

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 30 DE ABRIL DE 2018

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 Abril-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 30-04-2018	830,27	506,60	363,36	61,78	466,45	2.228,45
<i>Ejecución % sobre Inicial</i>	15,85%	14,54%	19,34%	11,93%	25,96%	17,26%

El porcentaje se eleva al 71,07% si incluimos en el presupuesto ejecutado el importe de los compromisos formalizados a 30 de abril de 2018.

Los valores presupuestarios iniciales establecidos en el Contrato-Programa 2018 pueden ser alterados debido a un bloqueo en el presupuesto corriente del ITREM para gastos de funcionamiento que desde la Dirección General de Presupuestos tiene activado por un importe de 1.000.000,00 euros.

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 30 de abril de 2018:

17/12/2018 13:26:52
 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) bc2259e7-aa03-17b7-528997234506



Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	4	13	11	2	30
Innovación	4	6	3	2	15
Formación	9	26	22	7	64
Promoción	6	23	8	0	37
Comunicación	1	11	2	2	16
Total:	24	79	46	13	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 30 de abril de 2018, existe un 14,81% de indicadores que no han mostrado actividad; un 48,77% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 28,40% de éstos sí han superado el límite anterior; finalmente, el 8,02% de los indicadores han alcanzado o superado su objetivo inicial previsto.

Como conclusión final, a 30 de abril de 2018, se puede afirmar que en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa, el ITREM está cumplido de forma satisfactoria con el contenido y los objetivos, de acuerdo con lo previsto y sin incidencias notables a destacar.

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 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



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 30/04/2018	
LÍN-1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	20,00%
1.1.1	Redacción de los decretos reguladores de actividades turísticas	Nº decretos redactados	5	1	20,00%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	55,92%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	300	165	55,00%
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	739	56,85%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	36,15%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	47	36,15%
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	0,11%
1.4.1	Habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Nuevos guías turísticos habilitados	30	0	0,00%
		Nº guías turísticos habilitados	302	1	0,33%
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	0	0,00%
MED-1.5	DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"			Acumul	45,83%
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	11	45,83%
LÍN-2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-2.1	INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO			Acumul	0,00%
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40	0	0,00%
MED-2.2	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	78,80%
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	250	197	78,80%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	51,54%
2.3.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	500	403	80,60%
2.3.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	150	117	78,00%
2.3.2.1	Apartamentos y alojamientos vacacionales	Nº visitas de inspección. Apartamentos y alojamientos vacacionales	125	108	86,40%
2.3.2.2	Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección. Zonas de acampada/ autocaravanas	20	5	25,00%
2.3.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección. Otros tipos de establecimientos/ actividades	5	4	80,00%
2.3.2.4	Guías de turismo	Nº de actuaciones	3	0	0,00%
2.3.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	600	134	22,33%
2.3.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	10	4	40,00%
MED-2.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	8,59%
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	128	11	8,59%
LÍN-3	IMPULSO DE LA CALIDAD EN DESTINOS, RECURSOS Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS			REAL	% Cmpl.
MED-3.1	CAMPAÑA BANDERA AZUL			Acumul	52,94%
3.1.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul	Nº visitas a playas realizadas	34	2	5,88%
3.1.2	Banderas azules en la Región de Murcia	Nº Banderas Azules	23	23	100,00%

17/12/2018 13:26:52

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) bc2259e7-ea03-7ba7-528937234506



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 30/04/2018	
MED-3.2	APOYO AL SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS - SICTED			Acumul	80,00%
3.2.1	Coordinación del sistema de calidad SICTED con los municipios	Nº reuniones sistema de calidad SICTED	5	4	80,00%
MED-3.3	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS			Acumul	353,70%
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	20	1000,00%
		Nº informes emitidos	90	1	1,11%
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	31,67%
4.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	10	2	20,00%
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	8	2	25,00%
MED-4.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	44,44%
4.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	18	7	38,89%
		Nº informes emitidos	12	6	50,00%
LÍN-5	CAPITAL HUMANO DE ALTA CUALIFICACIÓN			REAL	% Cmpl.
MED-5.1	ADECUAR LA FORMACIÓN A LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR			Acumul	0,00%
5.1.1	Estudio anual de las necesidades formativas del sector del turismo y la hostelería en la Región de Murcia	% ejecución	100%	0%	0,00%
		Nº asociaciones/empresas consultadas	100	0	0,00%
MED-5.2	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	77,01%
5.2.1	Plan Anual de Formación del Sector Turístico	Nº cursos	124	60	48,39%
		Nº alumnos	1.700	1.010	59,41%
		Nº horas impartidas	8.500	3.963	46,62%
		% ejecución por meses	100%	48%	48,00%
		% cursos realizados/programados	95%	97%	102,11%
		% tasa de abandono del alumnado	15%	14%	93,33%
5.2.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	% encuestas cumplimentadas/total de alumnos	75%	86%	114,67%
		Grado de satisfacción general	8,5	8,8	103,53%
MED-5.3	MEJORA DEL ALCANCE DE LAS ACCIONES PARA DESEMPLEADOS			Acumul	39,37%
5.3.1	Impartición de acciones formativas para desempleados (Certificados de Profesionalidad SEF y cursos CCT)	Nº cursos	34	12	35,29%
		Nº horas impartidas	7.000	3.208	45,83%
		Nº desempleados participantes	500	185	37,00%
MED-5.4	IMPULSO DE LA FORMACIÓN OCUPACIONAL			Acumul	55,62%
5.4.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (SEF y CCT)	Nº cursos	90	43	47,78%
		Nº horas impartidas	1.500	755	50,33%
		Nº trabajadores participantes	1.200	825	68,75%
MED-5.5	APOYO A LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN GASTRONOMÍA			Acumul	57,29%
5.5.1	Impartición de asignaturas del Grado de Gastronomía UCAM -CCT	Nº asignaturas	12	5	41,67%
		Nº horas impartidas	720	369	51,25%
		Nº alumnos	57	45	78,95%
MED-5.6	DESCENTRALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN			Acumul	58,63%
5.6.1	Realización de acciones formativas presenciales y semipresenciales descentralizadas (desempleados y trabajadores en activo)	Nº cursos	40	23	57,50%
		Nº horas impartidas	800	522	65,25%
		Nº alumnos	700	479	68,43%
5.6.2	Fomento de la enseñanza on line como formación accesible desde cualquier punto de la región	Nº cursos on line	10	4	40,00%
		Nº horas impartidas	350	170	48,57%
		Nº alumnos	150	108	72,00%
MED-5.7	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	18,10%
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	24	20,00%
		Nº alumnos participantes	200	43	21,50%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 30/04/2018	
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	0	0,00%
		Importe total de las ayudas (euros)	20.000	0	0,00%
LÍN-6	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cumpl.
MED-6.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL Y LA INSERCIÓN LABORAL			Acumul	54,39%
6.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº acciones	20	10	50,00%
		Nº participantes	300	143	47,67%
6.1.2	Orientación profesional dirigida al empleo para alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	200	79	39,50%
6.1.3	Inserción laboral	Nº ofertas en bolsa de trabajo CCT	400	162	40,50%
		% seguimiento y control de ofertas	70	66	94,29%
MED-6.2	COLABORACIÓN CON EL TERCER SECTOR			Acumul	40,00%
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	3	60,00%
		Nº acciones formativas y de capacitación profesional	5	2	40,00%
		Nº acciones de visibilización y promoción	5	1	20,00%
LÍN-7	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Cumpl.
MED-7.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	91,44%
7.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor	Nº asistentes	1.000	760	76,00%
		Nº acciones	24	14	58,33%
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	14	140,00%
MED-7.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	59,85%
7.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento	Nº acciones	11	8	72,73%
		Nº beneficiarios	15	25	166,67%
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	% Cumpl.
MED-8.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ALUMNOS Y SUS RESULTADOS			Acumul	53,35%
8.1.1	Difusión de las acciones que desarrolla el CCT	Nº acciones de difusión o visibilización	20	18	90,00%
		Nº impactos SMS / mail	30.000	13.957	46,52%
		Nº publicaciones en redes sociales	1.200	291	24,25%
		% Incremento seguidores en redes sociales	10%	8%	80,00%
		Nº visitas web	90.000	41.402	46,00%
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	5	50,00%
		Nº participantes	150	55	36,67%
MED-8.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	34,37%
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	23	35,38%
		Nº clientes	3.300	1.323	40,09%
		Nº eventos gastronómicos y promociones	10	0	0,00%
MED-8.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	20,67%
8.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	100	8	8,00%
		Nº nuevas referencias	30	10	33,33%
MED-8.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	83,07%
8.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional	Nº integrantes del programa	500	386	77,20%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	10	2	20,00%
		Nº seguimientos de su situación profesional y necesidades formativas	50	76	152,00%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 30/04/2018	
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	37,19%
9.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	20	11	55,00%
		Nº contactos profesionales	300	167	55,67%
		Nº Eventos (publico final)	8	2	25,00%
9.1.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	15	4	26,67%
		Nº asistentes	150	108	72,00%
9.1.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	7	2	28,57%
		Nº Asistentes	21	5	23,81%
		Nº de artículos realizados	18	9	50,00%
9.1.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional	Nº Workshops	23	6	26,09%
		Nº contactos profesionales	575	211	36,70%
9.1.5	Plan de formento de la Región de Murcia como destino de turismo deportivo	Nº eventos	24	6	25,00%
		Nº participantes	15.000	3.274	21,83%
MED-9.2	PROMOCIÓN OFFLINE PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL			Acumul	17,03%
9.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	27	13	48,15%
		Nº contactos profesionales	315	193	61,27%
		Nº Eventos (publico final)	13	0	0,00%
9.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	15	5	33,33%
		Nº asistentes	75	11	14,67%
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	29	0	0,00%
		Nº Asistentes	80	0	0,00%
		Nº de artículos realizados	72	0	0,00%
9.2.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional	Nº Workshops	14	1	7,14%
		Nº contactos profesionales	210	12	5,71%
MED-9.3	PROMOCIÓN DIRIGIDA A PROFESIONALES Y CLIENTES FINALES A TRAVÉS DE MEDIOS ONLINE			Acumul	36,68%
9.3.1	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Nacional	Nº Newsletters	35	11	31,43%
		Nº destinatarios (BBDD ITREM)	40.000	32.613	81,53%
9.3.2	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Internacional	Nº Newsletters	23	5	21,74%
		Nº destinatarios (BBDD ITREM)	15.000	12.804	85,36%
9.3.3	Campaña de posicionamiento SEM a través de buscadores para el portal www.murciaturistica.es	Nº Clicks	630.000	0	0,00%
		Nº impresiones	48.000.000	0	0,00%
MED-9.4	INCENTIVAR LA INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	26,94%
9.4.1	Mercadotecnia - Acuerdos de Co-Marketing con touroperadores y receptivos	Nº Pax traídos a la Región de Murcia	87.727	33.614	38,32%
		Nº pernотaciones	579.644	76.901	13,27%
9.4.2	Mercadotecnia - Acuerdos de Co-Marketing con operadores online	Nº clicks	2.000.000	177.165	8,86%
		Nº impresiones	172.000.000	75.727.130	44,03%
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	6	30,00%
		Nº Operativas	16	10	62,50%
		Nº Pax traídos a la Región de Murcia	45.000	4.702	10,45%
9.4.4	Acciones de prospección y fidelización B2B (visitas comerciales y prospección de ferias)	Nº acciones	16	4	25,00%
		Nº contactos profesionales	80	8	10,00%
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	17,05%
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	554.257	13,86%
		Nº Eventos publicados en Agenda	4.000	841	21,03%
		Nº Especiales que den visibilidad al producto (versión español)	45	15	33,33%
10.1.2	Mejora de contenido y visibilidad del destino y productos en otros canales online	Nº acciones de mejora	20	0	0,00%
MED-10.2	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	17,75%
10.2.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	30	11	36,67%
		Nº de impresiones online	20.000.000	5.999.998	30,00%
10.2.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	35	7	20,00%
		Nº de impresiones online	50.000.000	2.989.125	5,98%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Diciembre 30/04/2018	
10.2.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	20	2	10,00%
		Nº de impresiones online	40.000.000	1.534.275	3,84%
MED-10.3	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	110,00%
10.3.1	Folletos por producto turístico	Nº folletos (productos) publicados	5	6	120,00%
10.3.2	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, logotipos	Nº elementos	20	20	100,00%
MED-10.4	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	31,83%
10.4.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	150	78	52,00%
10.4.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	60	7	11,67%
MED-10.5	PRESENCIA DEL DESTINO EN REDES SOCIALES			Acumul	59,60%
10.5.1	Estrategia de contenidos	Nº contenidos publicados	4.200	1.345	32,02%
10.5.2	Captación y fidelización de seguidores	Nº total de seguidores	140.000	122.055	87,18%
LÍN-11	INNOVACIÓN & TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO			REAL	% Cmpl.
MED-11.1	DIGITALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	31,68%
11.1.1	DESARROLLO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)	Nº de acciones	1	0	0,00%
11.1.2	Implantación de APPs (white label) en destinos & empresas turísticos	Nº de empresas con APPs implementadas	6	0	0,00%
		Nº de descargas	400	0	0,00%
11.1.3	Consolidación del sistema de Inteligencia Turístico Regional (Business Intelligence)	Nº Proyectos Big Data	1	1	100,00%
		Nº de fuentes de datos integrados	4	1	25,00%
11.1.4	RITMO 4.0: OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI	Nº de Oficinas virtuales.	5	1	20,00%
		Nº de sesiones de formación	12	6	50,00%
		Nº de acciones de seguimiento	65	38	58,46%
MED-11.2	APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN			Acumul	27,29%
11.2.1	Mantenimiento & posicionamiento SEO/SEM	Horas de seguimiento	225	87	38,67%
11.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de optimizaciones	10	4	40,00%
		Nº de acciones formación /consultoría	35	6	17,14%
		Nº nuevos usuarios	60	8	13,33%
MED-11.3	DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			Acumul	52,96%
11.3.1	Adecuación tecnológica a la ley 39/40 de 2015	Nº de formularios online	5	0	0,00%
11.3.2	Optimización de herramientas internas	Nº de herramientas optimizadas	4	2	50,00%
		Nº Incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%	98%	108,89%



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	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	830,27	506,60	363,36	61,78	466,45	2.228,45
I. Costes de Personal	228,28	110,95	206,84	30,26	164,97	741,30
Nº Empleados (1)	19,29	8,79	14,89	2,38	13,65	59
Gastos en operaciones de capital	0,00	0,00	121,81	0,00	0,00	121,81
Gastos en operaciones corrientes	601,98	395,65	34,71	31,52	301,48	1.365,34
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	830,27	506,60	363,36	61,78	466,45	2.228,45
Ingresos de Operaciones Corrientes:	830,27	506,60	241,55	61,78	466,45	2.106,64
Transferencias Corrientes de la CARM	830,27	506,60	241,55	61,78	326,17	1.966,37
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	140,28	140,28
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos de Operaciones de Capital:	0,00	0,00	121,81	0,00	0,00	121,81
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	0,00	121,81	0,00	0,00	121,81
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

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

