



INFORME DE EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO, DE ANÁLISIS Y CONTROL DEL CONTRATO-PROGRAMA A 31 DE AGOSTO DE 2024

Con fecha 6 de febrero de 2024, fue suscrito el Contrato-Programa para el ejercicio 2024 entre la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (BORM nº 39 de 16-02-2024).

El citado Contrato-Programa, en su Cláusula Séptima “Dación de cuentas, Informes de evaluación y periodicidad de informes”, indica que, durante el mes de septiembre, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante ITREM) elaborará el correspondiente “Informe de evaluación de cumplimiento, de análisis y control” del Contrato-Programa 2024. En dicho informe se analizarán el cumplimiento de los objetivos y se compararan los indicadores del Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (en adelante PAAPE) con los realmente ejecutados desde el inicio del ejercicio hasta el periodo objeto de control, además 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 2024, 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**.

A) Consideraciones

El objeto del Contrato-Programa 2024 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, Juventud y Deportes, así como aquellos derivados que en materia de turismo le competen al ITREM.

El ITREM se estructura en seis **Servicios Operativos** mediante los cuales se desarrollan los objetivos y líneas estratégicas previstas en la **Estrategia y Plan de Acción Turismo 2024**, dentro del marco de sus competencias y que son:

Promoción

El servicio de Promoción turística centra sus esfuerzos en generar el clima óptimo para que la oferta turística de la Región de Murcia alcance mayor visibilidad y presencia en los diferentes mercados y públicos objetivos. Esta línea contempla una serie de





actuaciones que inciden en el conjunto de los destinos y benefician a todos los productos turísticos que conforman el portafolio regional.

OBJETIVOS:

- Facilitar y crear las condiciones necesarias para que los recursos, productos y empresas turísticas de la Región de Murcia tengan mayor visibilidad y potencial en el mercado, tanto regional, nacional como internacional, con el fin último de mejorar y reforzar la presencia y las ventas del sector turístico empresarial.
- Realización de un Plan de Marketing integrado, que abarcan diferentes acciones y estímulos dirigidos a un *target* determinado mostrando los diferentes canales para la compra de los distintos productos turísticos existentes en la Región de Murcia.
- Desarrollo de acciones de promoción tanto para el público final como para los diferentes canales de distribución (online y offline) a fin de establecer acuerdos comerciales y presentar la imagen general de la Región de Murcia. Estas acciones se realizan en los mercados regional, nacional e internacional.
- Promover la promoción y comercialización digital.

Además, la Oficina de Promoción será la encargada de llevar a cabo el cambio estructural, eje fundamental y estratégico en el desarrollo turístico de la Región de Murcia, mediante:

- Ampliación de la promoción turística tanto en mercados consolidados (principalmente mercado nacional, Reino Unido y Francia), como en mercados con gran potencial de incremento (principalmente los Países Nórdicos, Alemania, Irlanda, Italia, Benelux y Países del Este).
- Desarrollo activo de nuevos productos turísticos que supongan una oferta alternativa y/o complementaria a los actuales productos consolidados de sol y playa, golf, etc. Reforzando especialmente la creación de nuevos productos experienciales.
- Implementación de nuevas herramientas de interacción con agencias de viajes, turoperadores y OTA's.
- Aplicación de nuevas herramientas de monitorización y análisis de datos que provean a la Oficina de Promoción de un completo marco con los diferentes parámetros de información sobre la actividad turística de la Región de Murcia y su evolución.

PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO DURANTE EL EJERCICIO 2024:

La mejora de la rentabilidad es un objetivo clave en la estrategia turística regional que ha implementado medidas de diversificación de productos y mercados, incremento del gasto medio diario, estimular el alargamiento de las estancias y desestacionalizar los





flujos turísticos. Con todo ello se pretende generar un mayor grado de ocupación en los alojamientos turísticos, especialmente en los meses de temporada baja, atraer turistas con un mayor perfil de gasto, así como ampliar el impacto del turismo a un abanico más amplio de actividades económicas.

Para ello debe adaptarse la oferta turística al comportamiento cambiante de los viajeros. Y es que los turistas ya no toman la decisión en función de dónde quieren viajar, sino en función de qué se puede hacer allá donde vayan a viajar. Es por esta razón, que las propuestas concretas de productos y experiencias son cada vez más necesarias para atraer la demanda turística.

Esta es la línea por la que apuesta el nuevo Plan Estratégico de Turismo, diversificando productos como estrategia de posicionamiento, tanto para aumentar la demanda, como para penetrar en nuevos mercados potenciales.

Para ello se pone en marcha un Programa de Aceleración en la “creación de productos experienciales” de contenido atractivo para ampliar el portfolio de experiencias únicas en la Región de Murcia.

El ITREM incentivará el desarrollo de productos turísticos conjuntamente con el sector empresarial mediante el trabajo en red y el intercambio de buenas prácticas, los programas de ayudas y subvenciones, herramientas de comercialización, la cualificación y mentorización de empresas y el asesoramiento técnico cualificado.

Otro pilar fundamental en esta estrategia es el apoyo a la comercialización: las experiencias y productos generados se trasladarán al mercado por medio de su incorporación al Plan de Promoción anual, que contará con nuevas herramientas de mercadotecnia y la aplicación de la inteligencia turística (a través de la inteligencia de producto, mercado y cliente).

La Estrategia Turística ha establecido directrices destinadas a diversificar mercados para reforzar el grado de internacionalización del turismo, incrementar el gasto medio diario, estimular el alargamiento de las estancias y desestacionalizar los flujos turísticos.

En total, la estrategia de promoción contempla más de 180 acciones a desarrollar durante el año 2024, dedicadas tanto a los mercados nacionales como a los internacionales.

La estrategia de promoción en mercados internacionales contempla acciones en 19 países para este año. El mayor protagonismo inicial lo tendrán aquellos mercados fronterizos con los que existen conexiones terrestres directas: Francia y Portugal, así como el principal mercado emisor para la Región, el Reino Unido. Además, se incluirán a aquellos países con conectividades directas, como Bélgica, y también punto a punto a través de vuelos chárter, como es el caso de los Países del Este de Europa. Especial relevancia adquiere durante este año Italia y Polonia por su capacidad de emisión frente al Año Jubilar 2024.

En esta estrategia caben destacar las siguientes líneas de trabajo:





➤ Operativas de turismo sénior, vacacional y golf con países europeos

El Instituto de Turismo trabajará en 2024 para continuar con las operativas que han estado programadas durante años anteriores. En concreto, con Reino Unido, Portugal, y países del Este de Europa.

En el caso de las operativas de golf, AEGOLF tiene como objetivo principal promocionar la marca "Destino Golf Murcia", contratando con 25 operadores de 11 países Reino Unido, Países Nórdicos, Alemania, Holanda, Francia, Benelux, Irlanda, Suiza, Islandia, así como en el propio mercado nacional.

➤ Acuerdos de comercialización con operadores

El ITREM llevará a cabo acuerdos de comercialización bajo la licitación de mercadotecnia que está vigente durante todo el año con doce turoperadores, mayoristas y portales online y OTA's, nacionales e internacionales, que tienen como fin impulsar la venta del destino. Se estimularán las reservas en los principales canales de comercialización a nivel nacional e internacional de tal forma que el destino 'Costa Cálida - Región de Murcia' esté posicionado de manera preferente en portales y agencias durante todo el año 2024

En la línea de los últimos años los acuerdos ofrecen contenidos turísticos especialmente ligados a la sostenibilidad, ecoturismo y gastronomía, con un seguimiento permanente de la evolución de la demanda y de la seguridad en los diferentes mercados, y las acciones están especialmente enfocadas a la desestacionalización del destino.

➤ Creación y consolidación de conectividades aéreas

En la recuperación e impulso del turismo internacional juega un papel fundamental el fomento de los productos turísticos con alta demanda internacional y destinados a segmentos de mayor poder adquisitivo. Si bien para ello es necesario contar con las conectividades aéreas adecuadas.

En este sentido, se trabajará estrechamente con AENA para conseguir más rutas, especialmente nacionales, asesorando a las líneas aéreas y suministrándoles información sobre el sector turístico regional.

Durante el invierno 2023/2024 se han confirmado rutas adicionales para la próxima temporada como son las rutas de Madrid y Barcelona que se van a mantener durante todo el año, se recupera la ruta de Bilbao para la temporada de verano 2024 y contaremos con vuelos chárter desde Oporto también en temporada alta.

Durante la temporada de verano del año 2023, la Región de Murcia mantuvo conexiones con 19 ciudades y 21 aeropuertos operadas por 6 compañías en 6 países. El desglose es: 7 ciudades en Reino Unido, 1 ciudad en la República de Irlanda, 2 ciudades en Bélgica, 5 ciudades en España, 2 ciudades en Marruecos y 2 ciudades en República Checa a través de vuelos chárter.





Para la promoción turística en los mercados emisores de estas rutas se han puesto en marcha una serie de campañas de marketing y co-marketing con las compañías aéreas que operan estas rutas, que situarán a la Región en un lugar preferencial para incentivar la llegada de turistas.

Además, se está trabajando en el mantenimiento de las operativas con vuelos chárter, especialmente en las que provienen de la República Checa, y fomentando la apertura de nuevos mercados como es el caso de Portugal.

➤ **Celebración del evento Caravaca de la Cruz Año Jubilar 2024.**

El año 2024 es una oportunidad para la Región de Murcia para impulsar y consolidar el proyecto de El Camino de la Cruz, afianzando las estrategias de desarrollo y promoción del turismo de interior en el Noroeste.

El plan de eventos y promoción conjunto del Gobierno de la Región de Murcia, el Ayuntamiento caravaqueño, la Fundación Camino de la Cruz y la Cofradía de la Vera Cruz, tiene como objetivo convertir a Caravaca de la Cruz (y la Región de Murcia) en destino de peregrinación permanente de la cristiandad rompiendo la estacionalidad del turismo y aumentar en gran medida la llegada de turistas / peregrinos, nacionales e internaciones, a la Región.

A este Plan conjunto de acciones 2024, el ITREM destina 1 millón de euros, que vienen a sumarse a los 4.150.000 € del Plan de Sostenibilidad Turística de Caravaca de la Cruz 2021. Se contemplan las siguientes acciones:

- Un Centro Interactivo de la Plaza de España en Roma tematizado con la imagen del Año Jubilar 2024 en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Italia.
- I Convención Mundial de Ciudades Santas para la Cristiandad con motivo del Año Jubilar 2024, el objetivo es poner en común proyectos y buenas prácticas manteniendo un nexo permanente entre estas ciudades.
- Viajes de familiarización con prensa y operadores a nivel nacional e internacional durante todo el año, con visita obligada a la ciudad de Caravaca de la Cruz.
- Nuevas herramientas de promoción tales como:
 - a. Guía Multimedia del Camino de Levante con contenidos turísticos premium.
 - b. Desarrollo de una APP con la credencial y sellado digital
 - c. Rediseño de la WEB de Inicio: Web del Camino de la Cruz (turismoregiondemurcia.es)
 - d. Folletos con la información actualizada al año 2024.
- Sellos de Caravaca de la Cruz. Desde el pasado mes de septiembre se empezaron a distribuir, entre los establecimientos turísticos autorizados para la venta de sellos de Correos en la Región de Murcia y zonas limítrofes de Almería y Alicante, los ejemplares realizados con el motivo "Caravaca Jubilar 2024". En





principio se han hecho 10.000.- unidades de tarifa B (Internacional para Europa). A día de hoy se llevan vendidos unos 6000, en el momento que creáis oportuno procederemos a encargar a Correos la impresión de más ejemplares, tanto nacionales (tarifa A), como internacionales (tarifa B). En lo referente a la estampación de la indicia en las máquinas de franquear en Murcia, se ha empezado a utilizarse este mes de octubre. Aproximadamente, se envían mensualmente unos 140.000.- sobres, remitidos por más de 600 empresas y entidades de todo tipo, de los que un 92 % van a destinos nacionales y el resto a destinos internacionales de todas partes del mundo. El número de estampaciones realizadas hasta finales de 2024 superará los 2.100.000.-

- Envío masivo de publicidad del Año Jubilar 2024, a 22.000 parroquias de toda España y visitas comerciales, dando conocer el Año Jubilar 2024, a las ciudades sede de las 12 Archidiócesis de España y Arzobispado General Castrense, Centros escolares católicos, Parroquias y templos más importantes, Colectivos religiosos y cofradías y Agencias de viajes y operadores turísticos especializados. Se han hecho en dos fases, la primera fase antes de verano y la segunda fase se hará tras la presentación del Año Jubilar en Madrid (martes 7 de noviembre).
- Presencia y Promoción de Año Jubilar 2024 de Caravaca de la Cruz en todas las ferias nacionales e internacionales, con mayores protagonismos en FITUR 2024.
- Visita de la ciudad de Caravaca de la Cruz en todos los viajes de familiarización tanto de medios de comunicación (prensa, influencer) como operadores especializados en turismo cultural y religioso a nivel nacional e internacional.
- Comercialización del producto Año Jubilar 2024 con operadores turísticos a nivel nacional e internacional con los que cerremos acuerdos de co-marketing (mercadotecnia).
- Región de Murcia (ITREM) en colaboración con el ayuntamiento de Caravaca de la Cruz quiere liderar el proyecto de “Experiencia Turísticas - El Camino de la Vera Cruz”, es la ruta de peregrinación más larga en su extensión y atraviesa los territorios de Navarra, Aragón, Valencia, Castilla la Mancha y Murcia, conectando a través de 870 km la localidad de Navarra - Puente de la Reina Gares con la ciudad santa de Caravaca de la Cruz a través del Camino de los Templarios, un itinerario histórico que tiene su punto de partida en la ciudad francesa de Roncesvalles y que comparte ruta con el Camino de Santiago Francés hasta Puente la Regina. La puesta en valor de este itinerario va a suponer la entrada de la ciudad santa de Caravaca de la Cruz con las rutas principales rutas de peregrinación. Este proyecto (en vía de aprobación) estará á dotado de 800.000 euros cuyo objetivo es la creación y desarrollo de una Red de Destinos del Camino de la Vera Cruz en colaboración con las CCAA de Navarra (Consortio EDER) Aragón (Ayuntamientos de Teruel, Calatayud y Tarazona) Valencia y Castilla La Mancha.
- Infraestructuras: señalización El Camino de la Vera Cruz y los caminos de la Cruz de Cartagena y Mazarrón.





Todas estas acciones van encaminadas a doblar la cifra de visitantes del último Año Jubilar 2017 y conseguir atraer a un millón de peregrinos hasta Caravaca de la Cruz en 2024.

➤ Acciones de desestacionalización de la demanda

Por otra parte, en su lucha contra la estacionalidad, el ITREM está poniendo en marcha campañas de marketing digital para incentivar a la demanda en las temporadas media y baja, mejorar el posicionamiento digital de la oferta turística regional a través del escaparate institucional www.turismoregiondemurcia.es para potenciar la promoción y comercialización de estos productos con especial atención, por una parte, al desarrollo de nuevas experiencias turísticas tales como “100 formas de vivirla - Región de Murcia” y la “Guía para comer bien y beber mejor” que engloba experiencias y eventos premium entorno a los productos de sol y playa, enoturismo, gastronomía, cultura, naturaleza, activo-deportivo, salud y festivales.

Y por otro lado puesta en marcha de otras dos actuaciones. La primera, ‘Valle de Ricote Slow’, dotada con 3,3 millones de euros, se dirige a los cuatro municipios de este entorno, Ricote, Ojós, Ulea y Villanueva del Río Segura, y pretende el desarrollo de este destino turístico basándose en sus valores paisajísticos, históricos y culturales. Y la segunda está enfocada a la diversificación del sol y playa mediante el ‘Turismo Azul destino de la Región de Murcia 2024’, para generar una red de senderos azules, tanto peatonales como ciclables, en Los Alcázares, Cartagena, Mazarrón, San Javier, Águilas, y San Pedro del Pinatar que ayuden a consolidar la Costa Cálida como destino idóneo de turismo azul, así como a crear nuevos productos turísticos, como ‘playas deportivas’ y a impulsar actividades como el buceo.

Todo ello se gestionará con los fondos Next Generation, dentro de las Acciones de Cohesión en Destino (ACD) que engloba nuestro Plan Territorial y los Fondos FEDER 2021 - 2027.

También a través de los acuerdos de marketing que están vigentes durante todo el año 2024 con operadores turísticos, mayoristas, portales online y OTA’s, nacionales e internacionales bajo la licitación de mercadotécnica, se persigue la desestacionalización del destino, reforzando las actuaciones en temporadas bajas y medias.

Destaca la puesta en marcha de las siguientes acciones de sensibilización e incentivo a la demanda

- Mar Menor – Aula Abierta, dirigido al público objetivo de escolares focalizado en actividades náuticas. La puesta en marcha de esta campaña permitirá que colegios de la propia región, CC.AA limítrofes y Madrid disfruten de un 50% de descuento en actividades náuticas para el curso escolar 2023-2024. Durante el curso escolar 2022-2023 hubo 103 reservas con 3.520 plazas.





- Dentro del plan de acciones del producto MICE, para el 2024 se pone en marcha por primera vez un plan de acciones internacional para la comercialización del producto, tanto asociativo como corporativo, con el objetivo de posicionar la marca MICE Región de Murcia en eventos, workshops y ferias de proyección internacional-europeo específicos del segmento MICE. También se va a hacer más hincapié en el perfil corporativo, continuando con los acuerdos comerciales con entes y asociaciones líderes en este segmento.

Comunicación

A la Oficina de Marketing y Comunicación le corresponde la gestión de todas aquellas acciones relacionadas con la publicidad, la comunicación y la imagen turística de la Región de Murcia en materia de Turismo. Es el departamento encargado de diseñar la estrategia de comunicación del Instituto de Turismo tanto interna como externa en coordinación con el resto de los servicios y la dirección.

Para ello, desarrolla las siguientes tareas:

- Diseño y planificación de la estrategia de comunicación regional, nacional e internacional.
- Gestión y ejecución de las campañas de marketing y publicidad de Turismo Región de Murcia.
- Gestión y ejecución de los patrocinios publicitarios.
- Gestión de marca, identidad corporativa y posicionamiento del destino Turismo Región de Murcia.
- Gestión de redes sociales y contenidos del portal www.turismoregiondemurcia.es e www.itrem.es
- Organización de eventos y presentaciones de Turismo Región de Murcia.
- Gabinete de prensa del ITREM.

OBJETIVOS:

- Posicionar y mejorar la notoriedad de la imagen de la Región de Murcia como destino turístico atractivo a nivel regional, nacional e internacional.
- Incrementar el conocimiento de la marca turística regional y posicionarla con sus productos diferenciadores según mercados (nacional e internacional).
- Gestión de la comunicación con el fin de aumentar el conocimiento de la Región de Murcia como destino turístico y dar a conocer las acciones que desarrolla el ITREM ante la opinión pública y los medios de comunicación.
- Sensibilizar a los habitantes de la Región de Murcia de la importancia del turismo en base a los efectos beneficiosos que produce, tanto económicos como sociales.





PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO DURANTE EL EJERCICIO 2024:

La línea de trabajo de la Oficina de Marketing y Comunicación para el año 2024 la compone la gestión del conjunto de acciones vinculadas a la comunicación, publicidad e imagen de la Región de Murcia como destino turístico.

Las campañas de publicidad, la estrategia de branding, el marketing digital (inbound, Social Media, posicionamiento SEO y SEM, desarrollo web, branded content...), el promocional (merchandising, folletos...), el experiencial (eventos y presentaciones), los patrocinios publicitarios; además de la comunicación y las relaciones públicas, son las principales herramientas en este servicio.

➤ Próximo Año Jubilar 2024 de Caravaca de la Cruz.

Caravaca de la Cruz Año Jubilar 2024 es uno de los grandes acontecimientos que vivirá la Región de Murcia, ya que a lo largo del próximo año serán miles los peregrinos que pasen y visiten Caravaca. Con ese objetivo, la Oficina de Comunicación pondrá en marcha una gran campaña de publicidad de ámbito regional, nacional e internacional que intentará posicionar a la ciudad jubilar como uno de los principales destinos de 2024.

➤ Posicionamiento de los distintos productos turísticos de la Región de Murcia a través de los planes de medios regional y nacional.

Durante el año 2024, la estrategia de comunicación dará a conocer además de los todos los atractivos turísticos de 'Costa Cálida - Región de Murcia' en su conjunto, aquellos productos que se han impulsado recientemente, a través de los planes de medios regional y nacional del ITREM. El regional está dotado con 350.000 euros y el nacional con 1,7 millones de euros y ambos incluyen soportes de prensa, radio, televisión, exterior y digital para comunicar la diversidad y riqueza de la oferta turística regional.

Las campañas de medios se articulan con una combinación de acciones online y offline en función de los diferentes escenarios de cada uno de los productos:

- Apoyo al turismo de festivales, bajo la marca 'Festivales Región de Murcia, Más Música'.
- Turismo gastronómico y gastroexperiencias.
- Experiencias Turismo Azul y Turismo sensorial.
- Turismo cultural y fiestas.
- Conectividades: nuevas conexiones aéreas con Madrid y Barcelona, consolidación de las de Oviedo, Bilbao, Santander, Canarias y Menorca y de la línea AVE con Madrid.
- Campañas destinadas al residente de la Región de Murcia para que conozca bien todo lo que puede hacer en nuestra

➤ Plan de impulso del Turismo Deportivo.





Se continuará apostando por los eventos incluidos en el Plan de Turismo deportivo, que logró en 2023 la celebración de 84 grandes eventos deportivos nacionales e internacionales en todas las épocas del año.

➤ Propuesta nuevo logo turístico.

Desde el año 2015 el Gobierno de la Región de Murcia utiliza un logotipo que que es un círculo representando el sol, y una 'C' tumbada que hace de sonrisa, acompañado del eslogan: 'Costa Cálida Región de Murcia', donde el texto 'Costa Cálida' acapara el mayor protagonismo, por su posición y tamaño. El gran protagonismo de la Costa Cálida en la marca turística regional que se ha utilizado hasta ahora situaba a la costa como seña de identidad de la Región de Murcia, lo que ha venido eclipsando el posicionamiento del resto de productos del portafolio turístico regional. Por este motivo, en 2024 se realizará un cambio en el posicionamiento de la palabra Región de Murcia dentro del logotipo actual, apareciendo está en primer lugar y Costa Cálida en segundo.

➤ Estrategia de marketing digital.

Durante 2024 continuará la estrategia de marketing digital iniciada en el 23 para optimizar el posicionamiento online del destino en todo el ámbito nacional e internacional y el lanzamiento de propuestas directas a cada turista que visita el portal turismoregiondemurcia.es según sus gustos y preferencias.

La estrategia del portal irá alineada con las cuentas de redes sociales de promoción existentes en Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Tik Tok, este último de más reciente creación, para llegar a un público más joven. Se trabajará con el marketing de contenidos ofreciendo publicaciones dinámicas y también experienciales de la mano de creadores de contenido de la Región.

Además, se continuará con la digitalización de folletos y con la mejora y modernización del material audiovisual del destino.

Innovación

El servicio de Innovación lleva a cabo la gestión de proyectos encaminados a la transformación digital del tejido empresarial y de las administraciones locales de los destinos turísticos regionales. En este sentido, el servicio de Innovación lidera y apoya la implantación del modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) en los diferentes municipios de la Región como palanca para la reconversión de los destinos maduros y el impulso a los destinos emergentes, integrando los aspectos de gobernanza, sostenibilidad y accesibilidad que marcan los nuevos modelos de desarrollo turístico. Y para ello gestiona el desarrollo de un conjunto de soluciones tecnológicas destinadas a mejorar la comercialización, incorporando la inteligencia turística a la gestión de los destinos.

Asimismo, el servicio de Innovación coordina los esfuerzos de las diferentes Oficinas municipales, integradas en la Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia, para





la promoción de los recursos turísticos locales y la calidad en los servicios de información turística.

Como servicio transversal desarrolla herramientas encaminadas a la adopción de la administración electrónica, facilitando los procesos de interacción con el administrado.

OBJETIVOS:

- Sensibilizar a las empresas y administraciones locales en la importancia de la digitalización para aumentar su competitividad en la industria turística.
- Impulsar la conversión de los municipios turísticos de la Región de Murcia al nuevo modelo de Destino Turístico Inteligente y coordinar su adhesión a la Red Nacional DTI.
- Fomentar el desarrollo de estrategias turísticas basadas en el análisis de datos entre las empresas y administraciones locales, poniendo a su disposición el conocimiento de los principales indicadores turísticos a través de la herramienta de Inteligencia Turística Regional.
- Familiarizar y asesorar a las empresas turísticas en el uso de las herramientas de comercialización, para aumentar el volumen de reservas y la visibilidad del producto regional en las redes turísticas.
- Coordinar el sistema de información turística e intercambio de conocimiento entre la administración regional y la local, con la finalidad de disponer de una información única en todos los canales de distribución y permanentemente actualizada.
- Incrementar los canales de promoción y difusión de la oferta regional conectando las bases de datos de información y comercialización a múltiples escaparates online, tanto webs como App.
- Promover la creación de herramientas tecnológicas que permitan mejorar la experiencia del turista a lo largo de todo el ciclo del viaje.
- Optimizar las herramientas de gestión para incorporar plenamente la administración electrónica a los procesos de gestión con el administrado.
- Impulsar el desarrollo de proyectos turísticos innovadores, que permitan integrar la tecnología en los servicios destinados al turista.

PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO DURANTE EL EJERCICIO 2024:

- Especialización por producto de la Oficina de Inteligencia Turística

La Oficina de Inteligencia Turística, tiene como finalidad el análisis de las nuevas fuentes de datos (big data) que complementen a la estadística tradicional, para facilitar una visión 360 del destino.





Generando flujos de información, canalizándola a los distintos departamentos y agentes del sector, y ayudando a comunicar y difundir entre los medios profesionales la realidad del sector y de sus diversos productos y recursos turísticos.

Esta comunicación se realiza a través del portal de datos abiertos (DTI Smart Office), que ofrece al sector no solo indicadores de los resultados turísticos, sino también información para anticiparse a los cambios constantes en el modelo de negocio y a las nuevas necesidades del turista actual.

A este portal se han sumado, comunicaciones periódicas especializadas, como boletines Big Data, que abordan de manera ejecutiva los principales indicadores de comercialización on line de la oferta hotelera y extra hotelera, la presencia de la oferta paquetizada en los principales turoperadores, la evolución de la capacidad aérea del aeropuerto internacional de la Región de Murcia y la reputación on line del destino.

Esta información se va a ver reforzada en 2024 con la incorporación de los datos de flujos de turísticas derivados de la telefonía móvil y de los datos de gasto con tarjeta de crédito, que van a permitir disponer informes de previsiones a corto y medio plazo segmentados para cada producto turístico con la información más relevante y detallada.

Se cumple así con las obligaciones referidas a publicidad activa, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación relativa a transparencia y participación ciudadana.

- **Motriz: plataforma de inteligencia turística regional.**
Durante 2024 se llevará a cabo la integración de nuevas fuentes Big Data y el desarrollo de nuevos cuadros de mandos e informes dinámicos, destinados al análisis de la evolución de los indicadores de Destino Turístico Inteligente, abordando entre otros los datos derivados de telefonía móvil y gasto turístico a través de tarjeta de crédito.
Así mismo se desarrollarán nuevos indicadores que permitan analizar el impacto de las acciones en materia de sostenibilidad turística.
- Aplicación de la inteligencia de producto, mercado y cliente para la planificación estratégica

Internet y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de los turistas son los instrumentos para llevar a cabo los cambios necesarios en el modelo de promoción y comercialización turística.

- **Plataforma de monitorización de reputación del destino.**
Se continuará reforzando la planificación de las acciones de marketing online y optimización de la eficacia de las propias webs y redes sociales del ITREM, con el análisis de datos que aportan las plataformas especializadas. Es el caso de la herramienta de monitorización de la reputación online del destino en redes





sociales, la cual permite conocer la presencia del destino entre los principales usuarios y el perfil de los mismos.

- Plataforma de monitorización de turoperación.

Se continúa con la plataforma de captación de datos website de operadores turísticos online, con la finalidad de disponer de los principales KPI's de oferta y demanda turística online. El seguimiento de estos indicadores permitirá medir la eficacia de las acciones de mercadotecnia, co-marketing y promoción. Asimismo, permitirá conocer la tendencia de los principales mercados de origen y la evolución de la turoperación que opera con la oferta turística de la Región de Murcia.

- Plataforma de monitorización de capacidad aérea.

Se incorporará a través de esta plataforma nuevos datos de competitividad del aeropuerto internacional de la Región de Murcia, con información sobre los principales aeropuertos con los que se tiene conexión directa, las compañías que operan y el número de plazas y frecuencia de los vuelos. Así mismo el seguimiento de la evolución de los precios y la intención de búsqueda y su antelación. Con datos a seis meses vista, se permitirá establecer acciones de marketing en los destinos emisores y planificar nuevas conectividades.

- Plataformas de monitorización de competitividad.

Se continuará con la adhesión de nuevos alojamientos a la plataforma de competitividad hotelera de la Región de Murcia (ARO), que permite la medición de los indicadores de RevPar, ADR y ocupación del sector.

➤ Trasformación digital de los destinos a través del modelo DTI

El ITREM continúa con su apuesta firme por el Destino Turístico Inteligente como modelo de gestión turística y hoja de ruta para la reactivación y transformación en destinos sostenibles, seguros, accesibles, inclusivos e innovadores, con la tecnología como palanca del proceso de transformación; para lo cual ha planificado un conjunto de acciones que se desarrollarán en 2024:

- Sensibilización de municipios para su adhesión a la red nacional de DTI.

El ITREM, como 'ventanilla única' regional para la promoción y coordinación de los proyectos DTI, y miembro institucional de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, ha planificado un conjunto de acciones encaminadas a la incorporación de nuevos destinos, que se sumarán a los veinte ya adheridos al modelo

- Acompañamiento en el proceso de transformación de los destinos.

Desde el Instituto de Turismo de la Región de Murcia se llevará a cabo el acompañamiento al destino durante su proceso de diagnóstico de cumplimiento





de los requisitos del modelo DTI y desarrollo del Plan director DTI de cada municipio, participando en el ente gestor del destino.

De esta manera, se procederá a identificar necesidades del municipio en materia de innovación tecnológica, inteligencia turística y formación, para proponer posteriormente acciones al Plan director del DTI del municipio.

Todo ellos par incrementar el número de destinos que ya disponen del diagnóstico inicial y se encuentran en proceso de obtención del distintivo de Destino Turístico Inteligente. En la actualidad son seis los destinos con el distintivo de diagnóstico finalizado (Murcia, Los Alcázares, Caravaca, Águilas, Mula y San Javier).

- **Gobernanza participativa.**

Se continúa con la consolidación de la Mesa DTI, como órgano consultivo en el que se establezcan sinergias entre los diferentes actores de los DTI regionales y se promueva la ejecución de proyectos colaborativos en materia de sostenibilidad, gobernanza, inteligencia turística, accesibilidad y tecnología.

Uno de los restos a abordar este año es la interconexión de las plataformas municipales y regional con la Plataforma Inteligente de Destino y la convocatoria de Ayudas para el despliegue de plataformas tecnológicas y soluciones digitales de la Red DTI.

- **Formación de gestores DTI.**

Se desarrollará un plan de formación de los gestores DTI, que abarcará la ejecución de jornadas, específicas de sostenibilidad, accesibilidad, tecnológica, inteligencia turística e innovación que den respuesta a las necesidades planteadas por los técnicos de los órganos gestores de los destinos durante la implantación del modelo, con la aportación además de universidades y empresas privadas.

- **Divulgación del modelo de destinos turísticos inteligentes.**

Se dará difusión al modelo DTI mediante acciones a nivel regional y nacional como la organización y participación en las jornadas, ponencias y eventos.

- **Apoyo a la competitividad del sector. Digitalización y modernización tecnológica de las empresas turísticas.**

- **Gestión de la plataforma tecnológica del Bono Turístico Región de Murcia y servicio de atención a los beneficiarios y alojamientos adheridos.**

Desde el área de innovación se dará soporte técnico a los alojamientos turísticos adheridos a la edición 2024 del programa Bono Turístico Región de Murcia, llevando a cabo la coordinación de la plataforma bonoturísticormurcia.es de la atención a los usuarios y de la interconexión con todos los procesos internos de gestión de las ayudas.





Unas ayudas cuya finalidad es desestacionalizar la demanda turística, mantener la actividad en los meses de temporada baja y minimizar, la brecha en la actividad y el empleo.

- Apoyo a la comercialización online de la oferta turística.
Formación a las empresas para su incorporación a la plataforma de comercialización turística de la Región de Murcia 'Hermes'.
Integración de oferta turística reservable en turismoregiondemurcia.es. y adaptación de la plataforma para la creación de nuevos productos.
- La tecnología al servicio de la satisfacción del turista.
Se desarrollará una nueva aplicación móvil, que cuente con herramientas 'social travelling' para enriquecer la experiencia del turista antes y durante su estancia en el destino, donde la geolocalización para facilitar los desplazamientos con referencias a los recursos atractivos turísticos más destacados y la integración de otras tecnologías como realidad mixta, aporten valor añadido diferencial.
- Transferencia tecnológica a las empresas turísticas.
En 2024 se llevarán a cabo acciones de sensibilización a través de webinars y jornadas, destinadas a ser punto de encuentro entre las empresas del sector turístico y las TIC's en las que colaborarán los colegios profesionales, clúster y organizaciones destinadas a la innovación.

➤ RITMO: Oficinas del siglo XXI

- Transformación digital de las oficinas de información turística.
Se continuará con el apoyo a la transformación digital de las oficinas de turismo al nuevo modelo de oficinas del siglo XXI, incorporando nuevas funcionalidades a la plataforma NEXO para la gestión de los requisitos de calidad y sostenibilidad.
- Plan de formación Técnicos de las Oficinas de Turismo.
En 2024 se llevarán a cabo diversas acciones formativas destinadas al reciclaje y capacitación de los técnicos de las oficinas de turismo que componen la Red de Oficinas de Turismo, para afrontar entre otros los retos de la sostenibilidad, accesibilidad y digitalización en los servicios de información turística regionales.
- Mantenimiento de los sistemas de gestión de la Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia
Desde el ITREM se continuará con la coordinación del sistema de gestión integrado de la Red de Oficinas de Turismo (ISO 9001, UNE-ISO 14785:2015 y Norma de Sostenibilidad en organizaciones Turísticas del Instituto de Calidad Turística España), que abordan la calidad y la sostenibilidad como elementos diferenciales del servicio de información turística.
Así como se desarrollarán diversas actuaciones de difusión y sensibilización de turistas y visitantes, sobre los compromisos adquiridos con la sostenibilidad turística y los objetivos de desarrollo sostenible.





➤ Desarrollo de nuevas aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial

El turista digital busca nuevos sistemas de interacción con la tecnología y especialmente en el consumo a lo largo de todo el ciclo del viaje.

La evolución de las nuevas tecnologías disruptivas, como el procesamiento del lenguaje natural, el procesamiento de imágenes y el uso de la inteligencia artificial tienen un papel relevante, en la manera en la que el usuario interactuará con los destinos.

- **Intelligence Assistant Región de Murcia - Costa Cálida**

Se llevará a cabo durante 2024 el desarrollo del proyecto Inteligencia Artificial Costa Cálida, que tiene como objetivo el desarrollo de un sistema de Inteligencia artificial capaz de procesar las peticiones de información de los usuarios, y trasladar las respuestas de manera eficaz, personalizada y humanizada alimentándose de las fuentes de datos propias generadas en el destino.

Así como integrar el sistema de inteligencia artificial en las interacciones con los usuarios a través de redes sociales, webs y canales de comercialización del destino, segmentando la oferta y mejorando la personalización de la experiencia.

La Integración de la Inteligencia Artificial, permitirán trasladar la información turística en formato accesible a todo tipo de público, con el objeto de implementar en todos los canales de difusión y promoción la accesibilidad universal.

Así como disponer de una herramienta de medición y análisis de los datos resultantes que permita incorporar modelos predictivos, adelantándonos al comportamiento de los turistas digitales.

Ordenación

Le corresponde a la Oficina de Ordenación del Turismo, la gestión de todas aquellas acciones relacionadas con la ordenación y regulación del sector turístico, la gestión del registro de empresas y actividades turísticas, la incoación y tramitación de expedientes sancionadores, la inspección, las infraestructuras turísticas, la normativa turística, la elaboración de informes y estudios relativos a la ordenación del sector turístico, así como la responsabilidad, control, gestión y tramitación de las declaraciones de “Fiestas de Interés Turístico”, en los tres niveles, internacional, nacional y regional.

OBJETIVOS:

- Obtener una normativa dirigida a lograr un aumento de la competitividad del sector turístico de la Región de Murcia, fomentando la iniciativa empresarial y facilitando los trámites administrativos.
- Ordenación del sector turístico, mediante la clasificación de sus empresas, actividades y establecimientos, con arreglo a la normativa vigente.





- Protección de los derechos de las empresas y usuarios turísticos, vigilando y comprobando el cumplimiento de la normativa vigente en materia turística, con especial seguimiento de la oferta de alojamiento no declarada.
- Orientar e informar a las empresas del sector turístico sobre la normativa vigente, sus derechos y obligaciones, encaminado todo ello a lograr unos servicios turísticos de calidad.
- Favorecer el desarrollo de los destinos turísticos, impulsando la mejora y la dotación de infraestructuras, señalización y equipamientos turísticos, y de forma coordinada con las políticas y planes urbanísticos, territoriales y medioambientales.

Bajo el marco de la consideración del turismo como una industria estratégica para el desarrollo de la Región de Murcia, la estrategia de Ordenación del turismo establece el marco jurídico general y los principios rectores de la actividad turística en la Región de Murcia. Esta estrategia contempla la actualización de la legislación, introduciendo flexibilidad y adaptándola a la innovación empresarial, de manera que elimine obstáculos a la inversión y reduzca la carga administrativa. Asimismo, se regulan los nuevos modelos de oferta posibilitando su clasificación y regularización al tiempo que se evita el intrusismo profesional.

Por otra parte, se orienta la actividad de inspección y vigilancia del cumplimiento de la normativa hacia labores de asesoramiento y lucha contra la actividad clandestina, reforzando los medios para la inspección y clasificación turística.

Entre las actuaciones en materia de infraestructuras se encuentran el desarrollo de nuevos proyectos específicos para dotación de infraestructuras, equipamientos y señalización turística, poniendo en valor los atributos y recursos de los destinos turísticos de la Región de Murcia; informar y coordinar la planificación territorial y ambiental con incidencia en el turismo; así como impulsar el turismo accesible.

PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO DURANTE EL EJERCICIO 2024:

Adaptación del marco jurídico. Control del cumplimiento de la normativa turística y de la oferta clandestina

La actualización del marco jurídico y su adaptación a los cambios de la coyuntura y la demanda actual, así como la reducción de las tareas burocráticas, fomentan la inversión y la innovación empresarial.

Siguiendo con el desarrollo de la Ley 12/2013 de Turismo de la Región de Murcia, en 2024 continuará la tramitación del Anteproyecto de Ley de bienes de interés turístico, proyecto de Decreto de empresas de intermediación turística y la Orden de distintivos de establecimientos turísticos.

En la línea de fomento de la actividad turística, es necesaria una norma específica que complemente el marco legal y que otorgue el verdadero valor y posicionamiento que merecen los múltiples recursos y productos turísticos de nuestra región. En este sentido,





se continuará en 2024 con la tramitación de un anteproyecto de ley por el que se regulan los Bienes de Interés Turístico de la Región de Murcia, abordando su promoción, fomento y difusión de elementos materiales e inmateriales, que por sus características o circunstancias son capaces de generar un atractivo turístico o incrementar las corrientes turísticas, de forma directa o indirecta.

Por otro lado, se continuará con la tramitación de un nuevo decreto que regulará las empresas de intermediación turística (agencias de viajes, centrales de reservas, organizadores profesionales de congresos) asumiendo los cambios habidos en materia de defensa de los consumidores y usuarios turísticos, especialmente, en aspectos de insolvencia de agencias y repatriación, viajes combinados, vacaciones y circuitos combinados.

Igualmente, se tramitará una nueva regulación de los distintivos o placas identificativas de los establecimientos turísticos, actualizando los ya existentes adaptándolos a nuevos diseños y materiales más sostenibles, y creando otros para las nuevas modalidades nacidas desde la entrada en vigor de la anterior regulación.

➤ Simplificación de trámites administrativos

Continuar con la adaptación de todos los procedimientos a sede electrónica con certificado digital, reduciendo tiempos de presentación, automatizando y simplificando la introducción de datos por los usuarios tras el desarrollo de formularios digitalizados e interconectados con las plataformas regionales y nacionales que albergan los datos de los administrados. Se simplificarán trámites, eliminando obstáculos innecesarios y facilitando la inversión productiva y la innovación empresarial.

➤ Regularización de la oferta ilegal

El Gobierno regional desarrolla una 'Estrategia contra la oferta turística clandestina en la Región de Murcia' con el objetivo de elevar la calidad, minimizar el intrusismo profesional, así como conocer la oferta alojativa real de la Región a fin de contar con una estadística más precisa de turistas en destino.

A través de sucesivos Planes de inspección, se está logrando un creciente afloramiento de la oferta turística ilegal. En este sentido se ha llegado a un acuerdo con una de las principales plataformas de comercialización turística, Booking.com, de no ofertar alojamientos que no estén inscritos en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Región de Murcia, exigiendo para darse de alta en su web el número de registro o signatura.

Como parte de la lucha contra la oferta ilegal de alojamiento, principalmente en cuanto a las viviendas de uso turístico, se va a proceder a la contratación de una herramienta informática de seguimiento y localización de las ofertas que aparecen en las diversas plataformas turísticas, que junto con el cruce de datos facilitados por el catastro, permitirá tener la información de los titulares a efectos, por un lado, de intentar la regularización de la situación con la presentación de la correspondiente declaración responsable y, por otro, la incoación de expedientes sancionadores llegado el caso.





Con el fin de facilitar el proceso de clasificación turística de alojamientos y actividades, y así de manera indirecta cooperar en el afloramiento de la oferta alegal, se continuará en 2024 desde la Oficina de Ordenación del Turismo del ITREM con la implementación de herramientas tecnológicas encaminadas a la presentación de las correspondientes declaraciones responsables de manera telemática y conectada directamente con los programas informáticos de la Oficina.

➤ Cumplimiento de la normativa turística

Como cometido destacado de las funciones de la Oficina de Ordenación está el velar por el cumplimiento de la normativa turística vigente, así como por el correcto funcionamiento de los servicios, actividades y establecimientos turísticos y la protección de los derechos de los usuarios.

En cooperación con el Área de Innovación, se continuará en 2024 con el desarrollo de la aplicación informática específica "IETUR" destinada a agilizar las inspecciones a los establecimientos turísticos, y con ello acortar los tiempos en la emisión de informes pudiendo emitir las resoluciones de clasificación en plazos más cortos.

Del mismo modo, se prestará asesoramiento a los profesionales del sector turístico sobre el ejercicio de sus derechos y del cumplimiento de sus obligaciones.

Igualmente, se continuará con la tramitación de las reclamaciones que por parte de los usuarios se presenten por el deficiente o incorrecto funcionamiento de los establecimientos y actividades turísticas. Además de los expedientes sancionadores que de oficio se incoen como consecuencia de actas de inspección o de informes sobre ejercicio clandestino de alojamiento.

➤ Fiestas de interés turístico

Durante el año 2024 la Oficina de Ordenación del Turismo continuará con el asesoramiento, estudio, emisión de informes y resolución, en su caso, de las fiestas, eventos o acontecimientos que se celebran en la Región de Murcia que suponen un significativo atractivo turístico, y que sus promotores desean obtener la declaración de interés en alguna de sus variantes regional, nacional o internacional. Las fiestas son consideradas como un recurso turístico de primer orden en la medida que constituyen un polo de atracción para los visitantes de dentro y fuera de la Región.

Mejora y mantenimiento de infraestructuras turísticas y señalización

La conservación y mejora de las infraestructuras turísticas y la señalización contribuyen a la vertebración del territorio y facilitan la desconcentración geográfica de la demanda turística y, por tanto, la sostenibilidad de los destinos.

➤ Itinerarios ecoturísticos y Vías Verdes.

Se impulsará la vertebración turística del territorio a través de actuaciones en itinerarios ecoturísticos que contribuyan a la cohesión territorial y favorezcan la conectividad entre los diferentes municipios y destinos de la Región de Murcia.





El pasado año 2023 finalizó la realización por parte del ITREM de actuaciones en vías verdes con cofinanciación del Programa Operativo FEDER 2014-21. Una vez acondicionadas, su gestión pasa a ser asumida por el “Consortio de las Vías Verdes de la Región de Murcia”, integrado por la CARM y los Ayuntamientos implicados.

El ITREM contribuye al funcionamiento de dicho Consorcio con apoyo técnico y con aportación económica destinada a la imprescindible vigilancia y mantenimiento de estas infraestructuras, que actualmente suman unos 185 km.

También se participa en el desarrollo del proyecto “Camino de la Cruz de Caravaca”, que se inició con el “Camino de Levante”. Para 2024 está prevista la señalización del Camino que parte de Cartagena y Mazarrón, así como la supervisión de la señalización del “Camino de la Vera Cruz” ejecutada por fases por la “Fundación Camino de la Cruz de Caravaca”.

➤ Rehabilitación del Convento San José de Caravaca de la Cruz.

En 2024 se continuarán desarrollando actuaciones para la conservación y puesta en valor del antiguo convento de San José de las madres carmelitas en Caravaca de la Cruz.

Se continuará con el tratamiento de erradicación de termitas y se realizará el Proyecto de Rehabilitación de una parte del convento (Iglesia, Casa fundacional y Casa de las Mandaderas) para uso turístico y cultural.

Caso de que sea concedida la subvención solicitada en mayo de 2023 con cargo al programa convocado por la Secretaría de Estado de Turismo para rehabilitación de BIC con uso turístico (fondos Next Generation), se podrían iniciar en el segundo semestre de 2024 a las obras de rehabilitación.

➤ Otras actuaciones.

También se tiene previsto realizar el Estudio de accesibilidad en las playas que se viene publicando en los últimos veranos, y se podrían apoyar solicitudes demandadas por entidades locales para la mejora puntual en infraestructuras, señalización o equipamientos turísticos que pongan en valor los atributos y recursos de los destinos, o que generen confort y seguridad al turista.

Impulso y coordinación del turismo en la planificación territorial

El ITREM, en cumplimiento de lo previsto en la Ley de Turismo, emite informes sobre los planes de ordenación urbanística, territorial y ambiental que inciden en el turismo, con el objetivo de que tengan en consideración los recursos existentes y favorezcan la creación o mejora de la oferta turística.

Asimismo, el ITREM asiste a diversas comisiones, juntas o grupos de trabajo, convocados por otros departamentos de la administración, que tratan aspectos que pueden incidir en la ordenación de los espacios turísticos.





Formación

Le corresponde al Centro de Cualificación Turística (CCT) la gestión y desarrollo de todas las actividades formativas destinadas a la capacitación, cualificación, especialización y certificación de los profesionales del sector turístico, de forma presencial u online y tanto en la modalidad de formación continua (trabajadores en activo) como ocupacional (desempleados).

También se ocupa del desarrollo de acciones cuya finalidad es el fomento del talento y la mejora de la empleabilidad dentro del sector, así como la organización de otras actividades no específicamente formativas destinadas a la promoción la gastronomía regional y de las profesiones relacionadas con la hostelería y el turismo.

Asimismo, el Centro de Cualificación Turística tiene asignada la labor de promoción del producto turístico gastronómico, con el objetivo de hacer de la gastronomía un elemento motivacional para la elección del destino.

OBJETIVOS:

- La promoción y valorización del sector turístico como generador de empleo de calidad y con futuro.
- La mejora de la competitividad de las empresas turísticas mediante el fomento de la formación y la profesionalización de su capital humano actual y futuro.
- La potenciación del Centro de Cualificación Turística como referente de formación de calidad reconocida dentro del sector hostelero y turístico de la Región de Murcia.
- El incremento de las posibilidades de inserción laboral o mejora de las condiciones del empleo en el sector turístico mediante una formación de calidad y adecuada a las necesidades del mismo.
- Facilitar el acceso a la formación turística a aquellas personas que, por barreras geográficas o incompatibilidad de horarios, no tienen fácil acceso a la misma.
- La mejora de la empleabilidad de personas en riesgo de exclusión social o de difícil inserción laboral dentro del sector turístico, así como su visibilidad.
- La gestión de herramientas destinadas a la mejora de la vinculación entre empresas y egresados a fin de potenciar su incorporación en el mercado laboral.
- Fomentar la innovación, la digitalización y la investigación, así como el desarrollo de productos y servicios con el fin de facilitar la adaptación de las empresas a las necesidades cambiantes del mercado.
- El impulso y potenciación del talento y la excelencia de los alumnos del Centro de Cualificación Turística, así como de los trabajadores del sector en general.
- Promocionar la gastronomía murciana como valor diferenciador de la oferta turística y a sus profesionales de sala y de cocina.

PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO DURANTE EL EJERCICIO 2024:





Formación online: diversificación e innovación

El Centro de Cualificación Turística pretende alcanzar los siguientes objetivos con la formación online:

- Llegar a todo el territorio regional cubriendo todos los sectores y las familias profesionales.
- Que la formación online/teleformación llegue a todo el sector, tanto a trabajadores como a desempleados que quieran incorporarse al sector turístico. Para ello el Campus Virtual del CCT ha sido acreditado por el SEPE, tanto la plataforma como los certificados de profesionalidad, para impartirlos en la modalidad de teleformación. Esta andadura dio comienzo en el año 2021 acreditando el primer certificado, habiendo sido impartido ya en dos ocasiones.

Tras el éxito obtenido se ha continuado en la acreditación de más certificados, siendo el objetivo llegar a tener a finales de los 2024 6 certificados de profesionalidad acreditados, 3 de Turismo y 3 de Hostelería.

- Salvar algunos obstáculos a la hora de organizar la formación destinada a la microempresa y al sector del alojamiento, la restauración y las actividades de ocio y organización de actos. Estos obstáculos tienen que ver con la falta de tiempo para formarse, la dificultad de compaginar los horarios de formación con los laborales, y los desplazamientos desde las empresas del interior rural que impondría la formación presencial.
- Atraer hacia el sector al segmento joven, muy familiarizado con las nuevas tecnologías. En este colectivo la teleformación tiene una especial importancia para impulsar la profesionalización y la mejora de la calidad del empleo en el turismo, con actividades de formación continua. Se trata de corregir el patrón de comportamiento actual por el que muchos jóvenes se vinculan al sector turístico solo temporalmente y por necesidad, sin intención de promocionarse y hacer carrera, lo que dificulta el reemplazo generacional.
- Incorporar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) para así dar una mayor calidad en la formación online. La presencia de las TIC's está cambiando algunos de los hábitos sociales y la formación no puede ser ajena a estos cambios. Su implantación facilitará el desarrollo de nuevos modelos de enseñanza y aprendizaje, fomentando el debate y la reflexión.
- La Secretaría de Estado de Turismo lanzó un conjunto de acciones formativas dentro del programa 'Anfitriones Turismo', con el objetivo de que los profesionales del sector turístico pudieran mejorar sus habilidades y su formación. Durante la crisis sanitaria del año 2020, y ante el éxito de los cursos, con una demanda que superaba a la oferta, el CCT utilizó en la modalidad online todo el material de los cursos que la Secretaría de Estado de Turismo puso a disposición de las comunidades. La Región de Murcia fue la única comunidad autónoma que programó en 2020 la totalidad del Programa Anfitriones, y es esta gran acogida el principal argumento para continuar con esta línea de





colaboración formativa, ampliando la oferta hasta la actualidad, introduciendo en la programación nuevos cursos, con una total colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo.

Formación presencial, mejora de la empleabilidad, perfeccionamiento y adaptación de los recursos humanos a las nuevas tendencias

El Centro de Cualificación Turística va a programar para el ejercicio 2024 un amplio Plan de Formación con cursos y jornadas dirigidos tanto a desempleados como trabajadores en activo. El principal compromiso del CCT es seguir cumpliendo y superando las expectativas formativas y, si cabe, que sean aún más ambiciosas y novedosas.

Como una oportunidad para el crecimiento es fundamental trabajar en la reincorporación al mercado laboral, así como la formación en el emprendimiento. Para ello la flexibilidad y la mejora de la accesibilidad a la formación y a la orientación, y la incorporación de la digitalización, la innovación y el emprendimiento garantizarán el aprendizaje permanente, desde la formación inicial hasta la formación en el puesto de trabajo.

Acciones formativas presenciales para dotar de certificaciones profesionales a futuros trabajadores del sector

El sector de la hostelería y el turismo de la Región de Murcia en los últimos años ha sido uno de los motores para la generación de empleo y riqueza.

La situación actual de la hostelería, en la que existe una mayor demanda de profesionales, frente a una oferta, que en contadas ocasiones carece de titulación acreditativa, impulsa seguir apostando por las acciones vinculadas a desempleados.

En relación con el turismo, la consolidación de diferentes tipos de turismo como el de congresos y eventos, la apuesta por la mejora de la atención a los turistas, o la implantación de nuevas vías como el enoturismo, marcarán las líneas a seguir en materia de formación.

Estas acciones girarán en torno a:

- **Titulaciones propias**, como el curso de camarera/o de pisos, camarero/a de banquetes, animador/a turístico o guía acompañante.
- **Certificados de profesionalidad subvencionados por el SEF**. En los que seguimos apostando por una formación lo más completa posible, acompañando a los alumnos en la consecución de todos los niveles formativos, 1, 2 y 3, si así lo desean.
- Especialización del trabajador y calidad en el sector, para luchar contra la desestacionalización

Un sector competitivo exige una formación de calidad que venga a responder a las necesidades reales y actuales de las empresas, una formación continua que recicle y





mejore los niveles de cualificación de los trabajadores en activo, así como, un fomento en la motivación para escoger la formación turística mediante la dignificación de las profesiones asociadas a ella.

Las líneas de actuación se centrarán en las nuevas tendencias de la hostelería y el turismo, sin olvidar, los cursos más demandados, los cuales afianzan las habilidades necesarias para profesionalizar el sector.

➤ Propuestas para cubrir el déficit en competencias en materia turística

Desde el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, durante el año 2024 se llevará a cabo un diagnóstico de los principales déficits en competencias en materia turística, con el objetivo de programar acciones formativas de calidad que respondan a las necesidades reales de las empresas, consiguiendo así la adecuación de la oferta formativa a las necesidades reales de empleo.

➤ Acciones de formación dirigidas al sector turístico regional.

Focalizadas en Inbound Marketing y CRM (gestión de bases de datos), así como en materia de sostenibilidad turística.

Apoyo al talento y a la especialización

A través de esta línea, el Centro de Cualificación Turística apoya el talento y la excelencia entre profesionales y jóvenes promesas mediante programas de becas y ayudas a la formación práctica y a la especialización. Se trata de aportar una formación teórica y práctica al más alto nivel, con el objetivo de potenciar el talento y la excelencia del capital humano en el sector turístico, siendo conscientes de que una mejor formación y cualificación de sus profesionales incrementará la calidad en la prestación de los servicios. Todo ello, a su vez, redundará en un mejor posicionamiento de la imagen del sector turístico regional.

Entre las principales acciones previstas para el año 2024 destacan:

- Acciones de sensibilización hacia la identificación y atracción del talento.
- Convocatoria de becas de excelencia de colaboración público-privada.
- Estímulo a la participación en acciones formativas mediante becas o ayudas.
- Programa de ayudas para la realización de cursos formativos en entidades de reconocido prestigio para los profesionales.
- Apoyo a la participación en concursos y certámenes.

Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos y seguimiento de su desarrollo profesional, entendiendo también su papel como los mejores prescriptores del centro y sus actividades.

Promoción del autoempleo y el emprendimiento.





Potenciación del restaurante-escuela y el centro de documentación.

Poner de relieve el valor estratégico de los profesionales en el sector turístico mediante acciones de visibilización, concursos y programas de ayudas.

Colaboración con entidades del Tercer Sector para la mejora de la empleabilidad de personas de difícil inserción laboral.

Turismo gastronómico

Con esta línea, el Centro de Cualificación Turística viene a apoyar y consolidar la estructuración del producto gastronómico.

A diferencia de otros productos, el turismo gastronómico en la Región de Murcia no posee una estructura definida ni un histórico de relación entre sus agentes.

De ahí la absoluta necesidad de que el primer reto a afrontar sea el de estructurar el producto, identificando la oferta y sus iconos y sentando las bases para la colaboración entre departamentos del propio sector público y a su vez de éstos con los sectores de producción, transformación y servicios. Fruto de esta colaboración surgió la Mesa del Turismo Gastronómico, en la que estén representados todos los agentes implicados en el desarrollo y promoción del turismo gastronómico tanto a nivel institucional como empresarial.

Una vez sentadas las bases para la estructuración del producto, se está procediendo a la puesta en valor de los recursos, la oferta y los equipamientos necesarios. El lanzamiento y posicionamiento de la marca '1.001 sabores – Región de Murcia', ya iniciado durante el anterior Plan Estratégico 2015-2019, y el proyecto 'Murcia, Capital de la Gastronomía 2020 y 2021' han sido dos de los principales puntos de arranque para este segmento.

➤ Percepción del destino.

En 2024 se busca alcanzar un posicionamiento efectivo del producto turístico gastronómico de la Región de Murcia en la mente de los potenciales consumidores pertenecientes a los distintos mercados emisores, basado en los atributos fundamentales de la gastronomía regional y en el estilo de vida mediterráneo. Que el turista asocie la Región de Murcia a un destino con una gastronomía mediterránea saludable y sostenible con productos de circuito corto, en el que existe una oferta turístico-gastronómica diversa, atractiva y de calidad, que permite descubrir las distintas ciudades y zonas de la Región, aprendiendo y disfrutando de la identidad culinaria del territorio desde el origen hasta la mesa.

➤ Promoción y comercialización del turismo gastronómico.

Se llevarán a cabo en 2024 diferentes acciones para promocionar los productos de calidad, las razas autóctonas y los productos endógenos de la Región de Murcia. Para ello se desarrollarán programas de trabajo que pretenden difundir los atributos





diferenciales de la Región de Murcia como destino de gran valor gastronómico y su promoción en los mercados objetivo, contribuyendo al consumo de los productos turísticos gastronómicos.

En la promoción y comercialización se dará protagonismo a las grandes plataformas gastronómicas y en materia de comunicación, se llevará a cabo un ambicioso plan de promoción del producto a través de viajes de familiarización con influyentes prescriptores de opinión. Asimismo, se apoyará la organización de eventos gastronómicos singulares ya consolidados o de nueva creación que favorezca la atracción de turistas que valoren los recursos endógenos, proporcionen notoriedad y que contribuyan a desestacionalizar la demanda turística. Se impulsará, igualmente, la organización de actividades que dinamicen el sector como concursos, premios jornadas, distinciones, etc. Además, se fomentará la presencia en ferias y eventos dirigida tanto a público final como a profesionales, así como el desarrollo de un programa de road shows y street marketing en las principales ciudades españolas y un programa de marketing gastronómico en los mercados emisores en colaboración con las OETs de Turespaña.

Para impulsar estos proyectos se mejorará el contenido y la visibilidad de la gastronomía en el portal turístico institucional 1001SaboresRM.es y el blog 1001 Sabores - Región de Murcia. Además, se apoyará la difusión del producto gastronómico con el perfil 1001 Sabores - Región de Murcia en redes sociales, canales de video, productos editoriales y audiovisuales.

➤ Sello de Compromiso Gastroturístico "1001 Sabores - Región de Murcia".

Tras la creación y puesta en marcha del Sello de Compromiso Gastroturístico "1001 Sabores - Región de Murcia", que aúna lo mejor y más competitivo de la oferta regional, durante el año 2024 se implantará un sistema de evaluación y seguimiento del Sello que garantice que las empresas adheridas cumplan con los criterios establecidos para cada tipología.

➤ Gastroexperiencias

Con la puesta en marcha del catálogo regional de Gastroexperiencias 1.001 Sabores Región de Murcia, recurso orientado al desarrollo de la Región como destino gastronómico de referencia, sostenible, que esperamos que impulse la economía local, proporcione oportunidades de empleo y que fomente la cultura y nuestra identidad gastronómica tanto dentro como fuera de la Región, se potenciará la incorporación de más experiencias que den cabida a todo tipo de agentes, desde las grandes empresas hasta las pequeñas explotaciones agrícolas y ganaderas, queserías artesanas, bodegas o agroturismos, restaurantes, alojamientos, comercios y eventos, en las que no sólo se podrán degustar productos y platos típicos de la Región, sino que también permitirán conocer, aprender, disfrutar y participar en primera persona de la rica cultura gastronómica regional en todas sus dimensiones.

➤ Formación e innovación.





Paralelamente a la estructuración del producto se trabaja en desarrollar planes formativos, previa detección de necesidades, adaptados a las características y perfiles de los agentes de los sectores involucrados, que les dote de la formación e innovación necesaria para en un último paso promocionar el conjunto. Así, se realizarán acciones de formación y asesoramiento, presenciales/online, viajes de conocimiento a otros destinos gastronómicos consolidados, foros, congresos, jornadas, etc. destinadas a municipios, empresas, entidades y profesionales del sector, para el diseño y puesta en marcha, así como la mejora de la calidad, de la oferta de productos relacionados con la gastronomía.

En materia de innovación, en la medida de lo posible, se fomentará la creación de empresas que oferten productos y servicios innovadores y se apoyará a aquellas que apuesten por la digitalización y pongan en valor el uso aplicaciones tecnológicas.

➤ Encuentros profesionales 1.001 Sabores

Se crearán foros de intercambio de conocimiento donde diversos agentes puedan compartir experiencias, tendencias y novedades en turismo gastronómico.

➤ Sensibilización entre la población residente y “Embajadores Gastronómicos”.

Con el objetivo de crear cultura gastronómica y sensibilización hacia el turismo gastronómico, se difundirán entre la población local los valores de la gastronomía regional mediante la realización de acciones de formación y sensibilización. Se trata, asimismo, de fomentar el consumo del producto autóctono y crear un sentimiento de orgullo y pertenencia. A través del programa de ‘Embajadores Gastronómicos’ se pretende aumentar la presencia de la oferta gastronómica regional en los medios aprovechando el sentimiento de pertenencia.

➤ Calendario gastronómico

Creación de un calendario único de fiestas y eventos gastronómicos del sello 1.001 Sabores de la Región de Murcia, en el que tenga cabida todas las propuestas turísticas de verdadero valor, ensalzando la gastronomía autóctona y los productos locales.

➤ Premios 1.001 Sabores Región de Murcia

Promoción de la marca a través de la convocatoria anual de los premios 1.001 Sabores Región de Murcia para reconocer a aquellas personas, empresas o entidades que destaquen por promover un producto turístico de calidad basado en los valores de la marca.

Transferencias, subvenciones y ayudas

La intensa reactivación de la actividad turística tras la pandemia de Covid-19 ha propiciado la recuperación de los niveles de facturación previos a 2020 de las empresas.





Una circunstancia que ha estado propiciada por el incremento de los viajeros (+6,6% respecto a 2019 en los alojamientos reglados), en mayor medida que lo han hecho las pernотaciones (+1,6%), ya que a pesar de que los turistas están viajando en mayor número, sus estancias son más reducidas.

No obstante, a pesar de la recuperación de los ingresos, el incremento de costes ligado a la coyuntura de hiperinflación de los últimos dos años ha venido dañando la rentabilidad de las empresas turísticas de la Región de Murcia, con lo que el crecimiento de la facturación no se ha traducido en una mejora de los beneficios.

Es por esto, que el Plan de Acción de Turismo 2024 aborda medidas para incentivar y mejorar el ecosistema empresarial y el empleo mediante el trabajo en red, el intercambio de buenas prácticas, herramientas de comercialización, la cualificación y mentorización de empresas y el asesoramiento técnico cualificado. Entre estas acciones destacan:

- Plan de Revitalización y Sostenibilidad de los Alojamientos Turísticos de la Región de Murcia.
- Trabajo colaborativo con las empresas: Programa de aceleración empresarial, clubs de productos; mesas de trabajo y mesas de coordinación.
- Programa 'Invest in Costa Cálida' de asesoramiento y captación de inversiones
- Incentivos a la demanda: 'Visitas guiadas gratuitas'
- Instrumentos de competitividad: Oficina de inteligencia turística Smart Office y programas de formación y apoyo al talento.

Además, el apoyo a las empresas turísticas tiene un carácter prioritario en los programas de ayudas y subvenciones del Gobierno regional. A continuación, se recoge la selección de las prioridades turísticas a financiar en 2024 a través de ayudas, transferencias y subvenciones:

Programa 'Bono turístico Región de Murcia 2024'

El actual escenario de inestabilidad económica e inflación está elevando los niveles de incertidumbre del consumidor y conlleva un retraimiento en sus decisiones de gasto, lo que se traslada a un menor consumo turístico y el consiguiente retroceso en el volumen de reservas, especialmente en temporada baja. Esta situación puede comportar el cierre temporal durante los meses de otoño e invierno de establecimientos de alojamiento turístico que, antes de esta crisis y sus consecuencias, permanecían abiertos y mantenían los niveles de empleo.

La puesta en marcha de incentivos a la demanda como el 'Bono turístico Región de Murcia 2024', permite desestacionalizar la demanda turística, mantener la actividad en los meses de temporada baja y minimizar, por tanto, la brecha en la actividad y el empleo. Se produce, así, un claro efecto positivo tanto directo en el empleo en los





alojamientos turísticos, como también indirecto en otros servicios, turísticos y no turísticos que contribuye a generar riqueza en los destinos.

Por medio de este programa se pretende incentivar la demanda de servicios turísticos prestados en periodos de estacionalidad y se destina a personas físicas mayores de edad con residencia legal y continuada en España que se inscriban en el programa y que contraten al menos dos pernотaciones consecutivas en alojamientos ubicados en la Comunidad Autónoma de Región de Murcia que se encuentren inscritos en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas del Instituto de Turismo de la Región de Murcia de las siguientes tipologías: establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campings, casas rurales, hospederías rurales y albergues que se encuentre adherido al programa.

El Bono cubre el 50% del coste de los servicios subvencionables del paquete turístico, incluido el IVA, con un máximo de 250 €. Y para esta anualidad de 2024 se contará con una dotación inicial de 300.000 euros.

En definitiva, se trata de fomentar la realización del mayor número de viajes con pernотación en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, e incentivar tanto el consumo turístico como la actividad de los establecimientos de alojamiento, contribuyendo a la reactivación económica de este sector. De este modo, las ayudas se erigen como un instrumento idóneo y necesario para impulsar el conocimiento de la Región de Murcia y sus atractivos turísticos, amén de contribuir a la desestacionalización de la demanda turística.

Sostenibilidad de los destinos turísticos

La Administración Regional es consciente de la necesidad de incorporar los aspectos ambientales al diseño y ejecución de las políticas públicas de turismo. Entre las actuaciones de mayor calado en este sentido destaca la participación de la Región de Murcia en los dos programas de los que consta la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos (STD): el Programa Ordinario y el Programa Extraordinario.

Mediante la participación en esta Estrategia, el ITREM acometerá el impulso a la renovación de la oferta turística, la modernización de infraestructuras y la competitividad de los destinos garantizando la sostenibilidad del modelo turístico. Todo ello con cargo a los fondos europeos Next Generation EU y mediante un proceso coordinado con las Entidades Locales.

En este sentido, en el año 2024, se continuará con la ejecución de los Planes Territoriales STD Extraordinarios de 2021, 2022 y 2023 y los Planes STD Ordinarios de 2020, 2021 y 2022.

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos: Convocatorias Extraordinarias.





La participación en el Programa Extraordinario STD se articula a través de los 'Planes Territoriales de Sostenibilidad Turística en Destinos de la Región de Murcia' de los años 2021, 2022 y 2023, todos ellos ejecutándose en la actualidad.

En la convocatoria de 2021 se aprobaron seis planes locales por un importe total de 21,5 millones de euros, que corresponden a los municipios de Cartagena, Lorca, Mazarrón, Caravaca de la Cruz, Jumilla y Yecla.

El Plan Territorial que la Comunidad presentó a la convocatoria 2022 incluye unos 15,2 millones para el desarrollo de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos de Los Alcázares, San Javier, Murcia y Cieza y, además, incorpora otro Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos para la renovación de la Red de Vías Verdes de la Región de Murcia. Por otra parte, incluye la Actuación de Cohesión en Destinos 'Plan de Revitalización y Sostenibilidad de los Alojamientos Turísticos de la Región de Murcia', concebido como un fondo destinado a ayudas directas a la modernización de alojamientos turísticos por valor total de 8,4 millones de euros.

En lo referente a la convocatoria 2023, la Región de Murcia dispone de 18,6 millones de euros de fondos Next Generation EU para impulsar los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos del Noroeste de la Región, Águilas, Archena y San Pedro del Pinatar. La convocatoria contempla, además, dos Actuaciones Complementarias de Cohesión entre Destinos (ACD): Valle de Ricote Slow y Turismo Azul destino de la Región de Murcia 2023.

➤ Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos: Convocatorias Ordinarias.

En 2024 se continuará con el apoyo a los destinos que desarrollan los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) aprobados en las convocatorias ordinarias realizadas hasta la fecha. Estos PSTD son planes plurianuales cofinanciados por las tres administraciones (el Estado, la Consejería, y los ayuntamientos o mancomunidades beneficiarios) y cuyos objetivos son la puesta en valor y la adecuación de los recursos turísticos, culturales y naturales, así como la mejora de la calidad y la competitividad a través de la creación de infraestructuras turísticas y de la promoción.

En concreto se trata de los PSTD "Territorio de Sierra Espuña" aprobado en 2020 con importe global de 2.750.000 euros; el PSTD "Portmán" en 2021 con 1.000.000 euros; y el PSTD "Alcantarilla" aprobado el año 2022 con 1.419.916 euros. Para este último la aportación del ITREM en la anualidad 2023 fue de 157.212 euros. El ITREM participa en las Comisiones de Seguimiento de todos estos planes.

El ITREM también se implicará en la nueva convocatoria ordinaria prevista en 2024, con una aportación de 400.000 euros y difundiendo sus bases y participando en la evaluación de las candidaturas y selección del destino elegido.





Posicionamiento de la marca 'Festivales Región de Murcia'

La Región destaca por tener una variada oferta de festivales de música en vivo que, a lo largo del año, atraen a numerosos visitantes motivados por la calidad y diversidad de estos eventos. Los festivales no solo tienen un impacto económico contrastado, sino que pueden ser elementos clave en la estrategia turística, ya que estos eventos se convierten en el motivo principal de muchos viajes, tienen un impacto económico importante, contribuyen a la venta de otros productos y recursos turísticos y pueden llegar a conformar la imagen del destino.

En este sentido, los festivales son parte integral de la estrategia de diversificación y desestacionalización recogida en el Plan Estratégico de Turismo 2022-2032 mediante la renovación del portafolio de productos. Estrategia fundamental para crear nueva oferta y poder seguir creciendo en un entorno altamente competitivo. Conscientes de la importancia de visibilizar esta iniciativa turística el ITREM, con la colaboración del Instituto de las Industrias Culturales y las Artes de la Región de Murcia (en adelante ICA), decide hacer uso de la marca "Festivales de la Región de Murcia" como sello de calidad de los festivales de música en vivo de la Región. Esta colaboración se plasmó en la cesión del uso y gestión de la marca al ITREM.

La Administración Regional considera conveniente colaborar directamente con Ayuntamientos de la Región de Murcia y otros entes públicos licenciatarios de la marca "Festivales Región de Murcia" para promocionar la difusión de este distintivo de calidad mediante la concesión de una subvención de un crédito máximo de 600.000 euros en 2024.

Red de Cátedras de Turismo de la Región de Murcia

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia, con el objetivo de fomentar la investigación en materia de turismo y maximizar el acceso y difusión de la información generada, lidera la creación de una red de colaboración con administraciones públicas, universidades, centros de investigación y asociaciones empresariales. Se trata, así, de establecer una red de transmisión de conocimiento que conduzca al desarrollo de un sistema de gestión de la inteligencia turística.

En este sentido, desde el año 2019 la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes colabora en la puesta en marcha y funcionamiento de una Red de Cátedras al servicio del Turismo, en la que se integran:

- La "Cátedra de Innovación Turística de la Región de Murcia" en colaboración con la Universidad de Murcia.
- La "Cátedra Internacional de Inteligencia Turística" en colaboración con la UCAM.
- La "Cátedra de Turismo Sostenible" en colaboración con la Universidad Politécnica de Cartagena.

Para esta anualidad de 2024 se cuenta con una dotación de 83.490 euros.





Esta iniciativa contribuirá a mejorar la investigación, la difusión y la transferencia de conocimiento turístico e innovación entre el sector productivo y empresarial y el mundo académico y científico. Además, fomentará la formación y cualificación de las personas que trabajan en la industria turística. Por otra parte, servirá de base a las administraciones públicas para el establecimiento de las directrices de la política turística y de fundamento en la elaboración de estrategias y líneas de actuación.

Apoyo a la Fundación ‘Camino de la Cruz’

La fundación ‘Camino de la Cruz’ está formada por entidades públicas y privadas, con aportación mayoritaria de capital privado que, siendo una organización sin fin de lucro, por voluntad de sus creadores, tiene afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general y cuyos beneficiarios son colectividades genéricas de personas.

Su patronato, como órgano colegiado de gobierno y representación de esta fundación, debe cumplir los fines fundacionales y administrar con diligencia los bienes y derechos que integran el patrimonio de la fundación, manteniendo el rendimiento y utilidad de los mismos.

Entre los fines de interés general de esta fundación están la rehabilitación, acondicionamiento y/o puesta en valor del patrimonio histórico, artístico y/o cultural en los municipios por donde transcurre “El Camino de la Cruz de Caravaca”, especialmente los elementos arquitectónicos y el camino en sí. Con ello se pretende impulsar “El Camino de la Cruz de Caravaca” como destino turístico.

Para el año 2024 el ITREM aportará 200.000 euros para llevar a cabo, entre otras actuaciones, la mejora y mantenimiento de las infraestructuras turísticas del Camino, la promoción del mismo como un referente turístico de la Región, la recuperación del patrimonio y de las infraestructuras de la zona.

Además de todo esto, se promocionará y conservará el patrimonio cultural, natural y gastronómico de todo el Camino hacia Caravaca de la Cruz y se tratará de coordinar estas iniciativas entre las distintas administraciones públicas para atraer cada vez a más peregrinos a completar el Camino de la Cruz y dar a conocer el patrimonio regional.

Consortio ‘Vías Verdes de la Región de Murcia’

El “Consortio de las Vías Verdes de la Región de Murcia” se creó como un ente de carácter público para la cooperación técnica económica y administrativa de las Vías Verdes y los municipios que las componen. El ITREM contribuye al funcionamiento del consorcio, integrado por la CARM y los Ayuntamientos implicados, con apoyo técnico y económico a través de una transferencia de capital de 250.000 euros en 2024, destinada a la imprescindible vigilancia y mantenimiento de estas infraestructuras, que actualmente abarcan unos 185 km.





Desde el consorcio se trabaja en el acondicionamiento y mantenimiento de la Red Regional de Vías Verdes, favoreciendo de este modo la conectividad entre los diferentes municipios regionales, lo que contribuye a la vertebración turística del territorio.

SUBVENCIONES 2024	IMPORTE euros
Programa 'Bono turístico Región de Murcia 2024'	300.000,00
Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos: Convocatoria Ordinaria	400.000,00
Posicionamiento de la marca 'Festivales Región de Murcia'	600.000,00
Red de Cátedras de Turismo de la Región de Murcia	83.490,00
Apoyo a la Fundación Camino de la Cruz	200.000,00
TRANSFERENCIAS 2024	IMPORTE euros
Consorcio Vías Verdes	250.000,00

B) Conclusiones

A nivel presupuestario:

El siguiente cuadro refleja la ejecución del Contrato-Programa 2024 por Servicios Operativos en términos absolutos y relativos y en función del presupuesto inicial asignado (Anexo II del Contrato-Programa 2024):

MEMORIA ECONÓMICA-FINANCIERA EJERCICIO 2024 (Periodo enero-diciembre)	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)						
	Promoción	Comunicac.	Ordenación	Innovación	Formación	Subvenc.	TOTAL
Valores presupuestarios iniciales	8.530,30	6.394,22	1.108,75	1.196,35	2.691,80	2.698,03	22.619,44
Valores reales a 31-12-2024	3.086,71	2.306,91	544,58	429,21	1.702,84	18.302,80	26.373,06
% Ejecución sobre inicial	36,19%	36,08%	49,12%	35,88%	63,26%	678,38%	116,59%

El grado de ejecución presupuestaria a 31 de agosto se sitúa en el 116,59%. Destaca el Servicio Operativo de "Subvenciones y Ayudas" con un 678,38% ejecutado sobre presupuesto inicial. Esta situación es debida a la ampliación presupuestaria por importe de 18.097.651 euros de fondos Next Generation procedentes del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos y Acciones del Cohesión en Destinos 2023





(PSTD.ACD.2023). Esta ampliación de fondos de capital recibida en el ITREM representa un 80% del presupuesto inicial.

Este servicio de Transferencias, Subvenciones y Ayudas ha ejecutado durante el periodo un importe de 16.863.480 euros, de los 18.097.651 euros recibidos del PSTD.ACD.2023, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

El grado de ejecución presupuestaria a 31 de agosto se sitúa en el 42,04% si no se tiene en cuenta la situación extraordinaria descrita en los párrafos anteriores.

A nivel de ejecución de indicadores:

En lo que respecta al grado de evolución de los 137 indicadores (Anexo I del Contrato-Programa 2024), a continuación, se muestran los resultados alcanzados por cada Servicio Operativo a 31 de agosto de 2024:

Grado de ejecución Servicios Operativos	0%	[1-49]%	[50-99]%	100%	Total	
Ordenación	5	2	9	8	24	
Innovación	0	1	5	6	12	
Formación	4	15	18	17	54	
Subvenciones	0	0	2	2	4	
Promoción	4	1	5	16	26	
Comunicación	0	4	9	4	17	
Total:	13	23	48	53	137	
	%	9,49%	16,79%	35,04%	38,69%	100,00%

En cuanto al grado de cumplimiento de las metas previstas, establecidas en los objetivos relacionados en el Anexo I del Contrato-Programa 2024, de acuerdo con lo expresado en el punto anterior, se observa que, a 31 de agosto de 2024, el 73,72% de los indicadores han superado el 50% de sus metas previstas, mientras que un 9,49% no han mostrado actividad.

A nivel estadístico, repercusión en el mercado:

El turismo en la Región de Murcia no solo ha consolidado su recuperación, sino que avanza a un ritmo notable en una senda expansiva en 2024 y cierra los primeros ocho meses del año con máximos de afluencia, contribución económica y empleo.

Así, durante los ocho primeros meses de 2024, los alojamientos turísticos reglados de la Región de Murcia, hoteleros y extrahoteleros, han logrado un registro récord de viajeros: 1.300.773, un 5,7% más respecto al mismo período de 2023, superando el incremento del conjunto nacional que se quedó en un 4,3%. El turismo nacional aumentó





un 5,6% (baja un 1% en España). El extranjero, por su parte, aumentó un 9,3% (un 10,7% en España).

En cuanto a las pernoctaciones, éstas rebasaron los 4 millones (4.054.688), lo que supone un volumen un 3,8% superior al del mismo período de 2023. Las pernoctaciones de los residentes en España fueron 2.057.120 y aumentaron un 2,4% (el 0,2% en España). Las de los extranjeros sumaron 1.134.314 pernoctaciones y supusieron un 7,9% más que en julio de 2023 (el 9,1% en España).

Especial mención cabe para el turismo extranjero. Así, de enero a agosto, la Región de Murcia fue la comunidad española en la que más creció el turismo extranjero, un 23% más que en el mismo período de 2023 hasta llegar a los 803.863 turistas, lo que la sitúa como la comunidad autónoma con un mayor crecimiento interanual de visitantes internacionales, según la Encuesta Frontur del Instituto Nacional de Estadística.

Se ha logrado un récord de gasto del turismo internacional: Asimismo, según la encuesta Egatur, la Región fue en este período de enero a agosto la segunda autonomía en la que más creció el impacto económico del turismo internacional, al gastar los visitantes 1.122 millones de euros, un 42,7% más respecto al mismo intervalo de 2023.

Además, en estos ocho meses de 2024 la duración media de la estancia de los turistas extranjeros en la Región se situó en 12,85 días, una cifra que supera a la media nacional (7,19 días), y que nos coloca como la comunidad con una duración de las estancias más prolongada.

Es muy importante destacar que el crecimiento del turismo internacional refuerza la tendencia positiva que el sector turístico regional ha experimentado a lo largo de todo el año. Éste es un claro indicador que no sólo habla de recuperación de los niveles de récord que alcanzábamos en la prepandemia, sino que manifiesta un significativo impulso del turismo asociado al plan de refuerzo de conectividades aéreas de la Comunidad y a una estrategia turística basada en la desestacionalización y la diversificación de experiencias.

Además, otra de las tendencias positivas en el cambio del modelo turístico regional es la diversificación de los mercados internacionales. Así, los datos constatan que la Región de Murcia es cada vez menos dependiente del mercado británico, tradicionalmente el principal mercado emisor de turismo extranjero a la Región. El Reino Unido, aunque fue hasta agosto el mayor emisor de turismo internacional a la Región, con 218.931 turistas, lo que supone un peso del 27,2% del total de viajeros extranjeros a la Región, aproxima su cuota a la de Francia, que fue el segundo con 183.802 turistas, y un peso creciente del 22,9% del turismo internacional recibido. Bélgica, por su parte, ocupó el tercer lugar, con 88.434 turistas que representan una cuota del 11% y aun aumento respecto al año anterior del 53,3%.

También destacan los aumentos de Países Bajos y Alemania, que fueron el quinto y el sexto mercado, con 56.699 y 37.206 turistas y cuotas del 7,1% y 4,6% respectivamente, y que registraron un aumento interanual del 80,3% y -2,5%.





En cuanto al turismo nacional, según la Encuesta de Turismo de Residentes del INE con datos disponibles para el primer semestre del año, los residentes en España realizaron 1.799.735 viajes a la Región de Murcia. Esto supone un 9,52% más que en el mismo período de 2023. Este crecimiento contrasta con el leve aumento del 0,8% experimentado por el conjunto de España. Con estos datos la Región de Murcia, fue la tercera comunidad con mejor comportamiento, tras las tasas de variación de La Rioja (+10,66%) y País Vasco (+9,54%).

Además, este volumen de 1.799.735 viajes de residentes en España a la Región de Murcia en los primeros seis meses del año 2024 supone la cifra más elevada de la serie histórica para este periodo, un 4,3% superior a la anterior, la del primer semestre de 2018 (1.724.882).

Otro de los indicadores que viene a confirmar la buena salud del turismo regional es el crecimiento del empleo en el sector, que roza los 66.000 trabajadores en la Región de Murcia en el mejor mes de agosto de la serie histórica.

El número de afiliados en el conjunto de actividades de este sector registró un aumento interanual del 6,6%, superando en un punto el incremento del conjunto nacional (+5,5% en España), con 4.098 trabajadores más que en ese mismo mes del año 2023.

Así, el turismo impulsa el empleo en la Región de Murcia con un incremento interanual 2,5 puntos superior al crecimiento de la afiliación en el conjunto de actividades de la economía regional.

En conclusión, a 31 de agosto de 2024, se puede afirmar que, en cuanto al cumplimiento de los indicadores establecidos en el Contrato-Programa 2024, su grado de ejecución está dentro de lo esperado. Para evitar la inadecuada utilización de recursos en cada uno de los Servicios Operativos se sigue analizando permanentemente el criterio de la oportunidad en la realización de las acciones que están previstas, todo ello en función de la situación que a nivel nacional e internacional se está produciendo en cada momento.

El ITREM va a seguir aplicando los factores correctores necesarios que permitan optimizar los recursos disponibles y continuará con el análisis de aquellos indicadores que no cumplen con 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 los Servicios Operativos expuestos, se acompaña al presente informe una relación organizada de los objetivos, metas e indicadores de control del Contrato-Programa 2024 (Anexo I), 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 de dicho Contrato-Programa (Anexo II).

Murcia, a fecha de firma electrónica.

Documento firmado electrónicamente

Juan Francisco Martínez Carrasco

Director General

MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO
17/12/2024 16:48:40

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-6949160e-bcde-2a06-4a08-0050569b34e7





ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2024

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31-08-2024	
LÍNEA 1	ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Compl.
MED-1.1	REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			Acumul	0,00%
1.1.1	Normas reguladores de actividades turísticas	Nº normas redactados	1	0	0,00%
MED-1.2	GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			Acumul	198,70%
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	500	1.675	335,00%
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	1.500	936	62,40%
MED-1.3	RECLAMACIONES Y SANCIONES			Acumul	76,00%
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	100	76	76,00%
1.3.2	Inhibiciones a otras administraciones	Nº de inhibiciones a otras administraciones			
1.3.3	Reclamaciones archivadas	Nº de reclamaciones archivadas			
1.3.4	Recursos de alzada tramitados	Nº recursos de alzada tramitados			
1.3.5	Preparación y envío de expedientes a los juzgados contencioso-administrativos	Nº expedientes enviados a los juzgados contencioso-administrativos			
MED-1.4	ORDENACIÓN Y CONTROL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS			Acumul	0,00%
1.4.1	Habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Pruebas de habilitación	0	0	0,00%
MED-1.5	DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"			Acumul	92,00%
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	25	23	92,00%
MED-1.6	IMPULSO DISTINTIVO BANDERA AZUL			Acumul	123,53%
1.6.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul playas y puertos	Nº visitas realizadas	34	42	123,53%
1.6.2	Banderas azules en la Región de Murcia playas y puertos	Nº Banderas Azules	34	33	97,06%
1.6.3	Banderas Senderos Azules	Nº Banderas de Senderos Azules	10	15	150,00%
LÍNEA 2	INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA			REAL	% Compl.
MED-2.1	INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO			Acumul	62,50%
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40	25	62,50%
MED-2.2	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA			Acumul	70,00%
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	500	350	70,00%
MED-2.3	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL			Acumul	121,94%
2.3.1	Detección de oferta ilegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	200	510	255,00%
2.3.2	Visitas a la oferta ilegal: Apartamentos y viviendas de uso turístico	Nº visitas de inspección	0	0	0,00%
2.3.3	Visitas a la oferta ilegal: Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección	10	13	130,00%
2.3.4	Visitas a la oferta ilegal: Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección	4	0	0,00%
2.3.5	Visitas a la oferta ilegal: Guías de turismo	Nº de actuaciones	1	0	0,00%
2.3.6	Nº de actas/informes	Nº actas/informes	15	52	346,67%
MED-2.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA			Acumul	72,00%
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas	75	54	72,00%
MED-2.5	DEFENSA DEL USUARIO TURÍSTICO			Acumul	20,00%
2.5.1	Visitas de comprobación sobre reclamaciones de los usuarios turísticos	Nº visitas de comprobación de reclamaciones	10	2	20,00%





ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2024

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31-08-2024	
LÍNEA 3	DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL			REAL	% Compl.
MED-3.1	IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS			Acumul	112,50%
3.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos y proyectos finalizados	4	7	175,00%
3.1.2	Asesoramiento y colaboración con consorcios y ayuntamientos en planes y proyectos turísticos	Nº entidades o planes turísticos asesorados	8	5	62,50%
3.1.3	Ejecución, dotación y mantenimiento de señalización, infraestructuras y equipamientos turísticos	Nº obras y actuaciones realizadas	3	3	100,00%
MED-3.2	FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL			Acumul	52,50%
3.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	15	12	80,00%
		Nº informes emitidos	12	3	25,00%
LÍNEA 4	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			REAL	% Compl.
MED 4.1	PLAN ANUAL DE FORMACIÓN			Acumul	65,56%
4.1.1	Plan anual de formación del sector turístico	Nº cursos	110	67	60,91%
		Nº horas	10.000	2.751	27,51%
		Nº alumnos	2.250	1.623	72,13%
4.1.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	Grado de satisfacción general (sobre 10)	9,5	9,66	101,68%
MED 4.2	PLAN DE FORMACION PRESENCIAL ANUAL			Acumul	45,19%
4.2.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (CCT)	Nº cursos	45	28	62,22%
		Nº horas	500	330	66,00%
		Nº alumnos	450	471	104,67%
4.2.2	Impartición de acciones formativas para desempleados (CCT)	Nº cursos	5	1	20,00%
		Nº horas	250	24	9,60%
		Nº alumnos	65	21	32,31%
4.2.3	Impartición de acciones formativas para desempleados (SEF)	Nº cursos	12	5	41,67%
		Nº horas	6.000	1.650	27,50%
		Nº alumnos	180	77	42,78%
MED 4.3	PLAN DE FORMACIÓN ONLINE			Acumul	41,49%
4.3.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo y desempleados	Nº cursos	40	33	82,50%
		Nº horas	950	747	78,63%
		Nº alumnos	1.200	1.054	87,83%
4.3.2	Impartición de acciones formativas para desempleados (SEF)	Nº cursos	3	0	0,00%
		Nº horas	2.380	0	0,00%
		Nº alumnos	42	0	0,00%
MED 4.4	POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA			Acumul	83,33%
4.4.1	Gestión y control de prácticas profesionales de cursos SEF	Nº convenios con empresas	120	92	76,67%
		Nº alumnos participantes	120	108	90,00%
LÍNEA 5	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Compl.
MED-5.1	POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL			Acumul	182,94%
5.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	45	142	315,56%
5.1.2	Inserción Laboral (Bolsa de trabajo)	Nº ofertas en bolsa de trabajo del CCT	300	151	50,33%
MED-5.2	COLABORACIÓN CON ASOCIACIONES			Acumul	133,33%
5.2.1	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	Nº acciones formativas y visualización de capacitación profesional	3	4	133,33%

17/12/2024 16:08:40
 MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO
 Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.o de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-69497 (0de-b0e-2m06-d0e8-0050569b34e7)





ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2024

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31-08-2024	
LÍNEA 6	VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO			REAL	% Compl.
MED-6.1	IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	260,00%
6.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor (Jornadas)	Nº acciones	2	8	400,00%
		Nº participantes	150	180	120,00%
MED-6.2	APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO			Acumul	36,67%
6.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento (Concursos)	Nº acciones	5	2	40,00%
		Nº participantes	6	2	33,33%
LÍNEA 7	POSICIONAMIENTO DEL CCT COMO CENTRO DE REFERENCIA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA			REAL	% Compl.
MED-7.1	MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ACCIONES, ALUMNOS Y RESULTADOS			Acumul	74,06%
7.1.1	Difusión de las actividades que desarrolla el CCT	Nº acciones de publicidad	6	3	50,00%
		Nº publicaciones en redes sociales	800	861	107,63%
		Nº total de seguidores	15.000	3.112	20,75%
		Nº visitas web	300.000	353.572	117,86%
MED-7.2	GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT			Acumul	24,14%
7.2.1	Impulso a la utilización del restaurante-escuela CCT como herramienta de formación para los alumnos y de apoyo a la gastronomía regional	Nº días apertura	30	8	26,67%
		Nº comensales	1.800	389	21,61%
MED-7.3	POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT			Acumul	110,42%
7.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	24	25	104,17%
		Nº nuevas referencias	12	14	116,67%
MED-7.4	PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT			Acumul	45,00%
7.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional (#SOYCT)	Nuevos Integrantes del programa	120	28	23,33%
		Nº acciones dirigidas a usuarios	6	4	66,67%
LÍNEA 8	TURISMO GASTRONÓMICO			REAL	% Compl.
MED-8.1	EVENTOS GASTRONÓMICOS			Acumul	83,80%
8.1.1	Ferias y congresos	Nº de acciones	4	3	75,00%
		Participación profesionales	50	32	64,00%
8.1.2	Eventos	Jornadas/foros	2	1	50,00%
		Premios	2	0	0,00%
		Colaboración con municipios/ asociaciones / entidades	5	17	340,00%
8.1.3	Presentaciones 1.001 Sabores	Presentaciones	7	1	14,29%
		Asistentes	150	65	43,33%
MED-8.2	CONSOLIDACIÓN MARCA			Acumul	98,75%
8.2.1	Desarrollo de diferentes herramientas y consolidación de la marca	Sello	1	1	100,00%
		Gastroexperiencias	1	1	100,00%
		Press/fam trip	6	6	100,00%
		Acciones formativas profesionales	4	4	100,00%
		Acciones formativas público final	30	31	103,33%
		Nº publicaciones en redes sociales	800	633	79,13%
		Comunidad RRSS	75.000	65.861	87,81%
		Nº visitas web	50.000	46.752	93,50%
Colaboraciones medios de comunicación	4	5	125,00%		

MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO 17/12/2024 16:48:40

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.o de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-6949160e-b08-2a06-d0e8-0050569b34e7





ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2024

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31-08-2024	
LÍNEA 9	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			REAL	% Compl.
MED-9.1	PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL			Acumul	326,80%
9.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº acciones profesionales	14	10	71,43%
		Nº contactos profesionales	135	106	78,52%
		Nº acciones (publico final)	2	2	100,00%
9.1.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS	Nº fam trips	1	2	200,00%
		Nº asistentes	3	52	1733,33%
9.1.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS	Nº press/blog trips	1	0	0,00%
		Nº asistentes	3	0	0,00%
		Nº de artículos realizados	2	0	0,00%
9.1.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional	Nº workshops	3	4	133,33%
		Nº presentaciones	1	8	800,00%
		Nº contactos profesionales	40	282	705,00%
9.1.5	Reuniones con operadores nacionales, fuera de evento	Nº contactos profesionales	10	10	100,00%
MED-9.2	PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL			Acumul	166,31%
9.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº acciones profesionales	18	13	72,22%
		Nº contactos profesionales	70	180	257,14%
		Nº acciones (publico final)	7	2	28,57%
9.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº fam trips	7	5	71,43%
		Nº asistentes	21	38	180,95%
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº press/blog trips	3	9	300,00%
		Nº asistentes	9	32	355,56%
		Nº de artículos realizados	6	19	316,67%
9.2.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional	Nº workshops	14	8	57,14%
		Nº presentaciones	1	0	0,00%
		Nº contactos profesionales	150	354	236,00%
9.2.5	Reuniones con operadores internacionales, fuera de evento	Nº contactos profesionales	5	6	120,00%
MED-9.3	MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO			Acumul	150,00%
9.3.1	Acuerdos de marketing nacionales e internacionales	Nº acuerdos nacionales	16	20	125,00%
		Nº acuerdos internacionales	4	7	175,00%
LÍNEA 10	MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO			REAL	% Compl.
MED-10.1	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS			Acumul	2254,64%
10.1.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	20	13	65,00%
		Nº de impresiones online	20.000.000	10.349.340	51,75%
10.1.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	15	13	86,67%
		Nº de impresiones online	40.000.000	11.541.614	28,85%
10.1.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	5	5	100,00%
		Nº de impresiones online	1.000.000	131.956.000	13195,60%
MED-10.2	ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO			Acumul	37,50%
10.2.1	Folletos digitales	Nº folletos	5	2	40,00%
10.2.2	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, ...	Nº elementos	20	7	35,00%

17/12/2024 16:48:40
 MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO
 Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.o de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-6949f10e-b0e-b0e-2a6-d0e8-0050569b34e7





ANEXO I

PLAN ANUAL DE ACTUACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (PAAPE) DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA EL EJERCICIO 2024

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL	Agosto 31-08-2024	
MED-10.3	DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Acumul	101,67%
10.3.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	120	150	125,00%
10.3.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	60	47	78,33%
MED-10.4	POSICIONAMIENTO DEL DESTINO MEDIANTE HERRAMIENTAS DIGITALES			Acumul	81,25%
10.4.1	Estrategia del portal turístico www.turismoregiondemurcia.es	Nº de visitas al portal	2.500.000	3.099.068	123,96%
		Nº de especiales	25	16	64,00%
10.4.2	Estrategia marketing de contenidos web	Nº newsletter segmentadas_ español	45	14	31,11%
		Nº artículos blog_ español	45	42	93,33%
10.4.3	Estrategia en RRSS	Nº contenidos publicados	3.800	3.616	95,16%
		Nº total de seguidores	350.000	317.792	90,80%
		Nº total de impresiones	60.000.000	42.247.153	70,41%
LÍNEA 11	INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO			REAL	% Compl.
MED-11.1	DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES			Acumul	76,67%
11.1.1	Acciones de sensibilización e implantación del modelo DTI	Nº de acciones	6	4	66,67%
11.1.2	Desarrollo de la Plataforma de eDestino Región de Murcia (Nexo).	Nº de nuevas funcionalidades	2	2	100,00%
11.1.3	Desarrollo de la Smart Office DTI Región de Murcia (Motriz)	Nº de nuevas fuentes de datos integradas	2	2	100,00%
		Nº de informes de análisis de datos	10	5	50,00%
		Nº Informes Big Data difundidos al sector	12	8	66,67%
MED-11.2	APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN & COMERCIALIZACIÓN			Acumul	93,33%
11.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de nuevas funcionalidades	2	2	100,00%
		Nº nuevos usuarios	15	13	86,67%
MED-11.3	RITMO OFICINA DEL SIGLO XXI			Acumul	98,33%
11.3.1	RITMO 4.0: Oficina de Turismo del Siglo XXI	Nº de sesiones de formación	12	10	83,33%
		Nº de oficinas certificadas sistemas de calidad y sostenibilidad	30	34	113,33%
MED-11.4	DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			Acumul	105,56%
11.4.1	Optimización de herramientas internas	Nº de herramientas optimizadas	2	2	100,00%
		Nº Incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%	100%	111,11%
MED-11.5	NUEVAS APLICACIONES BASADAS EN INTELIGENCIA TURISTICA			Acumul	25,00%
11.5.1	Desarrollo de aplicaciones basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing y al análisis de datos.	Nº de nuevas aplicaciones	4	1	25,00%
LÍNEA 12	TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS			REAL	% Compl.
MED-12.1	TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS GENÉRICAS			Acumul	90,66%
12.1.1	Tramitación solicitudes	Nº de tranfer., subvenc. y ayudas	2	1	50,00%
		Nº de adjudicatarios	763	1.002	131,32%
MED-12.2	TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS INDIVIDUALIZADAS			Acumul	227,08%
12.2.1	Tramitación solicitudes	Nº de tranfer., subvenc. y ayudas	8	7	87,50%
		Nº de adjudicatarios	6	22	366,67%





Anexo II

RECURSOS ECONÓMICOS Y FUENTES DE FINANCIACIÓN DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2024 a 31-08	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)							TOTAL
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	Subvenciones		
COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	3.086,71	2.306,91	544,58	429,21	1.702,84	18.302,80	26.373,06	
I. Costes de Personal	450,08	291,08	446,76	154,05	422,20	269,09	2.033,25	
Nº Empleados (1)	21,08	12,94	0,24	6,60	15,08	2,82	58,76	
Gastos en operaciones de capital	53,26	0,00	0,00	40,85	0,00	16.863,48	16.957,59	
Gastos en operaciones corrientes	2.583,38	2.015,83	97,82	234,31	1.280,65	1.170,23	7.382,21	
INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN	3.086,71	2.306,91	544,58	429,21	1.702,84	18.302,80	26.373,06	
Ingresos de Operaciones Corrientes:	3.033,45	2.306,91	544,58	388,36	1.702,84	1.439,32	9.415,46	
Transferencias Corrientes de la CARM	3.033,45	2.306,91	544,58	388,36	1.463,87	1.439,32	9.176,49	
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	238,97	0,00	238,97	
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Ingresos de Operaciones de Capital:	53,26	0,00	0,00	40,85	0,00	16.863,48	16.957,59	
Transferencias de Capital de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Transferencias de Capital de la CARM-FEDER	53,26	0,00	0,00	40,85	0,00	0,00	94,11	
Transferencias de Capital de la CARM-MIRR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16.863,48	16.863,48	
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(1) Incluye: Personal previsto directo + indirecto de servicios horizontales								