

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 30 DE JUNIO DE 2017

Con fecha 12 de junio de 2017, fue suscrito el Contrato Programa para el ejercicio 2017 entre la Consejería de Turismo, Cultura y Medio Ambiente y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (BORM nº 150, de 1 de julio de 2017).

El citado Contrato Programa, en su Cláusula Séptima “Dación de cuentas, Informes de evaluación y periodicidad de informes”, indica que al finalizar los meses de junio y septiembre, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante ITREM) elaborará los correspondientes “Informes de evaluación de cumplimiento, de análisis y control” del Contrato-Programa 2017. 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 los realmente ejecutados desde el inicio del ejercicio hasta el periodo objeto de control y se analizarán las causas y circunstancias más relevantes del resultado, así como la descripción de las medidas correctoras que se hubieran aplicado como consecuencia de la evaluación y análisis realizado. Finalizado el ejercicio 2017, el ITREM elaborará el “Informe de evaluación de cumplimiento, de análisis y control definitivo.

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

Consideraciones

El objeto del Contrato-Programa 2017 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 Turismo. Cultura y Medio Ambiente, así como aquellos derivados que en materia de turismo le competen al ITREM

El ITREM, para el ejercicio 2017, se estructura en cinco Servicios Operativos y cuyos principales fines 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. Combatir la estacionalidad y moderar la concentración territorial de la oferta turística, diversificando productos. Promover herramientas que mejoren la estructuración y fomenten el impulso de los productos turísticos.
3. Diversificar mercados, equilibrando su peso en la cuenta de resultados de la Región.



4. Oferta de productos atractiva y adaptada a la demanda cambiante (a través de la creación de paquetes adaptados).
5. Ampliar y mejorar la oferta complementaria. Evolución hacia los destinos beach-plus (sol y playa + oferta complementaria).
6. Mejorar la presencia de la oferta turística regional en los canales de venta y mercados ya consolidados y propiciar la apertura de nuevos con posibilidades de negocio.

Comunicación

1. Transmitir valores y hacer visibles y revalorizar los recursos turísticos y la cultura de la Región de Murcia.
2. Impulsar la venta de los destinos y productos regionales en origen.
3. Aumentar los índices de fidelización para generar prescripción.
4. Incidir en la decisión de compra a favor de productos más influyentes según temporada y conociendo el segmento de clientes al que dirigirse para cada producto/ destino.
5. Sensibilizar a los habitantes de la Región de Murcia sobre la importante contribución del turismo a la prosperidad en la Región de Murcia y sus beneficios en términos económicos y sociales.

Innovación

1. Es responsable del mantenimiento y gestión de HERMES (plataforma de comercialización turística de la Región de Murcia) en cuanto a la sensibilización, formación de los usuarios, resolución de incidencias (Call center) y mantenimiento de las integraciones con turoperadores.
2. Lidera la gestión y desarrollo del proyecto NEXO con el objetivo de convertir a la Región de Murcia en un Destino Turístico Inteligente.
3. Es responsable del buen funcionamiento de las herramientas internas del ITREM (GICTUR), así como el diseño, desarrollo y nuevas funcionalidades demandadas a nivel interno.
4. Apoya en el diseño y puesta en práctica del SEO y SEM del portal turístico regional, así como en el desarrollo técnico del mismo.

Ordenación

1. Erradicar o minimizar la actividad clandestina y el intrusismo profesional en el sector turístico.
2. Consolidar unos estándares de calidad en instalaciones y servicios turísticos.
3. Información y asesoramiento sobre la normativa, derechos y obligaciones a los titulares de las empresas turísticas que evite el desconocimiento de la norma y su incumplimiento, encaminado todo ello a lograr unos servicios turísticos de calidad.
4. Proteger los derechos de los usuarios de los servicios turísticos.



5. 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.

Formación

1. La correcta adecuación de la oferta formativa a las necesidades reales del sector turístico.
2. La diversificación y descentralización geográfica de las acciones formativas por todo el territorio regional.
3. El aumento de la capacidad formativa sin pérdida de calidad educativa.
4. El impulso a la entrada de trabajadores en el sector con la mejora del alcance de las acciones para desempleados.
5. La mejora de las competencias y tecnificación de los trabajadores en activo mediante actividades de formación continua y reciclaje.
6. La potenciación de la formación práctica tanto en el propio centro como en el entorno real de la empresa.
7. Mejorar la percepción social de las profesiones turísticas.
8. El posicionamiento del CCT como centro de referencia en la formación turística.

En el Anexo I del Contrato-Programa 2017, se detalla el Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica del Instituto de Turismo (en adelante PAAPE) para el ejercicio 2017, en el que se detalla las líneas estratégicas (Servicios operativos), sus medidas (líneas de actuación) y acciones, se establecen metas anuales (objetivos) para cada uno de ellas y se definen indicadores de cara al seguimiento de su grado de ejecución.

En el Contrato-Programa 2017 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

A nivel presupuestario, el siguiente cuadro refleja la ejecución en términos absolutos y relativos del Contrato-Programa 2017 por Servicios Operativos y en función del presupuesto inicial asignado (Anexo II del Contrato-Programa 2017):



MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2017 (Revisión Junio)	SERVICIOS OPERATIVOS 17-0-16-EPES (en miles de euros)					
	A01	A02	A03	A04	A05	TOTAL
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	
VALORES INICIALES	3.724,87	5.208,92	1.673,63	507,75	1.597,63	12.712,81
A 30 DE JUNIO DE 2017	1.280,32	1.352,58	904,69	346,98	700,66	4.585,22

Ejecución % sobre Inicial 34,37% 25,97% 54,06% 68,34% 43,86% 36,07%

El porcentaje se eleva al 78,08% si incluimos en el presupuesto ejecutado el importe de los compromisos formalizados a 30 de junio de 2017.

Los valores iniciales establecidos en el Contrato-Programa 2017 pueden ser alterados debido a un bloqueo en el presupuesto corriente para gastos de funcionamiento que desde la Dirección General de Presupuestos tiene activada por un importe de 1.440.211,05 euros.

En lo que respecta al grado de evolución de los 215 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2017), a continuación se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de junio de 2017:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	4	4	15	5	28
Innovación	8	13	25	17	63
Formación	3	13	33	17	66
Promoción	7	9	11	3	30
Comunicación	1	7	11	5	24
Total:	23	46	95	47	211

En cuanto al grado de cumplimiento de las metas previstas, establecidos en los objetivos relacionados en el Anexo I del Contrato-Programa 2017, de acuerdo con lo expresado en el punto anterior, se observa que a 31 de junio de 2017, existe un 10,90% de indicadores que no han mostrado actividad; un 21,80% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 45,02% de éstos sí han superado el límite anterior; finalmente, el 22,27% de los indicadores han alcanzado o superado su objetivo inicial previsto.

Como conclusión final, se puede afirmar que en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa durante el ejercicio 2017, el ITREM ha cumplido de forma satisfactoria con el contenido y los objetivos, de acuerdo con lo previsto y sin incidencias notables a destacar, si bien, es importante reseñar que el número de efectivos dedicados a la consecución de estas metas, así



como a la ejecución presupuestaria, también ha sido sensiblemente inferior a lo previsto inicialmente y ha afectado principalmente a la Oficina de Promoción.

Dado el grado de cumplimiento y lo expuesto en el párrafo anterior, no existe ningún tipo de factor corrector que se vaya a incluir en un futuro como consecuencia de estas desviaciones, si bien, se va a proceder al análisis y oportuna modificación de aquellos indicadores en los que no se han cumplido las expectativas iniciales. Además se va a continuar tomando las decisiones oportunas que en cada momento sean necesarias, de acuerdo con las circunstancias que operen en cada situación específica.

A efectos del seguimiento de ejecución de las Servicios Operativos expuestos, se acompaña al presente informe una relación organizada de los objetivos, metas e indicadores de control del Contrato Programa 2017, 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 fecha de firma electrónica.
Documento firmado electrónicamente

Manuel Fernández-Delgado Tomás
Director General

03/10/2017 13:44:10

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) e20d86c3-aa03-b2a3-559439933719



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2017

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
LÍN-1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	66,67%
1.1.1	Redacción de los decretos reguladores de actividades turísticas	Nº decretos redactados	9	6	66,67%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	37,23%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	300	169	56,33%
1.2.2	Expedientes de baja de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados			
1.2.3	Expedientes de modificaciones de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados			
1.2.4	Información y asesoramiento en materia turística a empresas. Atención telefónica, email y presencial	Nº solicitudes atendidas	1.300	968	74,46%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	40,00%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	52	40,00%
1.3.2	Inhibiciones a otras administraciones	Nº de inhibiciones a otras administraciones			
1.3.3	Reclamaciones archivadas	Nº de reclamaciones archivadas			
1.3.4	Recursos de alzada tramitados	Nº recursos de alzada tramitados			
1.3.5	Preparación y envío de expedientes a los juzgados contencioso-administrativos	Nº expedientes enviados a los juzgados contencioso-administrativos			
MED-1.4	ORDENACIÓN Y CONTROL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS			Acumul	0,00%
1.4.1	Convocatoria para la habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Nº convocatorias de habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	1	0	0,00%
		Nuevos guías turísticos habilitados	30	0	0,00%
		Nº guías turísticos habilitados	302	0	0,00%
MED-1.5	DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"			Acumul	70,83%
1.5.1	Asesoramiento y tramitación de las declaraciones de "Fiestas de Interés Turístico" internacional, nacional y regional.	Nº solicitudes de información, asesoramiento y tramitación de "Fiestas de Interés Turístico" realizadas	24	17	70,83%
LÍN-2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-2.1	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	73,60%
2.1.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	250	184	73,60%
MED-2.2	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	73,86%
2.2.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	500	297	59,40%
2.2.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	150	157	104,67%
2.2.2.1	Apartamentos y alojamientos vacacionales	Nº visitas de inspección. Apartamentos y alojamientos vacacionales	125	136	108,80%
2.2.2.2	Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección. Zonas de acampada/ autocaravanas	20	16	80,00%
2.2.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección. Otros tipos de establecimientos/ actividades	5	5	100,00%
2.2.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	750	481	64,13%
2.2.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	10	0	0,00%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	55,47%
2.3.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	128	71	55,47%
LÍN-3	IMPULSO DE LA CALIDAD EN DESTINOS, RECURSOS Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS			REAL	% Cmpl.
MED-3.1	CAMPAÑA BANDERA AZUL			Acumul	200,00%
3.1.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul	Nº visitas a playas realizadas	34	7	20,59%
3.1.2	Banderas azules en la Región de Murcia	Nº Banderas Azules	23	26	113,04%

03/10/2017 13:44:10

Firmante: FERNANDEZ DELGADO, TOMAS, MANUEL

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser comprobada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificadocumento e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) e74d36c3-and3-b263-55943993371



03/10/2017 13:44:10

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS MANUEL

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificadocuments> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) e912363dad3-b2a3-5543-399337f9

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
MED-3.2	APOYO AL SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS - SICTED			Acumul	200,00%
3.2.1	Coordinación del sistema de calidad SICTED con los municipios	Nº reuniones sistema de calidad SICTED	5	10	200,00%
MED-3.3	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS			Acumul	34,07%
3.3.1	Asesoramiento en materia de calidad turística	Nº servicios de asesoramiento sobre sistema de calidad Q	5	1	20,00%
3.3.2	Emisión de informes y asistencia a reuniones de coordinación	Nº reuniones celebradas	2	1	50,00%
		Nº informes emitidos	90	29	32,22%
LÍN-4	DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL			REAL	% Cumpl.
MED-4.1	IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS			Acumul	68,57%
4.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	10	7	70,00%
4.1.2	Ejecución, dotación y mantenimiento de infraestructuras y equipamientos en colaboración con consorcios o proyectos turísticos	Nº acciones de colaboración con consorcios y proyectos turísticos	8	4	50,00%
		Nº proyectos y actuaciones realizadas	7	6	85,71%
MED-4.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	60,00%
4.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	20	10	50,00%
		Nº informes emitidos	10	7	70,00%
LIN-5	DESARROLLO DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)			REAL	% Cumpl.
MED-5.1	MANTENIMIENTO, MEJORAS Y APLICACIÓN DEL MODELO A OTROS DESTINOS O PRODUCTOS			Acumul	22,77%
5.1.1	Tecnología - Mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades del proyecto Caravaca 4.0 (piloto DTI)	Nº de horas de programación y consultoría	1.380	298	21,59%
5.1.2	Accesibilidad - Análisis plan de monitorización de accesibilidad de un producto o destino turístico	Nº de estudios realizados	1	0,25	25,00%
5.1.3	Sostenibilidad - Análisis plan de monitorización de sostenibilidad de un producto o destino turístico	Nº de estudios realizados	1	0,4	40,00%
5.1.4	Innovación - Desarrollo de un protocolo de implantación de un DTI por productos o destinos	Nº de estudios realizados	1	0	0,00%
5.1.5	Implantación del modelo DTI en producto o destino	Nº de estudios realizados	1	0,25	25,00%
		Nº de destinos a aplicar	1	0,25	25,00%
MED-5.2	NEXO: PLATAFORMA DE DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA			Acumul	110,91%
5.2.1	Ajustes en el framework de la plataforma para mejorar la accesibilidad de los usuarios e introducción de nuevas funcionalidades	Nº de horas de programación y consultoría	500	258	51,60%
5.2.2	Implantación de la plataforma NEXO entre los agentes turísticos	Nº agentes turísticos adheridos al proyecto	10	27	270,00%
5.2.3	Resolución de incidencias de usuarios	% de incidencias resueltas	90%	0,985	109,44%
5.2.4	Acciones de divulgación y sensibilización de la plataforma	Nº de acciones	1	1	100,00%
		Congreso Mundial de DTI (OMT)	1	1	100,00%
		Jornadas de divulgación/sensibilización	3	1	33,33%
		Nº de participantes	550	616	112,00%
MED-5.3	DESARROLLO DE HERRAMIENTAS AL SERVICIO DEL E-TURISTA			Acumul	25,71%
5.3.1	App para establecimientos turísticos: mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades	% de ejecución de mejoras	90%	0,65	72,22%
		Nº de establecimientos turísticos con la App implementada	2	0	0,00%
5.3.2	App para destinos: mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades.	% de ejecución de mejoras	90%	0	0,00%
		Nº de destinos turísticos con la App implementada	2	0	0,00%
5.3.3	APP del peregrino: mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades	% de ejecución de mejoras	90%	0,7	77,78%
		Nº descargas	25.000	1058	4,23%
LIN-6	APOYO TECNOLÓGICO A LA PROMOCIÓN Y A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE MURCIA			REAL	% Cumpl.
MED-6.1	APOYO TECNOLÓGICO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA			Acumul	48,33%
6.1.1	Seguimiento del portal turístico, mantenimiento y posicionamiento en buscadores: SEO / SEM	Nº de horas de seguimiento	200	78	39,00%
6.1.2	Acciones de seguimiento de los acuerdos de co-marketing con operadores turísticos	Nº de horas de seguimiento	300	173	57,67%
MED-6.2	HERMES: DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA PLATAFORMA DE COMERCIALIZACIÓN			Acumul	80,15%
6.2.1	Desarrollo de nuevas funcionalidades para la comercialización de los alojamientos turísticos de pequeñas dimensiones en (ARPA) con operadores on line	Nº aplicaciones / funcionalidades	2	1,2	60,00%
6.2.2	Implementación de nuevas pasarelas de pago en la plataforma de comercialización	Nº de nuevos sistemas de pago implantados	1	1	100,00%
6.2.3	Implementar bono en formato passbook para dispositivos móviles	Nº aplicaciones / funcionalidades	1	0,9	90,00%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
6.2.4	Mejora de las funcionalidades e integración de nuevos tipos de productos para su comercialización on line en la herramienta de gestión de oferta complementaria (ORION)	Nº de horas de programación	500	304	60,80%
6.2.5	Mejora de las funcionalidades y desarrollo de nuevos tipos de productos que puedan ser reservados por público final y profesional a través del motor de reservas personalizable (AURIGA)	Nº de horas de programación	500	348	69,60%
6.2.6	Consolidación del uso de la plataforma entre las empresas del sector	Nº de empresas/ entidades adheridas a ARPA	5	9	180,00%
		Nº de empresas / entidades adheridas a ORION	10	7	70,00%
		Nº de empresas / entidades que han implantado el motor de reservas en marca blanca AURIGA	5	3	60,00%
6.2.7	Estudio del uso por parte de los establecimientos de las integraciones que tienes disponibles y viabilidad de nuevas integraciones	Nº de estudios	1	0	0,00%
6.2.8	Resolución de incidencias de la plataforma HERMES	% de incidencias atendidas	90%	1	111,11%
LIN-7	RITMO 4.0: OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI			REAL	% Cumpl.
MED-7.1	OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI			Acumul	66,67%
7.1.1	Diagnóstico de la Red de Oficinas de Turismo y establecimiento de items para su conversión en oficinas del siglo XXI	Nº de estudios	1	0,7	70,00%
7.1.2	Desarrollar un sistema de recogida de Opinión del visitante mediante nuevas tecnologías. Feedback	Nº de Oficinas con sistema de encuestación on line implantado	5	0	0,00%
7.1.3	Sindicación de contenidos del portal turístico regional para web turísticas municipales	Nº de sindicaciones entre portales	2	1	50,00%
7.1.4	Desarrollo de formularios específicos por oficinas para atención de peticiones de información via web	Nº de formularios desarrollados	2	1	50,00%
		Nº de Oficinas que implantan el formulario	2	1	50,00%
7.1.5	Integrar nuevos recursos turísticos dentro del programa de Visitas Guiadas Gratuitas	Nº de recursos turísticos locales integrados en ORION	5	9	180,00%
MED-7.2	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD			Acumul	98,33%
7.2.1	Gestión de RITMO y resolución de incidencias con los técnicos de oficinas de turismo municipales	% incidencias atendidas	90%	0,87	96,67%
7.2.2	Desarrollo del plan de formación de la Red de Oficinas de Turismo	Nº acciones formativas	10	10	100,00%
		Nº de participantes	120	130	108,33%
7.2.3	Gestión del Sistema de Calidad de la Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia RITMO	Nº de acciones de auditoria, monitorización y mantenimiento del SGC	60	53	88,33%
		% de expedientes de No conformidad resueltos en las Oficinas de Turismo	90%	0,885	98,33%
LIN-8	MANTENIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN			REAL	% Cumpl.
MED-8.1	MANTENIMIENTO DE HERRAMIENTAS DE GESTIÓN			Acumul	100,37%
8.1.1	Gestión de herramientas de innovación turística	% de incidencias resueltas	90%	0,75	83,33%
8.1.2	Gestión de herramientas internas ITREM	% de incidencias resueltas	90%	1	111,11%
8.1.3	Monitorización de Sistemas (CRI)	% de incidencias resueltas	90%	0,96	106,67%
LIN-9	PLAN DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA			REAL	% Cumpl.
MED-9.1	APOYO TECNOLÓGICO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y ADMINISTRACIONES LOCALES			Acumul	30,28%
9.1.1	Acciones de sensibilización y formación a administraciones locales	Nº jornadas de sensibilización	3	1	33,33%
		Nº de asistentes	30	16	53,33%
9.1.2	Acciones de sensibilización y formación a las empresas turísticas	Nº jornadas de sensibilización	2	0	0,00%
		Nº de empresas asistentes	20	0	0,00%
9.1.3	Acciones de implantación y asesoramiento a las empresas turísticas	Nº acciones de formación / consultoría	30	12	40,00%
		Nº de empresas que han implantado las herramientas	20	11	55,00%
LIN-10	MOTRIZ: SISTEMA DE MONITORIZACIÓN DEL TURISMO REGIONAL			REAL	% Cumpl.
MED-10.1	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE MONITORIZACIÓN DEL TURISMO REGIONAL			Acumul	70,00%
10.1.1	Diagnóstico e identificación de necesidades y soluciones tecnológicas	Nº de estudios	1	0,7	70,00%
MED-10.2	DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DEL SISTEMA DE MONITORIZACIÓN DEL TURISMO REGIONAL			Acumul	221,67%
10.2.1	Desarrollo del CUADRO DE MANDOS de datos turísticos	Nº de funcionalidades desarrollados	1	0,7	70,00%
0.2.2	Integración de fuentes de datos en el panel de control	Nº de fuentes integradas en el panel de control	3	8	266,67%
0.2.3	Desarrollo de consultas de datos estadísticos	Nº de consultas de datos estadísticos / cruzados	10	17	170,00%



03/10/2017 13:44:10

Firmante: FERNANDEZ DELGADO, TOMAS, MANUEL

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
10.2.4	Acceso de las empresas turísticas y organismos locales al panel de control	Nº de empresas y entidades locales con acceso al panel de control de datos estadísticos	10	38	380,00%
LÍN-11	OPTIMIZACIÓN DE HERRAMIENTAS INTERNAS			REAL	% Cumpl.
MED-11.1	ADECUACIÓN TECNOLÓGICA A LA LEY 39/40 DE 2015			Acumul	47,25%
11.1.1	Integración del ITREM en el Registro General de la CARM	Nº de horas de programación y consultoría	50	11,5	23,00%
11.1.2	Implantación del portafirmas de la CARM en los procesos internos	Nº de horas de programación y consultoría	50	35,75	71,50%
MED-11.2	INTEGRACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS PROCESOS INTERNOS DE GESTIÓN			Acumul	100,00%
11.2.1	Análisis del proceso informático actual de gestión de expedientes económicos y propuesta de simplificación	Nº de análisis	1	0,6	60,00%
11.2.2	Análisis y propuesta de reprogramación de la herramienta de gestión Base de Datos de Promoción	Nº de análisis	1	0,2	20,00%
11.2.3	Implantación de la herramienta de gestión de Inspección de Turismo (IETUR)	% de expedientes gestionados por IETUR	20%	0,17	85,00%
MED-11.3	OTROS SISTEMAS DE CALIDAD			Acumul	100,00%
11.3.1	Dirección de Calidad del Sistema ISO 9001 del Centro de Cualificación Turística ISOCCT	Nº de acciones de auditoria, monitorización y mantenimiento del SGC	20	7	35,00%
		Nº máximo de expedientes de no conformidad de auditoria externa	5	5	100,00%
LÍN-12	CAPITAL HUMANO DE ALTA CUALIFICACIÓN			REAL	% Cumpl.
MED-12.1	ADECUAR LA FORMACIÓN A LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR			Acumul	258,00%
12.1.1	Estudio anual de las necesidades formativas del sector del turismo y la hostelería en la Región de Murcia	% ejecución	100%	1	100,00%
		Nº asociaciones/empresas consultadas	25	104	416,00%
MED-12.2	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	91,12%
12.2.1	Plan Anual de Formación del Sector Turístico	Nº cursos	130	87	66,92%
		Nº alumnos	1.769	1428	80,72%
		Nº horas impartidas	8.440	4941	58,54%
		% ejecución acumulado	100%	0,75	75,00%
		% cursos realizados/programados	95%	0,976	102,74%
		% tasa de abandono del alumnado	15%	0,2	133,33%
12.2.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	% encuestas cumplimentadas/total de alumnos	75%	0,82	109,33%
		Grado de satisfacción general	8,5	8,7	102,35%
MED-12.3	MEJORA DEL ALCANCE DE LAS ACCIONES PARA DESEMPLEADOS			Acumul	51,84%
12.3.1	Impartición de acciones formativas para desempleados (Certificados de Profesionalidad SEF y cursos CCT)	Nº cursos	34	18	52,94%
		Nº horas impartidas	7.000	3504	50,06%
		Nº desempleados participantes	495	260	52,53%
MED-12.4	IMPULSO DE LA FORMACIÓN OCUPACIONAL			Acumul	79,86%
12.4.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (SEF y CCT)	Nº cursos	96	65	67,71%
		Nº horas impartidas	1.440	1184	82,22%
		Nº trabajadores participantes	1.274	1142	89,64%
MED-12.5	APOYO A LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN GASTRONOMÍA			Acumul	30,57%
12.5.1	Impartición de asignaturas del Grado de Gastronomía UCAM -CCT	Nº asignaturas	12	2	16,67%
		Nº horas impartidas	720	313	43,47%
		Nº alumnos	57	18	31,58%
MED-12.6	DESCENTRALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN			Acumul	73,43%
12.6.1	Realización de acciones formativas presenciales y semipresenciales descentralizadas (desempleados y trabajadores en activo)	Nº municipios participantes	11	10	90,91%
		Nº cursos	50	26	52,00%
		Nº horas impartidas	790	545	68,99%
		Nº alumnos	700	408	58,29%
2.6.2	Fomento de la enseñanza on line como formación accesible desde cualquier punto de la región	Nº cursos on line	10	7	70,00%
		Nº horas impartidas	350	270	77,14%
		Nº alumnos	150	145	96,67%



03/10/2017 13:44:10

Firma: FERNANDEZ DELGADO, TOMAS, MANUEL

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.o de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificafirmas> introduciendo el código de verificación (CV) e20136c3-0d03-4399-33719-0203-55439933719

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
MED-12.7	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	25,06%
12.7.1	Acciones formativas con un porcentaje del 75% de horas en prácticas no laborales en empresas	Nº acciones	3	1	33,33%
		Nº participantes	45	20	44,44%
12.7.2	Gestión y control de prácticas profesionales no laborales curriculares y extracurriculares en empresas	Nº convenios con empresas	115	78	67,83%
		Nº alumnos participantes	195	105	53,85%
12.7.3	Convocatoria de ayudas para la realización de acciones formativas con prácticas laborales remuneradas en empresas turísticas de ámbito regional	Nº ayudas	10	0	0,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	25.000	0	0,00%
12.7.4	Programa de ayudas para la realización de prácticas no laborales (stage) en establecimientos de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional	Nº ayudas	10	0	0,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	10.000	99	0,99%
LÍN-13	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Compl.
MED-13.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL Y LA INSERCIÓN LABORAL			Acumul	64,44%
13.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº acciones	20	17	85,00%
		Nº participantes	300	314	104,67%
13.1.2	Orientación profesional dirigida al empleo para alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	200	40	20,00%
13.1.3	Inserción laboral	Nº ofertas en bolsa de trabajo CCT	400	233	58,25%
		% seguimiento y control de ofertas	70	38	54,29%
MED-13.2	COLABORACIÓN CON EL TERCER SECTOR			Acumul	60,00%
13.2.1	Colaboración con entidades del Tercer Sector para la mejora de la empleabilidad de personas de difícil inserción laboral mediante proyectos formativos y la promoción de su labor y su vinculación con el turismo	Nº entidades con las que se colabora	5	5	100,00%
		Nº acciones formativas y de capacitación profesional	5	2	40,00%
		Nº acciones de visibilización y promoción	5	2	40,00%
LÍN-14	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Compl.
MED-14.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	93,58%
14.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor	Nº asistentes	1.000	658	65,80%
		Nº acciones	24	9	37,50%
14.1.2	Colaboración con empresas y asociaciones del sector para la celebración de jornadas o eventos de interés para el profesional	Nº colaboraciones	10	21	210,00%
14.1.3	Estímulo a la participación de los profesionales en acciones formativas propias mediante gratuidades o reducciones en matrículas	Nº beneficiarios	100	61	61,00%
MED-14.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	100,00%
14.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento	Nº acciones	11	10	90,91%
		Nº beneficiarios	15	18	120,00%
14.2.2	Programa de ayudas para la participación en eventos o acciones formativas de excelencia dirigidas al profesional	Nº ayudas	5	1	20,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	3.000	398	13,27%
LÍN-15	POSICIONAMIENTO DEL CCT COMO CENTRO DE REFERENCIA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA			REAL	% Compl.
MED-15.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ALUMNOS Y SUS RESULTADOS			Acumul	63,11%
15.1.1	Difusión de las acciones que desarrolla el CCT	Nº acciones de publicidad o visibilización	20	7	35,00%
		Nº acciones de difusión (MMCC)	20	18	90,00%
		Nº envíos SMS/mail	300	193	64,33%
		Nº publicaciones en redes sociales	1.200	Acumul	110,32%
		% Incremento seguidores en redes sociales	10%	0,1377	137,70%
		Nº visitas web	60.000	59148	98,58%
15.1.2	Colaboraciones del centro, sus alumnos y formadores en eventos y actividades de interés para su formación y/o promoción	Nº acciones	5	5	100,00%
		Nº participantes	80	84	105,00%
MED-15.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	94,05%
5.2.1	Impulso a la utilización del restaurante-escuela CCT como herramienta de formación para los alumnos y de apoyo a la gastronomía regional	% ocupación	95	97,7	102,84%
		Nº días de apertura	65	48	73,85%
		Nº clientes	3.300	2624	79,52%
		Nº eventos gastronómicos y promociones	10	12	120,00%



03/10/2017 13:44:10

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS MANUEL

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.o de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) e20136c3-and4-b2a3-559439933719

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
MED-15.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	70,50%
15.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	100	91	91,00%
		Nº nuevas referencias	30	15	50,00%
MED-15.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	150,33%
15.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional	Nº integrantes del programa	500	345	69,00%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	5	8	160,00%
		Nº seguimientos de su situación profesional y necesidades formativas	50	111	222,00%
LÍN-16	PLANIFICACIÓN, ESTRUCTURA Y GESTIÓN DE LA OFICINA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-16.1	ESTRUCTURACIÓN DE LA PROMOCION			Acumul	0,00%
16.1.1	Realización de un diagnósticos de productos (estudios de diagnóstico, comportamiento de la demanda,...)	% Ejecución	100%	0	0,00%
16.1.2	Mantener encuentros con los agentes turísticos regionales implicados (oficinas de turismo, sector empresarial, asociaciones, ...)	Nº encuentros / reuniones	200	0	0,00%
MED-16.2	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA OFICINA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			Acumul	0,00%
16.2.1	Creación y puesta en marcha de planes de promoción y comunicación por productos consensuados con el sector	% Ejecución	100%	0	0,00%
LÍN-17	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DIFERENCIADA Y DE CALIDAD			REAL	% Cumpl.
MED-17.1	PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL. DESESTACIONALIZACIÓN Y NUEVOS SEGMENTOS OBJETIVO			Acumul	44,91%
17.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales dirigidos a público final y profesional más relevantes de cada mercado	Nº Acciones	45	27	60,00%
		Nº Contactos profesionales	200	174	87,00%
17.1.2	Acciones de marketing directo dirigidas a público final en el ámbito nacional	Nº acciones	15	7	46,67%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (español)	5.170.000	3217085	62,23%
17.1.3	Apoyo a la operativa de MUNDOSENIOR del Ministerio con un programa más amplio de excursiones por toda la Región	Nº excursiones nuevas ofertadas	5	0	0,00%
		Nº clientes traídos a la Región de Murcia	23.000	0	0,00%
17.1.4	Plan de Fomento de la Región como destino de turismo deportivo	Nº eventos	20	11	55,00%
		Nº de participantes/turistas deportivos	12.000	5803	48,36%
MED-17.2	PROMOCIÓN PARA AMPLIAR EL IMPACTO DEL TURISMO INTERNACIONAL			Acumul	51,69%
17.2.1	Participación en ferias y otros eventos internacionales dirigidos a público final y profesional más relevantes de cada mercado	Nº acciones	36	37	102,78%
		Nº contactos profesionales	200	97	48,50%
17.2.2	Acciones de marketing directo dirigido a público final en el ámbito internacional	Nº acciones	20	0	0,00%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (inglés)	550.000	322444	58,63%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (francés)	280.000	73735	26,33%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (alemán)	130.000	34939	26,88%
17.2.3	Apertura de mercados mediante la puesta en marcha de operativas especializadas por productos turísticos y perfiles de clientes	Nº acciones / operativas	15	14	93,33%
		Nº clientes traídos a la Región de Murcia	22.000	12553	57,06%
MED-17.3	FOMENTO A LA INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	41,99%
17.3.1	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional e internacional	Nº acciones	24	24	100,00%
		Nº contactos profesionales	1.500	643	42,87%
17.3.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional e internacional	Nº Fam trips nacionales e internacionales	30	11	36,67%
		Nº asistentes	270	74	27,41%
17.3.3	Acuerdos de co-marketing con canales de venta on line y off line nacionales e internacionales	Nº Acuerdos de co-marketing firmados con canales de venta nacionales e internacionales	20	9	45,00%
		Nº Pax traídos a la Región de Murcia	150.000	0	0,00%
LÍN-18	MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO			REAL	% Cumpl.
MED-18.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD Y LA PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO/ DESTINO A TRAVÉS DE PRESCRIPTORES			Acumul	51,61%
8.1.1	Viajes de familiarización de medios de comunicación nacionales e internacionales especializados en los distintos productos	Nº Press trips nacionales e internacionales	25	12	48,00%
		Nº Asistentes	95	77	81,05%
		Nº Reportajes	80	0	0,00%



03/10/2017 13:44:10

Firmante: FERNANDEZ DELGADO, TOMAS, MANUEL

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.d) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/portal-externo/portal-externo.do?funcion=verificarDocumento> e introduciendo el código de verificación (CV) e203363-463-55949933719

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	JUNIO 30/06/2017	
18.1.2	Mejora de contenido y visibilidad del producto en el portal turístico institucional www.murciaturistica.es	Nº Visitas al portal de murciaturistica.es	2.500.000	1534778	61,39%
		Nº Eventos publicados en Agenda	4.500	1877	41,71%
		Nº Especiales que den visibilidad al producto (versión español)	40	31	77,50%
MED-18.2	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	68,12%
18.2.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	30	13	43,33%
		Nº de impresiones online	16.000.000	13829190	86,43%
18.2.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	35	16	45,71%
		Nº de impresiones online	70.000.000	113536722	162,20%
18.2.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	30	12	40,00%
		Nº de impresiones online	450.000.000	139795760	31,07%
MED-18.3	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	111,40%
18.3.1	Folletos por producto turístico	% productos con folleto sobre total de productos	57%	0,8	140,35%
		Nº folletos (productos) publicados	8	8	100,00%
18.3.2	Material expositivo - ferias	Nº acciones	15	21	140,00%
18.3.3	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, logotipos	Nº elementos	20	10	50,00%
18.3.4	Merchandising	Nº soportes	15	19	126,67%
MED-18.4	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	58,54%
18.4.1	Notas de prensa y boletines que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	200	107	53,50%
		Nº boletines turístico-informativos emitidos	8	4	50,00%
18.4.2	Reportajes en medios de comunicación nacionales	Nº de reportajes publicados	50	17	34,00%
18.4.3	Reportajes en medios de comunicación extranjeros	Nº de reportajes publicados	30	29	96,67%
MED-18.5	PRESENCIA DEL DESTINO EN REDES SOCIALES			Acumul	64,24%
18.5.1	Estrategia de contenidos	Nº contenidos publicados	4.200	2184	52,00%
18.5.2	Captación y fidelización de seguidores	Nº total de seguidores	110.000	97205	88,37%
		Nº nuevos seguidores en redes sociales	26.850	14055	52,35%
LÍN-19	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-19.1	PLANIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL PORTAL TURÍSTICO www.murciaturistica.es			Acumul	88,23%
19.1.1	Optimizar el contenido del portal turístico regional	Nº visitas al portal turístico institucional	2.500.000	1534778	61,39%
19.1.2	Elaboración y gestión de páginas de aterrizaje y difusión de especiales web	Nº especiales web	40	31	77,50%
		Nº páginas vistas de los especiales (idioma español)	95.000	119500	125,79%
MED-19.2	GESTIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA			Acumul	151,49%
19.2.1	Respuesta de la información turística solicitada por correo postal, e-mail, telefónica y presencial	% solicitudes de información turística atendidas y respondidas en un plazo máximo de 72 horas	90%	0,75	83,33%
		Nº de solicitudes	1.300	886	68,15%



Anexo II

RECURSOS ECONÓMICOS Y FUENTES DE FINANCIACIÓN DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2017

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2017 (Revisión Junio)	SERVICIOS OPERATIVOS 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	1.280,32	1.352,58	904,69	346,98	700,66	4.585,22
I. Costes de Personal	355,72	204,06	365,13	110,89	250,48	1.286,27
Nº Empleados (1)	16,20	9,22	14,45	5,07	12,05	57
Gastos en operaciones de capital	0,00	153,63	348,88	21,83	0,00	524,34
Gastos en operaciones corrientes	924,60	994,89	190,68	214,26	450,18	2.774,61
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	1.280,32	1.352,58	904,69	346,98	700,66	4.585,22
Ingresos de Operaciones Corrientes:	1.280,32	1.198,95	555,81	325,15	700,66	4.060,88
Transferencias Corrientes de la CARM	1.280,32	1.198,95	555,81	325,15	523,37	3.883,60
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	177,28	177,28
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	0,00	153,63	348,88	21,83	0,00	524,34
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	153,63	348,88	0,00	0,00	502,51
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	21,83	0,00	21,83
(1) Incluye: Personal previsto directo + indirecto de servicios horizontales						

