



INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE DICIEMBRE 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 compararán 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 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.

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.

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 Final Diciembre-2017)	SERVICIOS OPERATIVOS --ITREM-- (en miles de euros)					
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación	TOTAL
Valores presupuestarios iniciales	3.724,87	5.208,92	1.673,63	507,75	1.597,63	12.712,81
Valores reales a 31-12-2017	2.494,75	3.361,44	2.429,31	546,79	1.398,56	10.230,86
<i>Ejecución % sobre Inicial</i>	66,98%	64,53%	145,15%	107,69%	87,54%	80,48%

Teniendo en cuenta que durante el ejercicio 2017, el presupuesto inicial se ha reducido en 1.290.000 euros, esto ha supuesto un ratio de efectividad de ejecución presupuestaria del 89,57%.

En lo que respecta al grado de evolución de los 211 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2017), a continuación se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de diciembre de 2017:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	1	1	7	19	28
Innovación	0	1	12	50	63
Formación	0	9	11	46	66
Promoción	0	1	12	17	30
Comunicación	1	1	7	15	24
Total:	2	13	49	147	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 diciembre de 2017, en términos relativos, existe un 0,95% de indicadores que no han mostrado actividad; un 6,16% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 23,22% de éstos sí han superado el límite anterior;





finalmente, el 69,67% 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



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	Diciembre 31/12/2017	
LÍN-1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	100,00%
1.1.1	Redacción de los decretos reguladores de actividades turísticas	Nº decretos redactados	9	9	100,00%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	69,85%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	300	402	134,00%
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	1.816	139,69%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	92,31%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	120	92,31%
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	66,67%
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	1	100,00%
		Nuevos guías turísticos habilitados	30	0	0,00%
		Nº guías turísticos habilitados	302	302	100,00%
MED-1.5	DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"			Acumul	120,83%
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	29	120,83%
LÍN-2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-2.1	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	146,40%
2.1.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	250	366	146,40%
MED-2.2	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	197,32%
2.2.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	500	626	125,20%
2.2.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	150	318	212,00%
2.2.2.1	Apartamentos y alojamientos vacacionales	Nº visitas de inspección. Apartamentos y alojamientos vacacionales	125	273	218,40%
2.2.2.2	Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección. Zonas de acampada/ autocaravanas	20	13	65,00%
2.2.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección. Otros tipos de establecimientos/actividades	5	32	640,00%
2.2.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	750	680	90,67%
2.2.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	10	3	30,00%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	94,53%
2.3.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	128	121	94,53%
LÍN-3	IMPULSO DE LA CALIDAD EN DESTINOS, RECURSOS Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS			REAL	% Cmpl.
3-3.1	CAMPAÑA BANDERA AZUL			Acumul	340,00%
l.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul	Nº visitas a playas realizadas	34	49	144,12%
l.2	Banderas azules en la Región de Murcia	Nº Banderas Azules	23	26	113,04%

16/02/2018 12:39:52

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2017	
MED-3.2	APOYO AL SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS - SICTED			Acumul	340,00%
3.2.1	Coordinación del sistema de calidad SICTED con los municipios	Nº reuniones sistema de calidad SICTED	5	17	340,00%
MED-3.3	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS			Acumul	92,59%
3.3.1	Asesoramiento en materia de calidad turística	Nº servicios de asesoramiento sobre sistema de calidad Q	5	3	60,00%
3.3.2	Emisión de informes y asistencia a reuniones de coordinación	Nº reuniones celebradas	2	3	150,00%
		Nº informes emitidos	90	61	67,78%
LÍN-4	DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL			REAL	% Cmpl.
MED-4.1	IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS			Acumul	129,88%
4.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	10	12	120,00%
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	9	112,50%
		Nº proyectos y actuaciones realizadas	7	11	157,14%
MED-4.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	95,00%
4.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	20	16	80,00%
		Nº informes emitidos	10	11	110,00%
LÍN-5	DESARROLLO DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)			REAL	% Cmpl.
MED-5.1	MANTENIMIENTO, MEJORAS Y APLICACIÓN DEL MODELO A OTROS DESTINOS O PRODUCTOS			Acumul	96,04%
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	1.328	96,23%
5.1.2	Accesibilidad - Análisis plan de monitorización de accesibilidad de un producto o destino turístico	Nº de estudios realizados	1	1	100,00%
5.1.3	Sostenibilidad - Análisis plan de monitorización de sostenibilidad de un producto o destino turístico	Nº de estudios realizados	1	1	100,00%
5.1.4	Innovación - Desarrollo de un protocolo de implantación de un DTI por productos o destinos	Nº de estudios realizados	1	1	100,00%
5.1.5	Implantación del modelo DTI en producto o destino	Nº de estudios realizados	1	0,8	80,00%
		Nº de destinos a aplicar	1	1	100,00%
MED-5.2	NEXO: PLATAFORMA DE DESTINO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA			Acumul	156,95%
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	503	100,60%
5.2.2	Implantación de la plataforma NEXO entre los agentes turísticos	Nº agentes turísticos adheridos al proyecto	10	44	440,00%
5.2.3	Resolución de incidencias de usuarios	% de incidencias resueltas	90%	98%	108,89%
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	4	133,33%
		Nº de participantes	550	637	115,82%
MED-5.3	DESARROLLO DE HERRAMIENTAS AL SERVICIO DEL E-TURISTA			Acumul	76,60%
5.3.1	App para establecimientos turísticos: mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades	% de ejecución de mejoras	90%	95%	105,56%
		Nº de establecimientos turísticos con la App implementada	2	2	100,00%
5.3.2	App para destinos: mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades.	% de ejecución de mejoras	90%	80%	88,89%
		Nº de destinos turísticos con la App implementada	2	1	50,00%
5.3.3	APP del peregrino: mantenimiento, optimización y nuevas funcionalidades	% de ejecución de mejoras	90%	95%	105,56%
		Nº descargas	25.000	2.405	9,62%
LÍN-6	APOYO TECNOLÓGICO A LA PROMOCIÓN Y A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE MURCIA			REAL	% Cmpl.
MED-6.1	APOYO TECNOLÓGICO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA			Acumul	157,92%
6.1.1	Seguimiento del portal turístico, mantenimiento y posicionamiento en buscadores: SEO / SEM	Nº de horas de seguimiento	200	213	106,50%
6.1.2	Acciones de seguimiento de los acuerdos de co-marketing con operadores turísticos	Nº de horas de seguimiento	300	628	209,33%
MED-6.2	HERMES: DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA PLATAFORMA DE COMERCIALIZACIÓN			Acumul	134,37%
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	2	100,00%
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	1	100,00%

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2017	
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	742	148,40%
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	571	114,20%
6.2.6	Consolidación del uso de la plataforma entre las empresas del sector	Nº de empresas/ entidades adheridas a ARPA	5	13	260,00%
		Nº de empresas / entidades adheridas a ORION	10	15	150,00%
		Nº de empresas / entidades que han implantado el motor de reservas en marca blanca AURIGA	5	8	160,00%
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	1	100,00%
6.2.8	Resolución de incidencias de la plataforma HERMES	% de incidencias atendidas	90%	100%	111,11%
LIN-7	RITMO 4.0: OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI			REAL	% Cmpl.
MED-7.1	OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI			Acumul	118,33%
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	1	100,00%
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	4	80,00%
7.1.3	Sindicación de contenidos del portal turístico regional para web turísticas municipales	Nº de sindicaciones entre portales	2	2	100,00%
7.1.4	Desarrollo de formularios específicos por oficinas para atención de peticiones de información via web	Nº de formularios desarrollados	2	2	100,00%
		Nº de Oficinas que implantan el formulario	2	3	150,00%
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	130,61%
7.2.1	Gestión de RITMO y resolución de incidencias con los técnicos de oficinas de turismo municipales	% incidencias atendidas	90%	89%	98,89%
7.2.2	Desarrollo del plan de formación de la Red de Oficinas de Turismo	Nº acciones formativas	10	16	160,00%
		Nº de participantes	120	207	172,50%
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	73	121,67%
		% de expedientes de No conformidad resueltos en las Oficinas de Turismo	90%	90%	100,00%
LIN-8	MANTENIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN			REAL	% Cmpl.
MED-8.1	MANTENIMIENTO DE HERRAMIENTAS DE GESTIÓN			Acumul	103,33%
8.1.1	Gestión de herramientas de innovación turística	% de incidencias resueltas	90%	83%	92,22%
8.1.2	Gestión de herramientas internas ITREM	% de incidencias resueltas	90%	99%	110,00%
8.1.3	Monitorización de Sistemas (CRI)	% de incidencias resueltas	90%	97%	107,78%
LIN-9	PLAN DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA			REAL	% Cmpl.
MED-9.1	APOYO TECNOLÓGICO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y ADMINISTRACIONES LOCALES			Acumul	118,89%
9.1.1	Acciones de sensibilización y formación a administraciones locales	Nº jornadas de sensibilización	3	6	200,00%
		Nº de asistentes	30	65	216,67%
9.1.2	Acciones de sensibilización y formación a las empresas turísticas	Nº jornadas de sensibilización	2	1	50,00%
		Nº de empresas asistentes	20	20	100,00%
9.1.3	Acciones de implantación y asesoramiento a las empresas turísticas	Nº acciones de formación / consultoría	30	17	56,67%
		Nº de empresas que han implantado las herramientas	20	18	90,00%
LIN-10	MOTRIZ: SISTEMA DE MONITORIZACIÓN DEL TURISMO REGIONAL			REAL	% Cmpl.
MED-10.1	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE MONITORIZACIÓN DEL TURISMO REGIONAL			Acumul	100,00%
10.1.1	Diagnóstico e identificación de necesidades y soluciones tecnológicas	Nº de estudios	1	1	100,00%
MED-10.2	DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DEL SISTEMA DE MONITORIZACIÓN DEL TURISMO REGIONAL			Acumul	266,67%
10.2.1	Desarrollo del CUADRO DE MANDOS de datos turísticos	Nº de funcionalidades desarrollados	1	1	100,00%
10.2.2	Integración de fuentes de datos en el panel de control	Nº de fuentes integradas en el panel de control	3	11	366,67%
10.2.3	Desarrollo de consultas de datos estadísticos	Nº de consultas de datos estadísticos / cruzados	10	22	220,00%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2017	
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%
LIN-11	OPTIMIZACIÓN DE HERRAMIENTAS INTERNAS			REAL	% Cmpl.
MED-11.1	ADECUACIÓN TECNOLÓGICA A LA LEY 39/40 DE 2015			Acumul	77,80%
11.1.1	Integración del ITREM en el Registro General de la CARM	Nº de horas de programación y consultoría	50	26,5	53,00%
11.1.2	Implantación del portafirmas de la CARM en los procesos internos	Nº de horas de programación y consultoría	50	51,3	102,60%
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	1	100,00%
11.2.2	Análisis y propuesta de reprogramación de la herramienta de gestión Base de Datos de Promoción	Nº de análisis	1	1	100,00%
11.2.3	Implantación de la herramienta de gestión de Inspección de Turismo (IETUR)	% de expedientes gestionados por IETUR	20%	14%	70,00%
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 ISOCCCT	Nº de acciones de auditoria, monitorización y mantenimiento del SGC	20	20	100,00%
		Nº máximo de expedientes de no conformidad de auditoria externa	5	5	100,00%
LIN-12	CAPITAL HUMANO DE ALTA CUALIFICACIÓN			REAL	% Cmpl.
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%	100%	100,00%
		Nº asociaciones/empresas consultadas	25	104	416,00%
MED-12.2	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	108,53%
12.2.1	Plan Anual de Formación del Sector Turístico	Nº cursos	130	144	110,77%
		Nº alumnos	1.769	2.327	131,54%
		Nº horas impartidas	8.440	10.989	130,20%
		% ejecución acumulado	100%	108%	108,00%
		% cursos realizados/programados	95%	97%	102,11%
		% tasa de abandono del alumnado	15%	10%	66,67%
12.2.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	% encuestas cumplimentadas/total de alumnos	75%	87%	116,00%
		Grado de satisfacción general	8,5	8,75	102,94%
MED-12.3	MEJORA DEL ALCANCE DE LAS ACCIONES PARA DESEMPLEADOS			Acumul	106,08%
12.3.1	Impartición de acciones formativas para desempleados (Certificados de Profesionalidad SEF y cursos CCT)	Nº cursos	34	32	94,12%
		Nº horas impartidas	7.000	8.476	121,09%
		Nº desempleados participantes	495	510	103,03%
MED-12.4	IMPULSO DE LA FORMACIÓN OCUPACIONAL			Acumul	120,23%
12.4.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (SEF y CCT)	Nº cursos	96	100	104,17%
		Nº horas impartidas	1.440	1.759	122,15%
		Nº trabajadores participantes	1.274	1.712	134,38%
MED-12.5	APOYO A LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN GASTRONOMÍA			Acumul	129,64%
12.5.1	Impartición de asignaturas del Grado de Gastronomía UCAM -CCT	Nº asignaturas	12	12	100,00%
		Nº horas impartidas	720	754	104,72%
		Nº alumnos	57	105	184,21%
MED-12.6	DESCENTRALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN			Acumul	110,10%
12.6.1	Realización de acciones formativas presenciales y semipresenciales descentralizadas (desempleados y trabajadores en activo)	Nº municipios participantes	11	11	100,00%
		Nº cursos	50	41	82,00%
		Nº horas impartidas	790	853	107,97%
		Nº alumnos	700	693	99,00%
6.2	Fomento de la enseñanza on line como formación accesible desde cualquier punto de la región	Nº cursos on line	10	11	110,00%
		Nº horas impartidas	350	405	115,71%
		Nº alumnos	150	234	156,00%

16.02/2018 12:39:52

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2017		
MED-12.7	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	51,35%	
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	139	120,87%	
		Nº alumnos participantes	195	199	102,05%	
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	4	40,00%	
		Importe total de las ayudas (euros)	25.000	6.958	27,83%	
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	4	40,00%	
		Importe total de las ayudas (euros)	10.000	231	2,31%	
LÍN-13	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cmpl.	
MED-13.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL Y LA INSERCIÓN LABORAL			Acumul	92,85%	
13.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº acciones	20	24	120,00%	
		Nº participantes	300	456	152,00%	
13.1.2	Orientación profesional dirigida al empleo para alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	200	111	55,50%	
13.1.3	Inserción laboral	Nº ofertas en bolsa de trabajo CCT	400	387	96,75%	
		% seguimiento y control de ofertas	70%	28%	40,00%	
MED-13.2	COLABORACIÓN CON EL TERCER SECTOR			Acumul	160,00%	
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	10	200,00%	
		Nº acciones formativas y de capacitación profesional	5	5	100,00%	
		Nº acciones de visibilización y promoción	5	9	180,00%	
LÍN-14	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cmpl.	
MED-14.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	198,79%	
4.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor	Nº asistentes	1.000	2.160	216,00%	
		Nº acciones	24	43	179,17%	
4.1.2	Colaboración con empresas y asociaciones del sector para la celebración de jornadas o eventos de interés para el profesional	Nº colaboraciones	10	32	320,00%	
4.1.3	Estímulo a la participación de los profesionales en acciones formativas propias mediante gratuidades o reducciones en matrículas	Nº beneficiarios	100	80	80,00%	
MED-14.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	100,00%	
4.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento	Nº acciones	11	15	136,36%	
		Nº beneficiarios	15	53	353,33%	
4.2.2	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	% Cmpl.	
MED-15.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ALUMNOS Y SUS RESULTADOS			Acumul	123,33%	
5.1.1	Difusión de las acciones que desarrolla el CCT	Nº acciones de publicidad o visibilización	20	17	85,00%	
		Nº acciones de difusión (MMCC)	20	39	195,00%	
		Nº envíos SMS/mail	300	270	90,00%	
		Nº publicaciones en redes sociales	1.200		Acumul	228,62%
		% Incremento seguidores en redes sociales	10%	24%	240,00%	
		Nº visitas web	60.000	98.693	164,49%	
5.1.2	Colaboraciones del centro, sus alumnos y formadores en eventos y actividades de interés para su formación y/o promoción	Nº acciones	5	12	240,00%	
		Nº participantes	80	216	270,00%	
MED-15.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	104,79%	
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%	98%	103,16%	
		Nº días de apertura	65	62	95,38%	
		Nº clientes	3.300	3.321	100,64%	
		Nº eventos gastronómicos y promociones	10	12	120,00%	

16/02/2018 12:39:52

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2017	
MED-15.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	120,00%
15.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	100	110	110,00%
		Nº nuevas referencias	30	39	130,00%
MED-15.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	299,67%
15.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional	Nº integrantes del programa	500	375	75,00%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	5	17	340,00%
		Nº seguimientos de su situación profesional y necesidades formativas	50	242	484,00%
LÍN-16	PLANIFICACIÓN, ESTRUCTURA Y GESTIÓN DE LA OFICINA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-16.1	ESTRUCTURACIÓN DE LA PROMOCION			Acumul	107,50%
16.1.1	Realización de un diagnósticos de productos (estudios de diagnóstico, comportamiento de la demanda,...)	% Ejecución	100%	90%	90,00%
16.1.2	Mantener encuentros con los agentes turísticos regionales implicados (oficinas de turismo, sector empresarial, asociaciones, ...)	Nº encuentros / reuniones	200	250	125,00%
MED-16.2	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA OFICINA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			Acumul	100,00%
16.2.1	Creación y puesta en marcha de planes de promoción y comunicación por productos consensuados con el sector	% Ejecución	100%	100%	100,00%
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	113,40%
17.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales dirigidos a público final y profesional más relevantes de cada mercado	Nº Acciones	45	34	75,56%
		Nº Contactos profesionales	200	489	244,50%
17.1.2	Acciones de marketing directo dirigidas a público final en el ámbito nacional	Nº acciones	15	11	73,33%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (español)	5.170.000	3.990.862	77,19%
17.1.3	Apoyo a la operativa de MUNDOSSENIOR del Ministerio con un programa más amplio de excursiones por toda la Región	Nº excursiones nuevas ofertadas	5	5	100,00%
		Nº clientes traídos a la Región de Murcia	23.000	20.768	90,30%
17.1.4	Plan de Fomento de la Región como destino de turismo deportivo	Nº eventos	20	24	120,00%
		Nº de participantes/turistas deportivos	12.000	15.162	126,35%
MED-17.2	PROMOCIÓN PARA AMPLIAR EL IMPACTO DEL TURISMO INTERNACIONAL			Acumul	95,42%
17.2.1	Participación en ferias y otros eventos internacionales dirigidos a público final y profesional más relevantes de cada mercado	Nº acciones	36	40	111,11%
		Nº contactos profesionales	200	358	179,00%
17.2.2	Acciones de marketing directo dirigido a público final en el ámbito internacional	Nº acciones	20	7	35,00%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (inglés)	550.000	810.278	147,32%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (francés)	280.000	178.959	63,91%
		Nº páginas vistas murciaturistica.es (alemán)	130.000	70.732	54,41%
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	15	100,00%
		Nº clientes traídos a la Región de Murcia	22.000	15.972	72,60%
MED-17.3	FOMENTO A LA INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	100,93%
17.3.1	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional e internacional	Nº acciones	24	38	158,33%
		Nº contactos profesionales	1.500	1.053	70,20%
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	28	93,33%
		Nº asistentes	270	319	118,15%
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	19	95,00%
		Nº Pax traídos a la Región de Murcia	150.000	105.818	70,55%
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	77,24%
1.1	Viajes de familiarización de medios de comunicación nacionales e internacionales especializados en los distintos productos	Nº Press trips nacionales e internacionales	25	16	64,00%
		Nº Asistentes	95	85	89,47%
		Nº Reportajes	80	0	0,00%

16.02.2018 12:39:52

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL



Este es una copia no verificada impresa de un documento electrónico de la Administración de Murcia, según artículo 27.3 de la Ley 39/2015. Si la autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo el código de verificación (CS) 946f94-aa013126-7135830348

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2017	
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	3.176.454	127,06%
		Nº Eventos publicados en Agenda	4.500	3.505	77,89%
		Nº Especiales que den visibilidad al producto (versión español)	40	42	105,00%
MED-18.2	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	128,62%
18.2.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	30	32	106,67%
		Nº de impresiones online	16.000.000	30.515.924	190,72%
18.2.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	35	40	114,29%
		Nº de impresiones online	70.000.000	116.775.250	166,82%
18.2.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	30	33	110,00%
		Nº de impresiones online	450.000.000	374.581.553	83,24%
MED-18.3	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	176,25%
18.3.1	Folletos por producto turístico	% productos con folleto sobre total de productos	57%	100%	175,44%
		Nº folletos (productos) publicados	8	11	137,50%
18.3.2	Material expositivo - ferias	Nº acciones	15	43	286,67%
18.3.3	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, logotipos	Nº elementos	20	23	115,00%
18.3.4	Merchandising	Nº soportes	15	25	166,67%
MED-18.4	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	72,58%
18.4.1	Notas de prensa y boletines que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	200	167	83,50%
		Nº boletines turístico-informativos emitidos	8	3	37,50%
18.4.2	Reportajes en medios de comunicación nacionales	Nº de reportajes publicados	50	33	66,00%
18.4.3	Reportajes en medios de comunicación extranjeros	Nº de reportajes publicados	30	31	103,33%
MED-18.5	PRESENCIA DEL DESTINO EN REDES SOCIALES			Acumul	106,09%
18.5.1	Estrategia de contenidos	Nº contenidos publicados	4.200	4.133	98,40%
18.5.2	Captación y fidelización de seguidores	Nº total de seguidores	110.000	114.288	103,90%
		Nº nuevos seguidores en redes sociales	26.850	31.138	115,97%
LÍN-19	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-19.1	PLANIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL PORTAL TURÍSTICO www.murciaturistica.es			Acumul	134,12%
19.1.1	Optimizar el contenido del portal turístico regional	Nº visitas al portal turístico institucional	2.500.000	3.176.454	127,06%
19.1.2	Elaboración y gestión de páginas de aterrizaje y difusión de especiales web	Nº especiales web	40	42	105,00%
		Nº páginas vistas de los especiales (idioma español)	95.000	161.781	170,30%
MED-19.2	GESTIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA			Acumul	232,69%
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%	90%	100,00%
		Nº de solicitudes	1.300	1.725	132,69%

16.02/2018.12.39.52

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.2.e) de la Ley 9/2017, de 13 de noviembre, del Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificacoinformacion>

Firmante: FERNANDEZ DELGADO, TOMAS, MANUEL



Anexo II
INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2017

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2017 (Revisión Final Diciembre)	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)					
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación	TOTAL
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	2.494,75	3.361,44	2.429,31	546,79	1.398,56	10.230,86
I. Costes de Personal	642,03	421,53	756,79	199,94	478,07	2.498,35
Nº Empleados (1)	15,19	9,50	14,90	4,65	11,72	55,97
Gastos en operaciones de capital	0,00	503,63	689,84	45,18	0,00	1.238,65
Gastos en operaciones corrientes	1.852,73	2.436,28	982,67	301,68	920,49	6.493,86
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	2.494,75	3.361,44	2.429,31	546,79	1.398,56	10.230,86
Ingresos de Operaciones Corrientes:	2.494,75	2.857,81	1.739,47	501,62	1.398,56	8.992,21
Transferencias Corrientes de la CARM	2.494,75	2.857,81	1.739,47	501,62	982,24	8.575,89
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	416,32	416,32
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	0,00	503,63	689,84	45,18	0,00	1.238,65
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	503,63	689,84	0,00	0,00	1.193,47
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	45,18	0,00	45,18

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

