

INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE AGOSTO 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 Agosto-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 31-08-2018	2.136,98	1.574,55	666,27	208,52	948,25	5.534,57
<i>Ejecución % sobre Inicial</i>	40,81%	45,20%	35,46%	40,25%	52,77%	42,86%

El porcentaje de “Ejecución” se eleva al 72,68% si incluimos en el presupuesto ejecutado el importe de los compromisos formalizados a 31 de agosto de 2018.

Los valores presupuestarios iniciales establecidos en el Contrato-Programa 2018 pueden ser alterados durante el ejercicio 2018 debido a bloqueos o reducciones presupuestarias. Con respecto al presupuesto inicial del ITREM, a 31 de agosto de 2018 existen un diferencial de -556.000 euros, de los que 300.000 euros corresponden a un bloqueo en el proyecto Ruta cicloturista europea EuroVelo y 256.000 euros a una reducción presupuestaria para gastos corrientes de funcionamiento.

17/12/2018 13:26:52
 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) bc223745-aa03-3444-295764727056

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL



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 agosto de 2018:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total
Ordenación	3	3	11	13	30
Innovación	1	2	7	5	15
Formación	4	7	34	19	64
Promoción	1	13	13	10	37
Comunicación	0	6	8	2	16
Total:	9	31	73	49	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 agosto de 2018, existe un 5,6% de indicadores que no han mostrado actividad; un 19,1% de los indicadores con actividad no han alcanzado la mitad de sus metas previstas, mientras que un 45,1% de éstos sí han superado el límite anterior; finalmente, el 30,3% 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.

Como conclusión final, a 31 de agosto 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, salvo las señaladas como consecuencia de la disminución del presupuesto inicial en un 4,31% y de la entrada en vigor de la nueva norma sobre protección de datos.

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

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) bc223745-aa03-3444-295764727056



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

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) bc223745-aa03-3444-295764727056



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	Agosto 31/08/2018	
LÍN-1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	80,00%
1.1.1	Redacción de los decretos reguladores de actividades turísticas	Nº decretos redactados	5	4	80,00%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	137,90%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	300	505	168,33%
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	1.397	107,46%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	70,77%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	130	92	70,77%
1.3.2	Inhibiciones a otras administraciones	Nº de inhibiciones a otras administraciones			
1.3.3	Reclamaciones archivadas	Nº de reclamaciones archivadas			
1.3.4	Recursos de alzada tramitados	Nº recursos de alzada tramitados			
1.3.5	Preparación y envío de expedientes a los juzgados contencioso-administrativos	Nº expedientes enviados a los juzgados contencioso-administrativos			
MED-1.4	ORDENACIÓN Y CONTROL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS			Acumul	0,00%
1.4.1	Habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Nuevos guías turísticos habilitados	30	0	0,00%
		Nº guías turísticos habilitados	302	0	0,00%
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	95,83%
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	23	95,83%
LÍN-2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Cmpl.
MED-2.1	INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO			Acumul	32,50%
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40	13	32,50%
MED-2.2	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	144,80%
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	250	362	144,80%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	119,90%
2.3.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	500	626	125,20%
2.3.2	Visitas a la oferta ilegal	Nº visitas totales de inspección	150	195	130,00%
2.3.2.1	Apartamentos y alojamientos vacacionales	Nº visitas de inspección. Apartamentos y alojamientos vacacionales	125	166	132,80%
2.3.2.2	Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección. Zonas de acampada/ autocaravanas	20	13	65,00%
2.3.2.3	Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección. Otros tipos de establecimientos/ actividades	5	14	280,00%
2.3.2.4	Guías de turismo	Nº de actuaciones	3	2	66,67%
2.3.3	Regularización de la oferta ilegal tras su detección	Nº unidades alojativas regularizadas presentando declaración responsable	600	417	69,50%
2.3.4	Nº de actas trasladadas a sanciones y reclamaciones por oferta ilegal no regularizada	Nº actas trasladadas a sanciones y reclamaciones	10	9	90,00%
MED-2.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	21,09%
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas a establecimientos clasificados	128	27	21,09%

17/12/2018 13:26:52

Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL
 Esto 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) bc228745-aa03-3444-29576477056



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2018	
LÍN-3	IMPULSO DE LA CALIDAD EN DESTINOS, RECURSOS Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS			REAL	% Cmpl.
MED-3.1	CAMPAÑA BANDERA AZUL			Acumul	124,74%
3.1.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul	Nº visitas a playas realizadas	34	39	114,71%
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	240,00%
3.2.1	Coordinación del sistema de calidad SICTED con los municipios	Nº reuniones sistema de calidad SICTED	5	12	240,00%
MED-3.3	GESTIÓN, ASESORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS			Acumul	67,78%
3.3.1	Asesoramiento en materia de calidad turística	Nº servicios de asesoramiento sobre sistema de calidad Q	5	5	100,00%
3.3.2	Emisión de informes y asistencia a reuniones de coordinación	Nº reuniones celebradas	2	1	50,00%
		Nº informes emitidos	90	48	53,33%
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	69,17%
4.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos finalizados	10	7	70,00%
4.1.2	Ejecución, dotación y mantenimiento de infraestructuras y equipamientos en colaboración con consorcios o proyectos turísticos	Nº acciones de colaboración con consorcios y proyectos turísticos	8	8	100,00%
		Nº proyectos y actuaciones realizadas	8	3	37,50%
MED-4.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	95,83%
4.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	18	15	83,33%
		Nº informes emitidos	12	13	108,33%
LÍN-5	CAPITAL HUMANO DE ALTA CUALIFICACIÓN			REAL	% Cmpl.
MED-5.1	ADECUAR LA FORMACIÓN A LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR			Acumul	83,50%
5.1.1	Estudio anual de las necesidades formativas del sector del turismo y la hostelería en la Región de Murcia	% ejecución	100%	50%	50,00%
		Nº asociaciones/empresas consultadas	100	117	117,00%
MED-5.2	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	89,48%
5.2.1	Plan Anual de Formación del Sector Turístico	Nº cursos	124	83	66,94%
		Nº alumnos	1.700	1.424	83,76%
		Nº horas impartidas	8.500	4.723	55,56%
		% ejecución por meses	100%	70%	70,00%
		% cursos realizados/programados	95%	98%	103,16%
		% 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	53,49%
5.3.1	Impartición de acciones formativas para desempleados (Certificados de Profesionalidad SEF y cursos CCT)	Nº cursos	34	17	50,00%
		Nº horas impartidas	7.000	3.812	54,46%
		Nº desempleados participantes	500	280	56,00%
MED-5.4	IMPULSO DE LA FORMACIÓN OCUPACIONAL			Acumul	74,61%
5.4.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (SEF y CCT)	Nº cursos	90	61	67,78%
		Nº horas impartidas	1.500	911	60,73%
		Nº trabajadores participantes	1.200	1.144	95,33%
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	86,70%
5.6.1	Realización de acciones formativas presenciales y semipresenciales descentralizadas (desempleados y trabajadores en activo)	Nº cursos	40	35	87,50%
		Nº horas impartidas	800	674	84,25%
		Nº alumnos	700	706	100,86%
5.6.2	Fomento de la enseñanza on line como formación accesible desde cualquier punto de la región	Nº cursos on line	10	7	70,00%
		Nº horas impartidas	350	260	74,29%
		Nº alumnos	150	155	103,33%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2018	
MED-5.7	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	88,23%
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	72	60,00%
		Nº alumnos participantes	200	85	42,50%
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	89,69%
6.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº acciones	20	17	85,00%
		Nº participantes	300	237	79,00%
6.1.2	Orientación profesional dirigida al empleo para alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	200	143	71,50%
6.1.3	Inserción laboral	Nº ofertas en bolsa de trabajo CCT	400	366	91,50%
		% seguimiento y control de ofertas	70%	85%	121,43%
MED-6.2	COLABORACIÓN CON EL TERCER SECTOR			Acumul	66,67%
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	5	100,00%
		Nº acciones formativas y de capacitación profesional	5	3	60,00%
		Nº acciones de visibilización y promoción	5	2	40,00%
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	106,53%
7.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor	Nº asistentes	1.000	846	84,60%
		Nº acciones	24	18	75,00%
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	16	160,00%
MED-7.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	77,88%
7.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento	Nº acciones	11	13	118,18%
		Nº beneficiarios	15	29	193,33%
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	102,27%
8.1.1	Difusión de las acciones que desarrolla el CCT	Nº acciones de difusión o visibilización	20	41	205,00%
		Nº impactos SMS / mail	30.000	18.644	62,15%
		Nº publicaciones en redes sociales	1.200	545	45,42%
		% Incremento seguidores en redes sociales	10%	14%	140,00%
8.1.2	Colaboraciones del centro, sus alumnos y formadores en eventos y actividades de interés para su formación y/o promoción	Nº visitas web	90.000	70.774	78,64%
		Nº acciones	10	12	120,00%
		Nº participantes	150	97	64,67%
MED-8.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	42,83%
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	45	69,23%
		Nº clientes	3.300	2.568	77,82%
		Nº eventos gastronómicos y promociones	10	5	50,00%
MED-8.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	33,50%
8.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	100	27	27,00%
		Nº nuevas referencias	30	12	40,00%



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31/08/2018	
MED-8.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	126,13%
8.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional	Nº integrantes del programa	500	402	80,40%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	10	3	30,00%
		Nº seguimientos de su situación profesional y necesidades formativas	50	134	268,00%
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	77,02%
9.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	20	20	100,00%
		Nº contactos profesionales	300	280	93,33%
		Nº Eventos (publico final)	8	5	62,50%
9.1.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	15	5	33,33%
		Nº asistentes	150	151	100,67%
9.1.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	7	7	100,00%
		Nº Asistentes	21	24	114,29%
		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	13	56,52%
		Nº contactos profesionales	575	394	68,52%
9.1.5	Plan de formento de la Región de Murcia como destino de turismo deportivo	Nº eventos	24	10	41,67%
		Nº participantes	15.000	8.012	53,41%
MED-9.2	PROMOCIÓN OFFLINE PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL			Acumul	62,55%
9.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº Ferias	27	16	59,26%
		Nº contactos profesionales	315	287	91,11%
		Nº Eventos (publico final)	13	4	30,77%
9.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº FAM Trips	15	9	60,00%
		Nº asistentes	75	243	324,00%
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº PRESS/BLOG Trips	29	4	13,79%
		Nº Asistentes	80	10	12,50%
		Nº de artículos realizados	72	6	8,33%
9.2.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional	Nº Workshops	14	2	14,29%
		Nº contactos profesionales	210	24	11,43%
MED-9.3	PROMOCIÓN DIRIGIDA A PROFESIONALES Y CLIENTES FINALES A TRAVÉS DE MEDIOS ONLINE			Acumul	50,48%
9.3.1	Campañas de Marketing Directo a través de Newsletters - Nacional	Nº Newsletters	35	19	54,29%
		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	15	65,22%
		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	568.504	90,24%
		Nº impresiones	48.000.000	42.898.162	89,37%
MED-9.4	INCENTIVAR LA INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	78,06%
9.4.1	Mercadotecnia - Acuerdos de Co-Marketing con touroperadores y receptivos	Nº Pax traídos a la Región de Murcia	87.727	89.771	102,33%
		Nº pernoctaciones	579.644	237.105	40,91%
9.4.2	Mercadotecnia - Acuerdos de Co-Marketing con operadores online	Nº clicks	2.000.000	254.492	12,72%
		Nº impresiones	172.000.000	224.765.639	130,68%
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	18	112,50%
		Nº Pax traídos a la Región de Murcia	45.000	89.832	199,63%
9.4.4	Acciones de prospección y fidelización B2B (visitas comerciales y prospección de ferias)	Nº acciones	16	5	31,25%
		Nº contactos profesionales	80	10	12,50%
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	62,06%
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	1.452.029	36,30%
		Nº Eventos publicados en Agenda	4.000	2.389	59,73%
		Nº Especiales que den visibilidad al producto (versión español)	45	28	62,22%
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	Agosto 31/08/2018	
MED-10.2	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	40,49%
10.2.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	30	22	73,33%
		Nº de impresiones online	20.000.000	13.288.818	66,44%
10.2.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	35	11	31,43%
		Nº de impresiones online	50.000.000	20.996.669	41,99%
10.2.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	20	4	20,00%
		Nº de impresiones online	40.000.000	3.899.232	9,75%
MED-10.3	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	147,50%
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	35	175,00%
MED-10.4	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	66,67%
10.4.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	150	145	96,67%
10.4.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	60	22	36,67%
MED-10.5	PRESENCIA DEL DESTINO EN REDES SOCIALES			Acumul	80,30%
10.5.1	Estrategia de contenidos	Nº contenidos publicados	4.200	2.758	65,67%
10.5.2	Captación y fidelización de seguidores	Nº total de seguidores	140.000	132.908	94,93%
LÍN-11	INNOVACIÓN & TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO			REAL	% Cumpl.
MED-11.1	DIGITALIZACIÓN DEL DESTINO			Acumul	88,68%
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	5	83,33%
		Nº de descargas	400	484	121,00%
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	3	75,00%
11.1.4	RITMO 4.0: OFICINA DE TURISMO DEL SIGLO XXI	Nº de Oficinas virtuales.	5	3	60,00%
		Nº de sesiones de formación	12	11	91,67%
		Nº de acciones de seguimiento	65	51	78,46%
MED-11.2	APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN			Acumul	114,76%
11.2.1	Mantenimiento & posicionamiento SEO/SEM	Horas de seguimiento	225	158	70,22%
11.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de optimizaciones	10	31	310,00%
		Nº de acciones formación /consultoría	35	13	37,14%
		Nº nuevos usuarios	60	25	41,67%
MED-11.3	DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			Acumul	61,67%
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	3	75,00%
		Nº incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%	99%	110,00%



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 agosto 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	2.136,98	1.574,55	666,27	208,52	948,25	5.534,57
I. Costes de Personal	471,12	260,19	422,80	68,84	328,84	1.551,78
Nº Empleados (1)	17,86	9,65	13,43	2,60	12,66	56,2
Gastos en operaciones de capital	0,00	0,00	181,54	0,00	0,00	181,54
Gastos en operaciones corrientes	1.665,87	1.314,37	61,93	139,68	619,41	3.801,25
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	2.136,98	1.574,55	666,27	208,52	948,25	5.534,57
Ingresos de Operaciones Corrientes:	2.136,98	1.574,55	484,72	208,52	948,25	5.353,03
Transferencias Corrientes de la CARM	2.136,98	1.574,55	484,72	208,52	670,01	5.074,80
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	278,23	278,23
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	181,54	0,00	0,00	181,54
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	0,00	181,54	0,00	0,00	181,54
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

