

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

Informe de evaluación de cumplimiento, de análisis y control definitivo

Con fecha 22 de octubre de 2018, fue suscrito el Contrato Programa para el ejercicio 2018 entre la Consejería de Turismo y Cultura y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (BORM nº 283, de 10 de diciembre de 2018).

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 abril y agosto, 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 2018. 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 2018, 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 2018 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 2018, se estructura en cinco Servicios Operativos y cuyos principales objetivos son:

Promoción

1. Acometer una reestructuración de áreas de trabajo de forma que generen sinergias entre ellas: promoción-comercialización-comunicación-innovación. La inclusión del área de innovación con el resto dará más agilidad y firmeza al camino hacia la digitalización del sector turístico de la Región de Murcia.
2. Desarrollo de acciones de mercadotecnia sobre los productos turísticos más relevantes de la Región de Murcia para impulsar la comercialización y venta del



destino, incidiendo en las ventajas y potencialidades específicas de cada uno de los productos, en términos tanto de impacto económico, como de desestacionalización de la demanda o de imagen.

3. Mayor enfoque en la comercialización del destino mediante la creación de un equipo de business development enfocado a identificar mercados / empresas turísticas con potencial para el destino Región de Murcia.
4. Oferta de productos atractiva y adaptada a la demanda cambiante. Creación de productos turísticos para mercados/nichos de mercado muy específicos.

Comunicación

1. Transmitir valores y hacer visibles y revalorizar los recursos turísticos y la cultura de la Región de Murcia.
2. Continuar con el proceso de adaptación de la comunicación a las tendencias de los viajeros actuales: Más comunicación a través de videos y GIFs, nuevos formatos para comunicar mejor los productos individuales (videos 360º etc.) Plan de comunicación/PR específico para cada producto.
3. Reestructuración de la página web a nivel de diseño y de contenido. Creación de Clusters de Producto e incorporación de más material audiovisual.

Innovación

1. Impulsar la transformación digital del modelo turístico regional, basada en la innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, en un entorno muy cambiante, dominado por la nueva economía digital y con un perfil de turista mucho más exigente, informado, hiperconectado y multicanal.
2. Implementar el sistema de inteligencia turística mediante el desarrollo de herramientas de medición que permitan realizar un seguimiento de la demanda y la oferta de los diferentes productos.
3. 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.
4. Es responsable del buen funcionamiento de las herramientas internas del ITREM (GICTUR), así como el diseño, desarrollo y nuevas funcionalidades demandadas a nivel interno.



5. 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. Mejorar la calidad en la prestación de servicios de las empresas y en destinos turísticos mediante la gestión y el asesoramiento sobre los diversos sistemas de calidad existentes.
6. Impulsar la mejora de las infraestructuras y equipamientos turísticos.
7. Favorecer el desarrollo del turismo de forma coordinada con la planificación territorial y medioambiental.

Formación

1. Diversificar y descentralizar geográficamente las acciones formativas por todo el territorio regional.
2. Impulsar la generación de empleo nuevo en el sector con la mejora del alcance de las acciones para desempleados.
3. Mejorar las competencias y tecnificación de los trabajadores en activo mediante actividades de formación continua y reciclaje.
4. Potenciar la formación práctica tanto en el propio centro como en el entorno real de la empresa.
5. Fomento en la motivación para escoger la formación turística mediante la mejora de la percepción social de las profesiones asociadas a ella.



6. Fomento de la cultura gastronómica regional a través de las acciones previstas en el Plan de Impulso del Turismo Gastronómico.

En el Contrato-Programa 2018 se describen los recursos financieros, medios personales y materiales para el desarrollo de la actividad del Instituto y que dan soporte al cumplimiento del Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica del Instituto de Turismo (en adelante PAAPE).

En el Anexo I del Contrato-Programa 2018, se detalla el PAAPE para el ejercicio 2018, en donde se recoge minuciosamente 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 2018 por Servicios Operativos y en función del presupuesto inicial asignado (Anexo II del Contrato-Programa 2018):

MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2018 (Revisión Diciembre-2018)	SERVICIOS OPERATIVOS --ITREM-- (en miles de euros)					
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación	TOTAL
Valores presupuestarios iniciales	5.237,02	3.483,26	1.879,13	518,02	1.797,03	12.914,46
Valores reales a 31-12-2018	3.845,95	2.992,29	1.136,94	446,58	1.509,15	9.930,93
<i>Ejecución % sobre Inicial</i>	73,44%	85,91%	60,50%	86,21%	83,98%	76,90%

El porcentaje de “Ejecución” real se eleva al 83,75% si relacionamos los créditos presupuestarios definitivos que el ITREM ha dispuesto durante el ejercicio 2018 y el presupuesto total ejecutado a 31 de diciembre de 2018.

MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2018 (Revisión Diciembre-2018)	TOTAL Real a 31-12
Créditos presupuestarios reales disponibles	11.858,46
Presupuesto ejecutado	9.930,93
<i>Ejecución % sobre fondos reales</i>	83,75%



Los valores presupuestarios iniciales fijados en el Contrato-Programa 2018 han sido alterados durante el ejercicio 2018 debido a bloqueos, variaciones (aumentos y disminuciones) y minoraciones presupuestarias. Con respecto al presupuesto inicial del ITREM, existen un diferencial de -1.056.000 euros a 31 de diciembre de 2018. Dicha variación es debida a un bloqueo de 300.000 euros en el proyecto Ruta cicloturista europea EuroVelo, a una reducción de 500.000 euros de los fondos que financiaban los Proyectos de Inversión Promocional y a una minoración del crédito presupuestario por valor de 256.000 euros en los gastos corrientes de funcionamiento.

En lo que respecta al grado de evolución de los 162 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2018), a continuación se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de diciembre de 2018:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	0	1	8	21	30
Innovación	0	0	3	12	15
Formación	1	0	19	41	64
Promoción	1	5	13	18	37
Comunicación	0	1	9	6	16
Total:	5	7	52	98	162

En cuanto al grado de cumplimiento de las metas previstas, establecidos en los objetivos relacionados en el Anexo I del Contrato-Programa 2018, de acuerdo con lo expresado en el punto anterior, se observa que a 31 de diciembre de 2018, existe un 3,1% de indicadores que no han mostrado actividad; un 4,3% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 32,1% de éstos sí han superado el límite anterior; finalmente, el 60,5% de los indicadores han alcanzado o superado su objetivo inicial previsto.

El Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas, sobre el tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos, que es aplicable a partir del 25 de mayo de 2018, ha afectado a la previsión de dos indicadores relacionados con las Campañas de Marketing Directo nacional e internacional, reduciéndolos considerablemente (9.3.1 y 9.3.2). En lo que respecta a la campaña nacional se ha reducido el indicador de 32.613 a 1.515 (destinatarios que nos han renovado su confianza) y en internacional se ha pasado de 12.804 a 0 (se está trabajando en realización de una campaña de renovación de la confianza en destinatarios extranjeros). Por todo lo expuesto, se espera que estos indicadores obtengan unos resultados bastante menores.

12/03/2019 11:13:15
 Firmante: FERNANDEZ,DELEGADO 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) CARM-776eb3ed-44af-09e8-8e79-005056946280



Como conclusión final, se puede afirmar que en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa, durante el ejercicio 2018 el ITREM ha cumplido de forma satisfactoria con el contenido, objetivos y metas, de acuerdo con lo previsto y sin incidencias notables a destacar, salvo las señaladas como consecuencia de la disminución del presupuesto inicial en un 8,18% y de la entrada en vigor de la nueva norma sobre protección de datos. Es importante destacar que el 10 de marzo de 2018 entró en vigor la Ley de Contratos del Sector Público, ley que ha supuesto un notable incrementado en las tareas de la contratación realizada por el ITREM, mientras que el número de efectivos dedicados a la consecución de los objetivos y metas establecidos en el Contrato Programa 2018 ha sido sensiblemente inferior a lo previsto inicialmente.

Dado el grado de cumplimiento y lo expuesto en el párrafo anterior, no ha sido necesario incluir ningún tipo de factor corrector como consecuencia de estas desviaciones, si bien, se va a proceder al análisis y oportuno estudio de aquellos indicadores que no han cumplido con las expectativas. 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 2018, 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

12/03/2019 11:13:15

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) CARM-776eb3ed-44af-09e8-8e79-005056946280



ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2018

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2018	
LÍN-1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	120,00%
1.1.1	Redacción de los decretos reguladores de actividades turísticas	Nº decretos redactados	5	6	120,00%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	239,24%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	300	739	246,33%
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	3.018	232,15%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	149,23%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	194	149,23%
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	95,87%
1.4.1	Habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Nuevos guías turísticos habilitados	30	27	90,00%
		Nº guías turísticos habilitados	302	297	98,34%
1.4.2	Actualización del apartado del Registro de Empresas y Actividades Turísticas relativo a guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Nº registros a comprobar	272	270	99,26%
MED-1.5	DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"			Acumul	145,83%
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	35	145,83%
LÍN-2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cumpl.
MED-2.1	INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO			Acumul	122,50%
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40	49	122,50%
MED-2.2	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	245,60%
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	250	614	245,60%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	147,45%
2.3.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	500	667	133,40%
2.3.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	150	206	137,33%
2.3.2.1	Apartamentos y alojamientos vacacionales	Nº visitas de inspección. Apartamentos y alojamientos vacacionales	125	170	136,00%
2.3.2.2	Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección. Zonas de acampada/ autocaravanas	20	14	70,00%
2.3.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección. Otros tipos de establecimientos/ actividades	5	18	360,00%
2.3.2.4	Guías de turismo	Nº de actuaciones	3	4	133,33%
2.3.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	600	597	99,50%
2.3.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	10	11	110,00%
MED-2.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	25,00%
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	128	32	25,00%

12/08/2019 11:33:15

Firmante: FERNANDEZ-DELEGADO 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) CARM-776eb3ed-44af-09e8-8e79-005056946280



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2018	
LÍN-3	IMPULSO DE LA CALIDAD EN DESTINOS, RECURSOS Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS			REAL	% Cmpl.
MED-3.1	CAMPAÑA BANDERA AZUL			Acumul	126,21%
3.1.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul	Nº visitas a playas realizadas	34	40	117,65%
3.1.2	Banderas azules en la Región de Murcia	Nº Banderas Azules	23	31	134,78%
MED-3.2	APOYO AL SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS - SICTED			Acumul	320,00%
3.2.1	Coordinación del sistema de calidad SICTED con los municipios	Nº reuniones sistema de calidad SICTED	5	16	320,00%
MED-3.3	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS			Acumul	85,19%
3.3.1	Asesoramiento en materia de calidad turística	Nº servicios de asesoramiento sobre sistema de calidad Q	5	6	120,00%
3.3.2	Emisión de informes y asistencia a reuniones de coordinación	Nº reuniones celebradas	2	1	50,00%
		Nº informes emitidos	90	77	85,56%
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	108,33%
4.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	10	10	100,00%
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	12	150,00%
		Nº proyectos y actuaciones realizadas	8	6	75,00%
MED-4.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	155,56%
4.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	18	23	127,78%
		Nº informes emitidos	12	22	183,33%
LÍN-5	CAPITAL HUMANO DE ALTA CUALIFICACIÓN			REAL	% Cmpl.
MED-5.1	ADECUAR LA FORMACIÓN A LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR			Acumul	138,50%
5.1.1	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	100	177	177,00%
MED-5.2	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	109,55%
5.2.1	Plan Anual de Formación del Sector Turístico	Nº cursos	124	111	89,52%
		Nº alumnos	1.700	2.162	127,18%
		Nº horas impartidas	8.500	10.993	129,33%
		% ejecución por meses	100%	94%	94,00%
		% cursos realizados/programados	95%	95%	100,00%
		% tasa de abandono del alumnado	15%	13%	115,38%
5.2.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	% encuestas cumplimentadas/total de alumnos	75%	89%	118,67%
		Grado de satisfacción general	8,5	8,7	102,35%
MED-5.3	MEJORA DEL ALCANCE DE LAS ACCIONES PARA DESEMPLEADOS			Acumul	107,13%
5.3.1	Impartición de acciones formativas para desempleados (Certificados de Profesionalidad SEF y cursos CCT)	Nº cursos	34	31	91,18%
		Nº horas impartidas	7.000	9.143	130,61%
		Nº desempleados participantes	500	498	99,60%
MED-5.4	IMPULSO DE LA FORMACIÓN OCUPACIONAL			Acumul	99,16%
5.4.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (SEF y CCT)	Nº cursos	90	82	91,11%
		Nº horas impartidas	1.500	1.217	81,13%
		Nº trabajadores participantes	1.200	1.503	125,25%
MED-5.5	APOYO A LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN GASTRONOMÍA			Acumul	166,56%
5.5.1	Impartición de asignaturas del Grado de Gastronomía UCAM -CCT	Nº asignaturas	12	12	100,00%
		Nº horas impartidas	720	844	117,22%
		Nº alumnos	57	161	282,46%
MED-5.6	DESCENTRALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN			Acumul	98,98%
5.6.1	Realización de acciones formativas presenciales y semipresenciales descentralizadas (desempleados y trabajadores en activo)	Nº cursos	40	41	102,50%
		Nº horas impartidas	800	735	91,88%
		Nº alumnos	700	826	118,00%
5.6.2	Fomento de la enseñanza on line como formación accesible desde cualquier punto de la región	Nº cursos on line	10	8	80,00%
		Nº horas impartidas	350	290	82,86%
		Nº alumnos	150	178	118,67%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2018	
MED-5.7	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	103,17%
5.7.1	Acciones formativas con un porcentaje del 75% de horas en prácticas no laborales en empresas	Nº acciones	2	1	50,00%
		Nº participantes	30	16	53,33%
5.7.2	Gestión y control de prácticas profesionales no laborales curriculares y extracurriculares en empresas	Nº convenios con empresas	120	144	120,00%
		Nº alumnos participantes	200	204	102,00%
5.7.3	Programa de ayudas para la realización de acciones formativas con prácticas laborales remuneradas en empresas turísticas de ámbito regional	Nº beneficiarios	10	0	0,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	30.000	0	0,00%
5.7.4	Programa de ayudas para la formación y/o la realización de prácticas no laborales (stage) en establecimientos de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional	Nº ayudas	4	10	250,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	20.000	50.000	250,00%
LÍN-6	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cmpl.
MED-6.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL Y LA INSERCIÓN LABORAL			Acumul	99,72%
6.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº acciones	20	20	100,00%
		Nº participantes	300	277	92,33%
6.1.2	Orientación profesional dirigida al empleo para alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	200	204	102,00%
6.1.3	Inserción laboral	Nº ofertas en bolsa de trabajo CCT	400	520	130,00%
		% seguimiento y control de ofertas	70%	52%	74,29%
MED-6.2	COLABORACIÓN CON EL TERCER SECTOR			Acumul	140,00%
6.2.1	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	9	180,00%
		Nº acciones formativas y de capacitación profesional	5	6	120,00%
		Nº acciones de visibilización y promoción	5	6	120,00%
LÍN-7	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cmpl.
MED-7.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	199,90%
7.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor	Nº asistentes	1.000	1.522	152,20%
		Nº acciones	24	33	137,50%
7.1.2	Colaboración con empresas y asociaciones del sector para la celebración de jornadas o eventos de interés para el profesional	Nº colaboraciones	10	31	310,00%
MED-7.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	112,58%
7.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento	Nº acciones	11	18	163,64%
		Nº beneficiarios	15	43	286,67%
7.2.2	Programa de ayudas para la participación en eventos o acciones formativas de excelencia dirigidas al profesional	Nº ayudas	5	0	0,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	5.000	0	0,00%
LÍN-8	POSICIONAMIENTO DEL CCT COMO CENTRO DE REFERENCIA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-8.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ALUMNOS Y SUS RESULTADOS			Acumul	166,71%
8.1.1	Difusión de las acciones que desarrolla el CCT	Nº acciones de difusión o visibilización	20	52	260,00%
		Nº impactos SMS / mail	30.000	46.471	154,90%
		Nº publicaciones en redes sociales	1.200	843	70,25%
		% Incremento seguidores en redes sociales	10%	19%	190,00%
		Nº visitas web	90.000	109.660	121,84%
8.1.2	Colaboraciones del centro, sus alumnos y formadores en eventos y actividades de interés para su formación y/o promoción	Nº acciones	10	21	210,00%
		Nº participantes	150	240	160,00%
MED-8.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	47,45%
8.2.1	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%	102,11%
		Nº días de apertura	65	57	87,69%
		Nº clientes	3.300	3.205	97,12%
		Nº eventos gastronómicos y promociones	10	7	70,00%
MED-8.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	103,17%
8.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	100	103	103,00%
		Nº nuevas referencias	30	31	103,33%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2018	
MED-8.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	178,07%
8.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional	Nº integrantes del programa	500	411	82,20%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	10	7	70,00%
		Nº seguimientos de su situación profesional y necesidades formativas	50	191	382,00%
LÍN-9	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DIFERENCIADA Y DE CALIDAD			REAL	% Cmpl.
MED-9.1	PROMOCIÓN OFFLINE PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL			Acumul	129,39%
9.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	20	25	125,00%
		Nº contactos profesionales	300	301	100,33%
		Nº Eventos (publico final)	8	10	125,00%
9.1.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	15	8	53,33%
		Nº asistentes	150	197	131,33%
9.1.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	7	9	128,57%
		Nº Asistentes	21	64	304,76%
		Nº de artículos realizados	18	18	100,00%
9.1.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional	Nº Workshops	23	26	113,04%
		Nº contactos profesionales	575	1.035	180,00%
9.1.5	Plan de formento de la Región de Murcia como destino de turismo deportivo	Nº eventos	24	21	87,50%
		Nº participantes	15.000	15.567	103,78%
MED-9.2	PROMOCIÓN OFFLINE PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL			Acumul	93,00%
9.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	27	22	81,48%
		Nº contactos profesionales	315	358	113,65%
		Nº Eventos (publico final)	13	7	53,85%
9.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	15	13	86,67%
		Nº asistentes	75	266	354,67%
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	29	9	31,03%
		Nº Asistentes	80	26	32,50%
		Nº de artículos realizados	72	50	69,44%
9.2.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional	Nº Workshops	14	5	35,71%
		Nº contactos profesionales	210	149	70,95%
MED-9.3	PROMOCIÓN DIRIGIDA A PROFESIONALES Y CLIENTES FINALES A TRAVÉS DE MEDIOS ONLINE			Acumul	74,72%
9.3.1	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Nacional	Nº Newsletters	35	25	71,43%
		Nº destinatarios (BBDD ITREM)	40.000	1.515	3,79%
9.3.2	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Internacional	Nº Newsletters	23	20	86,96%
		Nº destinatarios (BBDD ITREM)	15.000	0	0,00%
9.3.3	Campaña de posicionamiento SEM a través de buscadores para el portal www.murciaturistica.es	Nº Clicks	630.000	1.035.485	164,36%
		Nº impresiones	48.000.000	58.450.555	121,77%
MED-9.4	INCENTIVAR LA INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	101,02%
9.4.1	Mercadotecnia - Acuerdos de Co-Marketing con touroperadores y receptivos	Nº Pax traídos a la Región de Murcia	87.727	144.415	164,62%
		Nº pernoctaciones	579.644	367.449	63,39%
9.4.2	Mercadotecnia - Acuerdos de Co-Marketing con operadores online	Nº clicks	2.000.000	398.304	19,92%
		Nº impresiones	172.000.000	214.530.820	124,73%
9.4.3	Operativas y otros acuerdos de co-marketing con canales de venta on- & offline nacionales e internacionales	Nº Acuerdos de co-marketing	20	12	60,00%
		Nº Operativas	16	19	118,75%
		Nº Pax traídos a la Región de Murcia	45.000	113.732	252,74%
9.4.4	Acciones de prospección y fidelización B2B (visitas comerciales y prospección de ferias)	Nº acciones	16	8	50,00%
		Nº contactos profesionales	80	44	55,00%
LÍN-10	MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO			REAL	% Cmpl.
MED-10.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD Y LA PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO/ DESTINO A TRAVÉS DE PRESCRIPTORES			Acumul	76,63%
10.1.1	Mejora de contenido y visibilidad del destino y productos en el portal turístico www.murciaturistica.es	Nº Visitas al portal de murciaturistica.es	4.000.000	2.085.990	52,15%
		Nº Eventos publicados en Agenda	4.000	3.108	77,70%
		Nº Especiales que den visibilidad al producto (versión español)	45	39	86,67%
10.1.2	Mejora de contenido y visibilidad del destino y productos en otros canales online	Nº acciones de mejora	20	18	90,00%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 31/12/2018	
MED-10.2	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	95,37%
10.2.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	30	36	120,00%
		Nº de impresiones online	20.000.000	45.128.873	225,64%
10.2.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	35	23	65,71%
		Nº de impresiones online	50.000.000	41.939.163	83,88%
10.2.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	20	12	60,00%
		Nº de impresiones online	40.000.000	6.798.490	17,00%
MED-10.3	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	280,00%
10.3.1	Folleto por producto turístico	Nº folletos (productos) publicados	5	12	240,00%
10.3.2	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, logotipos	Nº elementos	20	64	320,00%
MED-10.4	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	104,00%
10.4.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	150	222	148,00%
10.4.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	60	36	60,00%
MED-10.5	PRESENCIA DEL DESTINO EN REDES SOCIALES			Acumul	97,75%
10.5.1	Estrategia de contenidos	Nº contenidos publicados	4.200	3.994	95,10%
10.5.2	Captación y fidelización de seguidores	Nº total de seguidores	140.000	140.575	100,41%
LÍN-11	INNOVACIÓN & TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO			REAL	% Cumpl.
MED-11.1	DIGITALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	164,70%
11.1.1	DESARROLLO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)	Nº de acciones	1	1	100,00%
11.1.2	Implantación de APPs (white label) en destinos & empresas turísticas	Nº de empresas con APPs implementadas	6	8	133,33%
		Nº de descargas	400	649	162,25%
11.1.3	Consolidación del sistema de Inteligencia Turístico Regional (Business Intelligence)	Nº Proyectos Big Data	1	2	200,00%
		Nº de fuentes de datos integrados	4	5	125,00%
11.1.4	RITMO 4.0: OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI	Nº de Oficinas virtuales.	5	17	340,00%
		Nº de sesiones de formación	12	17	141,67%
		Nº de acciones de seguimiento	65	75	115,38%
MED-11.2	APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN			Acumul	144,80%
11.2.1	Mantenimiento & posicionamiento SEO/SEM	Horas de seguimiento	225	228	101,33%
11.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de optimizaciones	10	34	340,00%
		Nº de acciones formación /consultoría	35	22	62,86%
		Nº nuevos usuarios	60	45	75,00%
MED-11.3	DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			Acumul	93,33%
11.3.1	Adecuación tecnológica a la ley 39/40 de 2015	Nº de formularios online	5	4	80,00%
11.3.2	Optimización de herramientas internas	Nº de herramientas optimizadas	4	4	100,00%
		Nº incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%	90%	100,00%



Anexo II

RECURSOS ECONÓMICOS Y FUENTES DE FINANCIACIÓN DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2018

PRESUPUESTO EJERCICIO 2018 MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA 31 de diciembre de 2018	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)					
	A01 Promoción	A02 Comunicación	A03 Ordenación	A04 Innovación	A05 Formación	TOTAL
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	3.845,95	2.992,29	1.136,94	446,58	1.509,15	9.930,93
I. Costes de Personal	697,85	393,33	655,39	192,33	491,41	2.430,30
Nº Empleados (1)	17,05	9,27	13,31	4,52	12,06	56,21
Gastos en operaciones de capital	205,00	0,00	331,75	0,00	64,16	600,91
Gastos en operaciones corrientes	2.943,10	2.598,96	149,80	254,26	953,59	6.899,72
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	3.845,95	2.992,29	1.136,94	446,58	1.509,15	9.930,93
Ingresos de Operaciones Corrientes:	3.640,95	2.992,29	805,19	446,58	1.445,00	9.330,02
Transferencias Corrientes de la CARM	3.639,60	2.992,29	805,19	446,58	903,48	8.787,15
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	1,36	0,00	0,00	0,00	541,52	542,87
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	205,00	0,00	331,75	0,00	64,16	600,91
Transferencias de Capital de la CARM	205,00	0,00	331,75	0,00	0,00	536,75
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	0,00	64,16	64,16

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

