter Regionales y Nacionales (Puentes festivos, Semana Santa, Verano y Navidad) un total de 12 envíos. 	Número de acciones	2	6	300%
<p>17-0-16-EPES-A01-LA1-OB4</p> <p>Promover acciones dirigidas a medios de comunicación a través de sorteos con el objeto de incrementar el conocimiento de nuestros atractivos turísticos.</p>	Número de acciones	6	0	0%

17-0-16-EPES-A01-LA2

Mercado Internacional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
<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>Ferías</p>	<p>Número de acciones</p> <p>FERIAS: 10</p>	67	77	114,93%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

1. FERIA Holiday World (Dublín): del 23 al 25 Enero
2. FERIA Salon des Vacances (Bruselas): del 4 al 9 Febrero
3. FERIA Holiday World (Praga): del 19 al 22 Febrero
4. FERIA BTL (Lisboa): del 25 al 28 Febrero
5. FERIA ITB (Berlín): del 4 al 8 Marzo
6. FERIA MITT (Moscú): del 18 al 21 Marzo
7. FERIA TOP RESA (París): del 29 de Septiembre al 2 Octubre
8. FERIA IGTM (Tenerife): del 5 al 8 de Octubre
9. FERIA OVER 50'S SHOW (Dublín): del 8 al 11 Octubre
10. FERIA WTM (Londres): del 3 al 6 Noviembre

Prospectivas

1. Día de España en Oslo y Prospectiva (Noruega): del 22 al 26 de Marzo
2. Prospectiva en Copenhague (Dinamarca): del 9 al 10 de Noviembre

Jornadas Inversas

1. Jornadas inversas TTOO (Reino Unido): del 3 al 4 de Junio
2. Jornadas inversas TTOO (Suecia): del 11 al 12 Noviembre

Promoción en RRSS

1. Polonia: del 4 al 8 de Mayo
2. Francia: del 2 al 8 de Junio
3. Rusia: del 23 al 29 de Junio
4. Bélgica: del 20 al 26 de Junio
5. Italia: del 30 de Julio al 2 de Agosto
6. Irlanda: Del 7 al 11 de Septiembre
7. Noruega: del 29 de Septiembre al 4 de Octubre
8. Alemania: del 2 al 9 de Noviembre

Fam trips / Press trips

1. Fam trip TO IRIS TOUR y SENIOREN REISEN (Austria): del 4 al 6 Febrero

PROSPECTIVAS: 2

JORNADAS INVERSAS: 2

PROMOCIÓN RRSS: 8

FAM/PRESS TRIPS: 29

MARKETING DIRECTO: 18

CONVENIOS TTOO: 8

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

2. Fam trip TO ESCAPE (Noruega): 18 de Marzo
3. Fam trip TO TRANSEUROPE: 27 de Marzo
4. Press trip Semana Santa Lorca (Alemania): del 1 al 4 de Abril
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 Helse 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
18. Fam trip TO SAGA (UK): 1 de Julio
19. Press trip (Holanda): del 1 al 2 de Julio
20. Fam trip TRAVEL REPUBLIC (UK): del 29 al 31 de Septiembre
21. Fam trip TO ITAKA (Polonia): del 19 al 22 de Agosto
22. Fam trip TO ITAKA (Polonia): del 19 al 22 de Agosto
23. Fam trip TTOO BOLSA DE CONTRATACIÓN: del 29 al 30 de Septiembre
24. Press trip DIVER MAGAZINE (UK): del 15 al 19 Octubre
25. Fam trip TO EASTON GOLF (Suecia): del 20 al 21 Octubre
26. Fam trip TTOO WELLNESS (Alemania): del 14 al 15 de Noviembre
27. Fam trip TTOO RELIGIOSO (Italia): del 16 al 20 de Noviembre
28. Press trip (Noruega): del 26 al 29 de Noviembre
29. Fam trip TO TRAVEL SENSE (Dinamarca): del 11 al 14 de Diciembre

Newsletters (Profesionales y público final)

1. Alemania: 17 de Febrero, 25 de Mayo

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<p>2. República Checa: 23 de Febrero</p> <p>3. Irlanda: 10 de Marzo, 19 de Mayo</p> <p>4. Reino Unido: 10 de Marzo, 19 de Mayo</p> <p>5. Bélgica: 16 de Marzo</p> <p>6. Francia: 21 de Abril, 29 de Junio</p> <p>7. Holanda: 28 de Mayo</p> <p>8. Suecia: 16 de Junio</p> <p>9. Dinamarca: 16 de Junio</p> <p>10. Noruega: 16 de Junio</p> <p>11. Finlandia: 16 de Junio</p> <p>12. Rusia: 17 de Septiembre</p> <p>13. República Checa: 17 de Septiembre</p> <p>Convenios Tour Operadores</p> <p>1. Convenio GOLF BREAKS (Reino Unido)</p> <p>2. Convenio QUALITY TOURS (República Checa)</p> <p>3. Convenio DELFIN TRAVEL (República Checa)</p> <p>4. Convenio IRIS TOUR y SENIOREN REISEN (Austria)</p> <p>5. Convenio CADDIE GOLF REISER (Dinamarca)</p> <p>6. Convenio YOUR GOLF TRAVEL (Reino Unido)</p> <p>7. Convenio EDEKA (Alemania)</p> <p>8. Convenio HERE WE GO (Suecia)</p>				
<p>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB2</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>TTOO con vuelos chárter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senioren 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 	<p>Número de pasajeros incluidos en convenios</p> <p>Total 21,152 pax.</p>	<p style="text-align: center;">22000</p>	<p style="text-align: center;">21.152</p>	<p style="text-align: center;">96,15%</p>

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

* (Tercer trimestre: Datos de Enero - Diciembre 2015)

<p>17-0-16-EPES-A01-LA2-OB3</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>TTOO especializados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senioren Reisen (Austria) - Delfin Travel (República Checa) - Quality Tours (República Checa) <p style="text-align: center;">* (Tercer trimestre: Datos de Enero - Diciembre 2015)</p>	<p>Número de turistas incluidos en convenios</p> <p>Total 10,576 pax.</p>	<p>11000</p>	<p>10.576</p>	<p>96,15%</p>
--	---	---------------------	----------------------	----------------------

17-0-16-EPES-A01-LA3

Producto

OBJETIVOS	INDICADORES	N° / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
<p>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB1</p> <p>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>	<p>Número de encuentros</p>	<p>12</p>	<p>22</p>	<p>183,33%</p>
<p>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB2</p> <p>Visitar y conocer los recursos turísticos de cada uno de los productos.</p>	<p>Número de visitas</p>	<p>12</p>	<p>15</p>	<p>125,00%</p>
<p>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB3</p> <p>Poner en marcha sinergias en común entre el turoperador y el sector empresarial.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escapada Rural 2. El Corte Ingles (folleto rural) 3. Europlayas (experiencias) 4. Mundo Amigo 5. El Corte Ingles (Folleto escolares) 	<p>Número de encuentros comerciales</p>	<p>3</p>	<p>24</p>	<p>800,00%</p>

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<p>6. Hotelbeds (Presentación en nuestras instalaciones)</p> <p>7. Receptiva WALA</p> <p>8. Receptiva Entretierras</p> <p>9. Receptiva Viajar Murcia</p> <p>10. Colaboración con TOP RURAL</p> <p>11. Contenido de excursiones con SAGA (UK)</p> <p>12. Receptiva Serintur</p> <p>12. Contenido de excursiones con TT OO Checos</p> <p>13. Receptiva Serintur</p> <p>14. TopRural</p> <p>15. Logitravel.</p> <p>16. Atrapalo.</p> <p>17. Rumbo.</p> <p>18. MuchoViajes.</p> <p>19. Edreams</p> <p>20. Receptiva To All In Travel 82</p> <p>21. CN TRAVEL (senior)</p> <p>22. BC TOUR (cruceros)</p> <p>23. INTERCRUISE (Cruceros)</p> <p>24. IBEROSERVICIE (Cruceros)</p>				
<p>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB4</p> <p>Comercializar productos a través del portal murciaturistica.es</p>	<p>Número de productos publicados</p>	<p>50</p>	<p>242</p>	<p>484%</p>
<p>17-0-16-EPES-A01-LA3-OB5</p> <p>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> <p>1. Apoyo al turismo Arqueológico – Congreso Ruta de los Iberos.</p> <p>2. Apoyo Candidatura Premios Edem – Bullas</p> <p>3. Apoyo técnico Proyecto Red Europea Vinest</p>	<p>Número de acciones</p>	<p>4</p>	<p>14</p>	<p>350%</p>

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<p>4. Apoyo técnico Proyecto Carta Europea Turismo Sostenible Sierra Espuña.</p> <p>5. Apoyo técnico Proyecto Spaincare</p> <p>6. Apoyo técnico Enoturismo (elaboración contenidos Web, folleto enoturismo y Feria de los Alcazáres)</p> <p>7. Apoyo técnico ENMMCP (Elaboración contenidos Web, Publicidad en revistas)</p> <p>8. Apoyo técnico Caravaca de la Cruz Año Santo 2017 (Feria Apostolus, Feria No Frill, contenidos folleto turismo religioso)</p> <p>9. Apoyo técnico Turismo Senior (elaboración contenidos folleto Senior)</p> <p>10. Apoyo al Congreso Europeo de Turismo Rural</p> <p>11. Apoyo técnico a la Jornadas Patrimonio Cultural y Paisaje Natural (Cartagena)</p> <p>12. Apoyo técnico con Medioambiente (Carta Europea Turismo Sostenible)</p> <p>13. Apoyo técnico con Sector Mueble y Ruta del Vino Yecla.</p> <p>14. Apoyo técnico con Autoridad Portuaria de Cartagena, asistencia Internacional Cruise Summit (cruceros)</p>				
--	--	--	--	--

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 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
<p>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB1</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"> 1. Campaña Proexport Alemania. 2. Acuerdo FROET imagen en camiones (Europa). 3. Acuerdo Zambú presencia logo en servilletas. 4. Contratación Agencia de Relaciones Públicas en Reino Unido. 5. Campaña imagen Costa Cálida, te hace feliz (nacional y regional). 6. Campaña Semana Santa. 	<p>Número de campañas y acciones</p>	14	36	257%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

- | | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">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.18. Patrocinio programa 'La Mañana del Verano' COPE.19. Patrocinio programa de playas 'La Radio al Sol' SER.20. Impresión revista de Folklore del Mediterráneo.21. Campaña de publicidad en las Tarjetas de Embarque Easy Jet.22. Campaña de promoción Lorca Taller del Tiempo.23. Concursos Redes Sociales #sombriacostacálida #tehacefeliz.24. Esponsorización Campeonato de España de Ciclismo Máster Puerto Lumbreras.25. Publicidad en la revista El Capote, feria de Murcia.26. Concursos Redes Sociales #DMT2015 #tehacefeliz.27. Esponsorización Campeonato Nacional de Aguas Abiertas - Ocean Lava.28. Patrocinio congreso Marketeros Nocturnos.29. Acciones publicidad Templarios Moros y Cristianos.30. Publicidad en revista aeropuerto de Londres.31. Anuncios habilitación guías de turismo.32. Campaña Enoturismo radio regional.33. Reportaje Caravaca de la Cruz en El Viajero El País.34. Campaña Internacional 2015 – 2016.35. Campaña en revista de buceo Dive 2015 – 2016.36. Publicidad en plano de FITUR 2016. | | | | |
|--|--|--|--|--|

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<p>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB2</p> <p>Incrementar la difusión de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a través de las redes sociales.</p> <p>Nº seguidores a 31/12/2014: 50.173 Nº seguidores a 31/3/2015: 54.105 Nº seguidores a 30/06/2015: 58.942 Nº seguidores a 31/12/2015: 61.743 Nº seguidores a 30/09/2015: 60.548</p>	<p>Aumento del número de seguidores en redes</p>	<p>15%</p>	<p>11570,- nuevos seguidores</p>	<p>230,60%</p>
<p>17-0-16-EPES-A02-LA1-OB3</p> <p>Difundir los atractivos turísticos mediante elementos de promoción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 – 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. 16. Folleto enoturismo. 17. Folleto turismo senior. 18. Fotografías turismo senior. 19. Láminas A4 concesión Año Jubilar Caravaca de la Cruz. 	<p>Número de elementos producidos</p>	<p>20</p>	<p>48</p>	<p>240%</p>

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

20. Toallas Costa Cálida.				
21. Sombrillas Costa Cálida.				
22. Bolígrafos.				
23. Pegatinas.				
24. Chapas.				
25. Imanes.				
26. Enaras y material promocional feria Bérgamo (Italia).				
27. Enaras y cartones pluma Bolsa de Contratación Águilas.				
28. Pegatinas Costa Cálida.				
29. Chapas imán.				
30. Chapas alfiler.				
31. Lápices.				
32. Pastilleros.				
33. Yoyós.				
34. Vídeo Coronación Cieza.				
35. Vídeo Ramón Gaya.				
36. Fotos buceo.				
37. Folleto buceo.				
38. Folleto naturaleza y activo.				
39. Mostradores ferias.				
40. Enaras enoturismo.				
41. Cartel lodos.				
42. Carteles presentaciones.				
43. Impresión material Congreso Morisco Ojós.				
44. Impresión material Campeonato N. Dominó Cieza.				
45. Flyer de buceo.				
46. Flyer de salud.				
47. Impresión folleto Carthagineses y Romanos.				
48. Folleto Estación Náutica Mar Menor – Cabo de Palos.				

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

17-0-16-EPES-A02-LA2

Acciones de comunicación

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
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.	Notas de prensa anuales enviadas a medios nacionales e internacionales	30	24	80,00%
17-0-16-EPES-A02-LA2-OB2 Aumentar el número de notas de prensa que reflejan la actividad propia del Instituto de Turismo.	Notas de prensa sobre la actividad propia del ITREM	36	270	750,00%

17-0-16-EPES-A02-LA3

Información turística institucional

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
17-0-16-EPES-A02-LA3-OB1 Optimizar las herramientas de información on-line, como portales turísticos, boletines digitales y otros.	Incremento del número de visitas a los portales institucionales dependientes del ITREM	1000000	1.388.106	138,81%
17-0-16-EPES-A02-LA3-OB2 Fomento de la información turística solicitada por correo postal, e-mail, telefónica y presencial.	Número de solicitudes de información atendidas	1000	1163	116,30%
17-0-16-EPES-A02-LA3-OB3 Intensificar el conocimiento de los recursos mediante cursos de formación y visitas de familiarización destinadas a las Red de Oficinas de Turismo. 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.	Número de acciones	15	15	100,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<p>6. <i>Nexo oficinas de turismo.</i></p> <p>7. <i>Ritmo para personal de nueva incorporación.</i></p> <p>8. <i>Visita familiarización águilas. Turismo náutico.</i></p> <p>9. <i>Visita de familiarización a Yecla. Ruta del Vino y Arte Rupestre (24/09/2015)</i></p> <p>10. <i>Curso de Turismo Industrial (08/10/2015).</i></p> <p>11. <i>Estructura Turística de la Región de Murcia (28/10/2015- 11/11/2015, On line).</i></p> <p>12. <i>Visita de familiarización a Mula (04/11/2015).</i></p> <p>13. <i>Visita de familiarización a La Unión. (02/12/2015).</i></p> <p>14. <i>RITMO 2.0. (10/12/2015)</i></p> <p>15. <i>Ritmo para personal de nueva incorporación.(21/12/2015)</i></p>				
--	--	--	--	--

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 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
<p>17-0-16-EPES-A03-LA1-OB1</p> <p>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) 	<p>Número de aplicaciones / funcionalidades</p>	11	11	100,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

8. Desarrollo del módulo de venta cruzada (Hermes4) 9. Optimización y desarrollo de nuevas funcionalidades en Auriga (en parte B2B) (Hermes5) 10.-Modificación de Auriga para la mejora en la venta del producto entradas y actividades (Hermes6). 11.- Integración de los formularios de gestión de seguimiento y evaluación de los módulos de profesionalidad, cursos subvencionados SEF (Isocct-2)				
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 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB1 Desarrollo de jornadas de sensibilización e información de las herramientas dirigidas a empresas.	Número de jornadas	81	66	81,48%
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	138	86,25%
17-0-16-EPES-A03-LA2-OB3 Implantación y formación en herramientas <i>25 Oficinas de Turismo de la Red</i>	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, Fundação INATEL, ThinkCamp gem. eG y Joie et Vacances asbl).	Número de empresas beneficiarias	30	24	80,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

Otros canales integrados en HERMES: Viajar Murcia, Sureste Incoming, Evadeo Viajes, Posidonea y Sinergia Propuesta.				
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 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
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%	100,00%
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%	17,00%	113,33%

17-0-16-EPES-A04-LA2

Sistemas de calidad y distinciones turísticas

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

OBJETIVOS	INDICADORES	N° / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
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	100,00%
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	100,00%

17-0-16-EPES-A04-LA3

Infraestructuras turísticas

OBJETIVOS	INDICADORES	N° / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
17-0-16-EPES-A04 -LA3-OB1 Impulsar la mejora de las infraestructuras y equipamientos turísticos mediante la realización de estudios, planes y proyectos 1. Proyecto de Acondicionamiento Vías Verdes del Campo de Cartagena y Mazarrón 2. Memoria Técnica de suministro de nuevas señales SISTHO 3. Documentación Actuación FEDER Vías Verdes 4. Proyecto Reparaciones tramos Via Verde Noroeste 5. Proyecto Recuperación trazado Vía Verde en Alguazas 6. Estudios Revisión Caminos del Cruz e Itinerarios Ecoturísticos	Número de estudios y trabajos de desarrollo	5	6	120,00%
17-0-16-EPES-A04-LA3-OB2 Colaborar con Consorcios y Proyectos Turísticos en la ejecución, dotación y mantenimiento de infraestructuras y equipamientos.	Número de acciones de colaboración con Consorcios y proyectos turísticos	4	5	125,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

1. Vigilancia y mantenimiento Vía Verde del Noroeste 2. Asesoramiento obras aseos en castillo (Lorca Taller del Tiempo) 3. Ejecución señalización SISTHO 4. Ejecución obras Acond. Vías Verdes C. Cartagena y Mazarrón 5. Ejecución Reparaciones tramos V. Verde Noroeste (Bullas,...)				
17-0-16-EPES-A04-LA3-OB3 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.	Número de informes emitidos y de reuniones	18	21	116,67%

17-0-16-EPES-A05 ÁREA DE FORMACIÓN

17-0-016-EPES-A05-LA1

Formación

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
17-0-16-EPES-A05-LA1-OB01 Optimización en la ejecución de acciones planificadas. <i>Acciones planificadas: 128</i> <i>Acciones realizadas: 122 (141)</i>	% de acciones realizadas con respecto a las planificadas	90%	94,80%	105,33%
17-0-16-EPES-A05-LA1-OB02 Satisfacción del alumno: Conseguir satisfacer las expectativas de los usuarios de las acciones formativas	Resultado medio de las encuestas de satisfacción de alumnos	7/10	8,3/10	118,57%
17-0-16-EPES-A05-LA1-OB03 Gestión de Recursos: Optimizar los recursos empleados en las acciones formativas	Resultado medio de los informes de valoración del profesor de medios	7/10	8,4/10	120,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

	empleados/ gestión del área.			
<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OBO4</p> <p>Impartición de certificados de profesionalidad: Mantener el número de Certificados de Profesionalidad que oferta el CCT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cocina A</i> 2. <i>Cocina B</i> 3. <i>Operaciones básicas de cocina</i> 4. <i>Operaciones básicas de pastelería</i> 5. <i>Operaciones básicas de Restaurante y bar</i> 6. <i>Operaciones básicas de restaurante y bar</i> 7. <i>Creación y gestión de viajes combinados</i> 8. <i>Técnicas culinarias</i> 10. <i>Cocina C</i> 11. <i>Cocina D</i> 12. <i>Operaciones básicas de restaurante y bar</i> 13. <i>Operaciones básicas de restaurante y bar</i> 14. <i>Gestión de unidades de información turística</i> 15. <i>Acciones comerciales y reservas</i> 16. <i>Operaciones básicas de restaurante y bar</i> 17. <i>Operaciones básicas de cocina</i> 	Número de actuaciones desarrolladas	17	17	100,00%
<p>17-0-16-EPES-A05-LA1-OB05</p> <p>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. <i>Proyecto KA2- EU- DIFT</i> 2. <i>Programa IDINOS-ERASMUS PLUS</i> 3. <i>Recursos y metodologías 2.0 en la formación online en hostelería y turismo</i> 4. <i>Hablar en público: Mejorar la dicción y las presentaciones</i> 5. <i>Proyecto Decolle</i> 	Número de actuaciones desarrolladas	10	11	110,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

6. Erasmus +K1, JASON 2/ TOISON 7. Erasmus KA2, Young and the Mediterranean 8. MED Programa 9. H2020 10. 3 convocatorias KA2 11. 4 ERASMUS +				
17-0-16-EPES-A05-LA1-OB06 Acciones de promoción en el área de formación	Número de actuaciones desarrolladas	1	0	0,00%

17-0-016-EPES-A05-L02

Gastronomía murciana

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
17-0-016-EPES-A05-LA2-OB01 Puesta en marcha de acciones con el objetivo de promocionar la gastronomía murciana destinadas a profesionales del sector y al público general <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) 	Número de acciones	31	31	100,00%

INDICADORES DE CONTROL DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 (4 trm)

<p>12. Sabores de la Región de Murcia: Sabores del Noroeste (junio)</p> <p>13. Arroces de la Región de Murcia (junio)</p> <p>14. Ensaladas variadas con productos de la Región de Murcia (junio)</p> <p>15. Hoy cocinamos con Restaurante El Churra (Murcia)- 9 de marzo</p> <p>16. Hoy cocinamos con Atempo Bistrot (Archena)- 23 de marzo</p> <p>17. Hoy cocinamos con Hospedería Rural Molino del Río (Caravaca)- 20 abril</p> <p>18. Hoy cocinamos con Restaurante La Catedral (Cartagena)- 11 de mayo</p> <p>19. Hoy cocinamos con Restaurante Estudio de Ana (Murcia)- 29 de junio</p> <p>20. Ferias</p> <p>21. I Muestra del Turismo RM</p> <p>22. Concursos: Pastel de carne, Jóvenes cocineros, la Monsatrell...</p> <p>23. El menú de la sonrisa</p> <p>24. Programas TV</p> <p>25. Arroces de la Región de Murcia (octubre)</p> <p>26. Sabores de la Región de Murcia: La Vega Media (octubre)</p> <p>27. Elaboración de dulces típicos navideños de la RM (diciembre) (2 eventos)</p> <p>28. Los quesos de Murcia en la cocina</p> <p>29. Recepciones en Palacio de San Esteban (2 eventos)</p>				
---	--	--	--	--

17-0-016-EPES-A05-LA3

Inserción laboral

OBJETIVOS	INDICADORES	Nº / METAS PREVISTO 2015	REALIZADO A 31-12-2015	% EJECUTADO A 31-12-2015
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	Número de usuarios	400	570	142,50%
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	162	162%

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO 4º TRIMESTRE DEL CONTRATO PROGRAMA 2015 SUSCRITO ENTRE LA CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, TURISMO, EMPRESA E INNOVACIÓN (ACTUAL CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO, TURISMO Y EMPLEO) Y EL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2015 31 de diciembre de 2015	ÁREAS DE ACTUACIÓN 17-0-16-EPES (en miles de euros)					
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación	TOTAL
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	1.677,79	1.806,86	769,73	643,84	951,51	5.849,73
I. Costes de Personal	736,74	621,45	610,91	263,94	272,88	2.505,91
Nº Empleados (1)	14,92	7,99	14,10	6,42	12,66	56,09
Gastos en operaciones de capital						0,00
Gastos en operaciones corrientes	941,05	1185,41	158,82	379,90	678,62	3.343,82
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	1.677,79	1.806,86	769,73	643,84	951,51	5.849,73
Ingresos de Operaciones Corrientes:	1.677,79	1.712,63	754,55	643,84	951,51	5.740,32
Transferencias Corrientes de la CARM	1.677,79	1.712,63	754,55	636,75	795,52	5.577,24
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM					149,26	149,26
Transferencias Corrientes del sector público Estatal y Europa				7,09	6,73	13,82
Ingresos Patrimoniales						0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	0,00	94,23	15,18	0,00	0,00	109,41
Transferencias de Capital de la CARM		94,23	15,18			109,41
<i>(1) Incluye: Personal directo + indirecto de servicios horizontales y los gastos directos + indirectos de servicios horizontales</i>						