

## I. COMUNIDAD AUTÓNOMA

### 3. OTRAS DISPOSICIONES

Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes

**747 Resolución de la Secretaría General de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, por la que se dispone la publicación en el "Boletín Oficial de la Región de Murcia" del Contrato-Programa para el ejercicio 2024 suscrito entre la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia.**

Con el fin de dar publicidad al Contrato-Programa para el ejercicio 2024, suscrito con fecha 06 de febrero de 2024, entre la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, de conformidad con lo establecido en la Disposición adicional sexta, apartado 2, de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y en cumplimiento de lo previsto en el artículo 17.6. letra a) de la Ley 12/2014, de 16 de diciembre, de Transparencia y Participación Ciudadana de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia,

**Resuelvo:**

Ordenar la publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia del Contrato-Programa para el ejercicio 2024, suscrito entre la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

En Murcia, 6 de febrero de 2024.—El Secretario General, Juan Antonio Lorca Sánchez.

## **Contrato-Programa para el ejercicio 2024 suscrito entre la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia**

### **I - Intervienen**

De una parte, Doña Carmen María Conesa Nieto, en representación de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, en su calidad de Consejera de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, en virtud del Decreto del Presidente 38/2023, de 14 de septiembre, por el que se dispone su nombramiento (Suplemento n.º 12 BORM n.º 213 de 14-09-2023), Consejería a la que está adscrito el Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

Y, de otra parte, Don Juan Francisco Martínez Carrasco, Director General de la entidad pública empresarial Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante el ITREM), en virtud del Decreto 327/2023, de 22 de septiembre (BORM 25-09-2023).

Las partes, en el concepto en que intervienen, se reconocen mutua y recíprocamente plena capacidad jurídica y de obrar para la formalización del presente Contrato- Programa, y en relación con el mismo,

### **II - Manifiestan**

#### **Uno.- Los Contratos-Programa**

Los Contratos-Programa constituyen un marco contractual que establece las directrices entre los entes creados o controlados por la Administración, para desarrollar unos objetivos de acuerdo con las competencias que tienen atribuidas o con su objeto social de forma eficiente, y la Administración, que proporciona el soporte financiero, a través de las Consejerías que tienen atribuido el control de aquéllos y el seguimiento del cumplimiento de esos objetivos. La elaboración del Contrato-Programa se produce a iniciativa del Director del Instituto de Turismo, dentro de los recursos asignados y los objetivos establecidos en el Plan de Actuación, Inversión y Financiación (PAIF) aprobado anualmente y bajo las prioridades que la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes establezca.

#### **Dos.- Normativa de aplicación**

La Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM), modificada por el artículo 7 de la Ley 3/2012, de 24 de mayo, de medidas urgentes para el reequilibrio presupuestario, establece en su Disposición Adicional Sexta, apartado 2, que anualmente deberá suscribirse un Contrato-Programa entre cada Consejería y los entes del sector público que a ella estén adscritos, para determinar los objetivos a alcanzar, los recursos que se ponen a disposición y los indicadores que permitan medir su grado de consecución.

La Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, en su artículo 14, atribuye a la Consejería competente en materia de hacienda la facultad de dictar instrucciones de obligado cumplimiento, con carácter particular o general para los entes a los que resultan de aplicación lo previsto en el Título III de la ley, en las materias objeto de su competencia, y en particular sobre los Contratos-Programa a suscribir con la Consejería a la que estén adscritos.

El Decreto 299/2017, de 20 de diciembre, por el que se crea y regula el funcionamiento de la Central de Información de la Intervención General de la CARM. Aunque dicho decreto deroga expresamente la Orden de 26 de febrero de 2013 de la Consejería de Economía y Hacienda por la que se crea la Comisión de Coordinación para el Control del Sector público, quedan vigentes los criterios de elaboración de los Contratos- Programa elaborados por la aludida comisión, por tanto, el Contrato-Programa debe elaborarse aplicando los criterios y directrices incluidos en las indicaciones sobre elaboración de los Contratos-Programa contenidas en la Circular de 23 de diciembre de 2014 de la presidencia de la citada comisión.

La Ley 4/2023, de 28 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2024, en su Disposición adicional trigésima cuarta establece que "Durante el año 2024 las entidades dependientes o vinculadas a la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia deberán relacionarse con ella, a través de la consejería de la que dependan, mediante la suscripción de un Contrato-Programa en el que se concreten, entre otros aspectos, los objetivos que se asignen, así como las estrategias y su correspondiente financiación. El control de su cumplimiento corresponderá a la consejería que lo haya suscrito, sin perjuicio del que pueda ejercer la consejería competente en materia de hacienda."

#### **Tres.- El Instituto de Turismo de la Región de Murcia**

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial de las previstas en el artículo 39.1.b) de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Creado por la Ley 14/2012, de 27 de diciembre de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada y adscrito a la consejería competente en materia de turismo.

Para el cumplimiento de sus fines el ITREM tiene plena autonomía de gestión administrativa, económica y financiera, así como patrimonio y tesorería propios y diferenciados de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Corresponde al ITREM como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional. Para la consecución de dichos fines, el ITREM ejercerá las potestades administrativas, contractuales, subvencionales, planificadoras, convencionales, inspectoras y sancionadoras en materia de turismo.

#### **Cuatro.- Obligaciones del ITREM**

Son obligaciones del ITREM las siguientes:

- a) El conocimiento técnico, económico y de coyuntura del sector de mercado en el que se inserte la actividad del ITREM, en cada momento.
- b) En particular, el ITREM debe conocer y dominar la técnica más eficiente para producir los servicios encomendados, compatible con los principios de respeto al ordenamiento jurídico.
- c) Disponer de los informes y estudios técnicos, jurídicos y económicos que avalen suficientemente la forma en que se ejecutará el Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (en adelante PAAPE).

d) Conocer y estar informado de la evolución de los costes de mercado en régimen de libre competencia para la adquisición de recursos, bienes y servicios que se requieran para cumplir sus objetivos, adecuando los precios de licitación de los contratos a los más eficientes que predominen en el mercado.

e) Llevar a cabo todas las actuaciones formales y materiales que se requieran para la adquisición de bienes, recursos y servicios necesarios para la ejecución de los PAAPEs, con estricta sujeción a la normativa aplicable en materia de contratación y en particular conforme a los principios de publicidad y concurrencia.

f) Asegurarse, comprometer y reservar la financiación necesaria, de carácter limitativo, para ejecutar el PAAPE correspondiente, suspendiendo la ejecución de los proyectos en curso cuando la previsión de financiación se vea interrumpida, suspendida o reducida o los costes excedan de los inicialmente calculados.

g) Establecer en los procesos de licitación y adquisición de bienes y servicios, las advertencias y los mecanismos previsionales que, siendo compatibles con la normativa de contratación, permitan la suspensión justificada y sin indemnización de los contratos en curso conforme al procedimiento jurídico contractual de aplicación, con la finalidad de prever y anticiparse a todas las contingencias y circunstancias que pudieran devenir y de las que pudieran derivarse perjuicios para el ITREM o para la Consejería de adscripción. Para cada contrato, se detallarán exhaustivamente todos los supuestos y contingencias que puedan presentarse y que sean causa de suspensión o resolución contractual sin derecho a indemnización.

h) Siempre que sea jurídicamente posible y económicamente asumible, el ITREM cubrirá mediante la suscripción de pólizas de seguro, los riesgos económicos y jurídicos imputables al mismo y derivados de retrasos, suspensiones o indemnizaciones en los contratos de obras y/o servicios y suministros, formalizados por el ITREM.

i) En todos los contratos de adquisición de bienes, obras, servicios o suministros, se contemplarán y se aplicarán, necesariamente, todos los supuestos de incumplimientos a cargo del contratista que sean susceptibles de penalización económica. En especial, se definirán y establecerán los supuestos de penalizaciones y sanciones por retrasos injustificados en los plazos de ejecución, por sobrecostes no contemplados en el contrato, así como por los defectos en la calidad de los bienes, de las obras, de los materiales o de los servicios adquiridos.

j) En todos los pliegos de condiciones de los contratos de prestación de servicios que, conforme al Convenio Colectivo de aplicación, conlleven necesariamente la subrogación total o parcial por el contratista adjudicatario del personal adscrito a la empresa contratista saliente, se incluirán necesariamente cláusulas por las que se prohíba el aumento de plantilla adscrita al contrato, excepto si hay modificaciones que lo justifican. El número de horas totales/año, por categorías, del personal adscrito al contrato, a su término, no podrá ser superior al que se hubiese fijado a su inicio.

k) Junto con el cumplimiento de las obligaciones impuestas por la legislación en materia de contratos, procurará que cuando hayan de elaborarse pliegos de condiciones, exista un informe económico de valoración justificativa del coste, a precios de mercado, en el que se sustente el presupuesto de licitación y que forme parte en todo caso del expediente de contratación.

l) Ejercer el control directo y permanente sobre la ejecución de los contratos de obras y/o servicios y suministros contratados por el ITREM, atribuyéndolo expresamente en los propios contratos y estableciendo un sistema de seguimiento por los responsables del control del contrato. Este control directo y permanente deberá llevarse a cabo en forma colegiada por un equipo de, al menos, dos empleados técnicos del ente, uno de los cuales como mínimo, deberá ser en su caso, el autor material del pliego de prescripciones técnicas y de los informes económicos del presupuesto de licitación, y mediante la aplicación de indicadores de cumplimiento de plazos, indicadores de control y desviaciones de costes y de indicadores de control de calidad de los bienes, obras, servicios o suministros. Los actos de control sobre los contratos, así como los indicadores de seguimiento que se establezcan, formarán parte del expediente de contratación, sea cual sea su importe y se integrarán en el citado expediente.

m) Con estricta sujeción a lo dispuesto en los artículos 20 y siguientes de la Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, el ITREM deberá aprobar sus propias ofertas de empleo, someterlas a los requisitos legalmente establecidos, tales como informes previos y preceptivos por parte del Centro Directivo competente en materia de función pública de la Comunidad Autónoma, aplicar el carácter limitativo del gasto presupuestado y efectuar las convocatorias públicas, asegurando la publicidad y concurrencia de los interesados y la celebración de pruebas selectivas teórico-prácticas que aseguren los principios de mérito y capacidad en los candidatos seleccionados y la transparencia en el procedimiento seguido, de acuerdo con las limitaciones legalmente establecidas.

n) Hacer el seguimiento periódico, establecido en la cláusula séptima del presente Contrato-Programa, de los objetivos de los PAAPE, elaborar de forma veraz y fidedigna los indicadores establecidos de ejecución de objetivos, y facilitarlos a la Consejería de adscripción o a la competente en la materia.

o) Cumplir diligentemente y en el menor plazo posible, las peticiones de información y/o documentación que se reciban de la Consejería de adscripción o de la Consejería competente en materia de hacienda o función pública.

p) Actuar con total transparencia en sus relaciones con todos y con la Consejería de adscripción, facilitando sin reservas la totalidad de la documentación, información, datos, estadísticas, cuentas y cuantos datos y documentos le sean requeridos.

q) Publicar en la sede electrónica del ITREM, además de los Contratos-Programa, las instrucciones de contratación, convocatorias de selección de personal de cualquier categoría y modalidad, así como las adjudicaciones de contratos, memorias y cuentas anuales y todas las actuaciones realizadas por el ITREM en el marco de su Contrato- Programa.

#### **Cinco.- Derechos del ITREM**

El ITREM ostenta frente a la Consejería de adscripción, la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, los siguientes derechos, en orden a facilitar la ejecución de sus fines:

a) Recibir de la Consejería de adscripción, en los plazos y bajo el calendario que se establezca, los fondos económicos presupuestados y comprometidos para atender el cumplimiento en plazo, de las obligaciones económicas derivadas del Contrato-Programa.

b) Ser informado y conocer las directrices fijadas por la Consejería de adscripción, con antelación suficiente para llevarlas a cabo o incluirlas en el Contrato-Programa correspondiente.

c) Ser asistido, informado y asesorado por los servicios técnicos, jurídicos, económicos e informáticos de la Consejería de adscripción, en todos los proyectos en los que el ITREM solicite su asistencia.

d) Tener acceso a los sistemas informáticos de soporte corporativo de la Consejería de adscripción, al correo corporativo, y a los sistemas y planes de formación de los empleados de la Consejería.

#### **Seis.- Criterios de elaboración**

El presente Contrato-Programa ha sido elaborado aplicando los criterios establecidos en la Circular de 23 de diciembre de 2014 de la Presidencia de Oficina de la Comisión de Coordinación para el Control del Sector Público, según indicado en el párrafo tres del punto *Dos.- Normativa de aplicación, del apartado II – Manifiestan* de este documento.

Y en virtud de lo manifestado, ambas partes acuerdan firmar el presente Contrato- Programa 2024 (en adelante CP2024) así como el Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica 2024 (en adelante PAAPE2024) recogido en el Anexo I, de conformidad con las siguientes

### **III - Cláusulas**

#### **Primera.- Objeto del Contrato-Programa**

El Contrato-Programa entre la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), tiene como cometido ejecutar los objetivos y optimizar los resultados establecidos en el Plan Estratégico de Turismo aprobado por el Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en las prioridades señaladas por la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes anualmente, así como aquellos derivados que, en materia de turismo, le competen al ITREM.

#### **Segunda.- Objetivos y prioridades generales**

##### **ESCENARIO ACTUAL**

Durante 2023 el sector turístico regional ha seguido avanzando en la senda de crecimiento de la mano de la estrategia turística autonómica, enfocada a la reactivación del turismo regional tras los graves efectos de la crisis del Covid-19. La demanda nacional ha ejercido de motor de la recuperación de un sector que ha demostrado su resiliencia, con una campaña turística estival en 2023 que ya ha superado los mejores datos previos a la pandemia, marcando registros históricos de afluencia turística y pernoctaciones, así como de gasto turístico, oferta de alojamiento y empleo.

En este sentido, en los primeros nueve meses de 2023 los alojamientos turísticos regionales, hoteleros y extrahoteleros, registraron 1.408.349 viajeros, la cifra más elevada para el periodo enero-septiembre en la Región de Murcia, con un crecimiento interanual del 5,5%, según los resultados de las encuestas de Ocupación en Alojamientos Colectivos del INE. En lo que respecta a las pernoctaciones, estas sumaron 4.392.211 lo que supone un incremento en relación con el mismo periodo de 2022 del 5,4% y el dato histórico más elevado para el acumulado de los diez primeros meses en la Región.

La afluencia de turismo extranjero, que había perdido pujanza tras la crisis de Covid-19, ya se acerca a los niveles de 2019, percibiéndose al mismo tiempo una positiva mejora de sus niveles de gasto. Así, según los datos de la encuesta Frontur del INE, durante los primeros nueve meses del año 2023 han viajado hasta la Región de Murcia 770.984 turistas extranjeros, una cifra un 15,4% superior a la de 2022. El gasto total que han realizado los turistas extranjeros en la Región durante los primeros nueve meses de 2023 alcanza una suma total de 936,6 millones de euros, frente a los 824,3 millones del mismo periodo de 2022, lo que supone un aumento interanual del 13,6%.

Asimismo, la reactivación de la actividad turística tras la pandemia está generando un importante volumen de puestos de trabajo, lo que sitúa el desempleo turístico en su nivel más bajo, con 9.629 parados en hostelería en octubre, un 6% de descenso interanual y niveles de desempleo también muy inferiores a la situación anterior a la pandemia, con 2.544 parados menos que en octubre de 2019.

El dato de afiliación a la Seguridad Social en las actividades de hostelería y agencias de viajes de los diez primeros meses de 2023 fue de 45.819 trabajadores (en valor medio) lo que, además de representar un incremento interanual del 4,8% y la cifra máxima en la serie histórica, supone la confirmación del alargamiento de la temporada turística. El buen comportamiento de la demanda turística en la Región de Murcia en 2023, asociado en gran parte al impulso de productos desestacionalizadores que complementan la oferta tradicional de sol y playa, está permitiendo extender en el tiempo una senda de crecimiento sólido del empleo turístico, con tasas interanuales positivas que ya alcanza 31 meses consecutivos.

El sector turístico regional ha conseguido, por tanto, recuperar la posición estratégica que perdió como consecuencia de la pandemia y lo ha hecho pese a que la coyuntura actual, con varios conflictos geopolíticos y una elevada inflación, no beneficia al turismo, un sector muy sensible a la inestabilidad internacional y los incrementos de costes.

Las previsiones del sector apuntan a que en 2024 el interés por viajar se mantenga, pero tras la inercia del positivo primer semestre de 2023 y la extraordinaria campaña de verano, se advierte de una probable moderación del crecimiento. Y todo ello apoyado en los siguientes factores coyunturales:

El primer factor que cabe destacar es el entorno inflacionista que sigue condicionando la demanda, especialmente la nacional, lo que hará que el consumo privado de los españoles en términos reales se estanque o caiga ligeramente, lo que afectará a su gasto en viajes. Se puede decir que los españoles están dispuestos a viajar, pero pasando menos días de vacaciones. Se da, por tanto, una divergencia entre la facturación de las empresas turísticas, que remonta debido al alza de las tarifas y del número de viajeros, y sus resultados que no mejoran al mismo ritmo. Y es que en este contexto de bajadas de ingresos en términos reales a causa de la inflación, las empresas turísticas regionales han trasladado tan solo una parte del incremento de gastos a los clientes, en mucha menor medida de lo que ha ocurrido de media en el conjunto de España.

Otro de los factores limitantes del crecimiento vendrá por la reactivación de destinos turísticos competidores y sus ofertas basadas en precio, que pueden fomentar las salidas al extranjero del propio turismo doméstico y restar turistas europeos a la Región de Murcia.

Las perspectivas del turismo internacional vendrán condicionadas por la situación macroeconómica en Europa y el desarrollo y la consolidación de las nuevas conectividades del Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia. En este sentido, la debilidad de algunos mercados emisores tradicionales, como el Reino Unido, pueden condicionar los flujos y el gasto del turismo procedente de fuera de nuestras fronteras. De hecho, el turismo procedente del Reino Unido se mantiene aún un 34,8% por debajo de los niveles de 2019, el de Países Nórdicos un -8% e Irlanda un -46,5%.

No obstante, nuevos mercados emisores al alza ganan peso en el turismo regional. Los principales mercados que crecen respecto a antes de la pandemia (2019) son: Bélgica (+82,6%), Italia (+45,5%) y Países Bajos (+28,7%), Francia (+9,6%) y Alemania (3,1%). Además, y en lo que se refiere al turismo nacional, está previsto un incremento de las llegadas por ferrocarril en AVE a la Región de Murcia debido a la puesta en marcha en 2024 de nuevas rutas low cost.

De todas formas, y a pesar de los condicionantes macroeconómicos, el sector turístico regional sigue encontrando nuevas palancas de crecimiento. En 2024, el Año Jubilar de Caravaca de la Cruz se plantea como un hito, un antes y un después en el desarrollo turístico de la Región de Murcia; un proyecto de transformación económica, turística y social para la Región, sus zonas de interior y el medio rural. En este sentido, el Año Jubilar y Caravaca serán el principal revulsivo durante 2024 del portafolio turístico regional, apostando por los Caminos de la Cruz como itinerarios de peregrinación y ejes vertebradores de toda la oferta sacra de la Región de Murcia. Para el Año Jubilar 2024 se estima la llegada de un millón de visitantes, el doble de personas que visitaron la Basílica de Caravaca de la Cruz en 2017. Y se espera que el mayor volumen de llegadas se concentre entre los meses de abril a junio y de octubre a diciembre, lo que pone en evidencia el carácter desestacionalizador de este evento.

Otro de los revulsivos para el turismo regional se basa en la transformación de su oferta turística gracias al impulso de productos más experienciales y desestacionalizadores, que complementan la oferta tradicional de sol y playa. Este nuevo portafolio de experiencias y productos se prevé que contribuya al alargamiento de la temporada turística y de las estancias. De hecho, la Región de Murcia es la comunidad con una duración de la estancia más prolongada de los turistas extranjeros, con una estancia media de 11,7 días en los primeros nueve meses de 2023, muy superior a la media nacional, 7,2 días. Además, el destino atrae a turistas de mayor perfil de gasto, 1.214,86 €/ estancia, lo que supone un 13,1% más que en 2019, antes de la pandemia.

Mejorar la posición del turismo regional pasa por diagnosticar las debilidades para anticiparse a situaciones de crisis, desequilibrios o pérdida de competitividad y planificar el desarrollo futuro. Y pese a la actual posición del turismo como uno de los motores de la economía regional, este sector debe aún corregir algunas debilidades tradicionales y prepararse para afrontar nuevos retos, tal y como se recoge en la estrategia turística establecida en sus dos principales documentos base: el 'Plan Estratégico de Turismo Región de Murcia 2022-2032' y el 'Plan de Desarrollo de Producto Turístico de la Región de Murcia 2021'.

#### BALANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO REGIÓN DE MURCIA 2022-2032.

En sus primeros años (2020-2023), ante todo, el Plan Estratégico de Turismo 2022-32 ha ejercido como un instrumento práctico para abordar la reconstrucción del turismo regional tras los graves efectos del Covid-19, reforzar y dinamizar el sector hasta recuperar los niveles anteriores a la pandemia.

Entre las principales medidas de choque para salvar empresas y empleos se llevaron a cabo diversos planes de rescate al sector turístico y hostelero, por un valor total de 52 millones de euros. Además, se desarrollaron diferentes programas de rescate a la demanda: programas de visitas guiadas gratuitas, seguro gratuito con cobertura Covid19 para turistas o el lanzamiento de bonos de experiencias turísticas como incentivo a la demanda.

En paralelo a esta primera estrategia de medidas de choque, el nuevo Plan Estratégico propuso una ambiciosa segunda estrategia de cambio de modelo del sector, que refuerce su competitividad y afronte los nuevos retos del turismo. De esta estrategia ya se han iniciado muchas líneas de acción, entre las que destacan:

- Renovación de los destinos maduros: Ya se ha procedido al traspaso de fondos a las entidades ejecutoras de los Planes de Sostenibilidad (PSTD) y ACD de los Planes Territoriales Sostenibilidad Turística en Destinos Ordinarios de 2020, 2021 y 2022, y los PSTD y ACD de los Extraordinarios de 2021, 2022 y, en breve, se transferirán los de 2023. Son un total de 54,4 millones euros de Fondos NextGen EU traspasados a 22 entidades locales entre ayuntamientos, mancomunidades y consorcios.
- Plan de mejora integral de las Vías Verdes de la Región de Murcia.
- Transformación digital del sector turístico: Creación de la Smart Office y desarrollo de la Estrategia de Destino Turístico Inteligente.
- Captación de inversiones: Programa 'Invest in Costa Cálida'
- Internacionalización de la demanda y diversificación de mercados emisores, con el impulso conectividades nacionales y consolidación de las internacionales en el aeropuerto internacional de la Región de Murcia.
- Plan de acción Caravaca Año Jubilar 2024.
- Creación y estructuración de nuevos productos: Turismo Azul y Naturaleza sensorial
- Programa de Aceleración en la Creación de Experiencias y Productos. Nuevo catálogo de experiencias '100 formas de vivir la Región de Murcia'
- Programas extraordinarios de promoción de turismo enogastronómico (Capitalidad Española de la Gastronomía), turismo de festivales y turismo deportivo.
- Plan contra la oferta ilegal de alojamiento turístico
- Formación, mejora de la empleabilidad y eficiencia de los recursos humanos y atracción de talento.
- Región de Murcia, Film Commission
- Puesta en marcha de la Red de Cátedras de Turismo con las tres Universidades.

#### PRINCIPALES RETOS PARA 2024.

El Plan Estratégico de Turismo es un documento abierto en el que las directrices de desarrollo que contempla van evolucionando, adaptándose a las nuevas necesidades y retos y a las debilidades puestas de relieve por los resultados obtenidos.

Se trata de mantener la tendencia de crecimiento y cambio de modelo para el año 2024, afrontando los retos del turismo en la Región de Murcia ante una demanda cambiante y en el complejo contexto macroeconómico actual, así

como acometiendo la superación de las rigideces estructurales tradicionales de la industria turística. Desde esta perspectiva, se ha realizado una radiografía del sector turístico, analizando los resultados de años precedentes, y se han determinado los principales retos a abordar en 2024, entre los que destacan los siguientes:

- Mejora de la rentabilidad será uno de los principales retos para las empresas turísticas en 2024, dado el actual entorno de costes crecientes y competencia en precios. Y es que, hasta ahora, la mejora de los beneficios ha estado basada en una mayor rotación y volumen de ventas.

- Impulso de la demanda con la celebración del Año Jubilar 2024 de Caravaca de la Cruz y el desafío de dotar a esta oferta de continuidad en el tiempo, asegurando un flujo de visitantes constante una vez que termine el año 2024.

- Revitalización y transformación hacia la sostenibilidad de destinos con apoyo de los fondos Next Generation UE. Mejora y puesta en valor de espacios turísticos públicos.

- Descongestionar y evitar la masificación fomentando la desestacionalización.
- Infraestructuras. Conectividad con los mercados y movilidad sostenible.
- Proteger la identidad del destino y los valores del entorno.
- Priorizar un turismo de calidad que destaque no solo en el volumen sino también por su gasto.

- Creación de vivencias turísticas únicas y más experienciales.
- Aceleración en la creación de experiencias y productos y apoyo a su comercialización.

- Fidelización, confianza en el destino y satisfacción del turista, en especial en los segmentos turísticos más rentables y con mayor potencial.

- Renovación de establecimientos. Apuesta por tipologías regladas sostenibles.

- Digitalización y modernización tecnológica de las empresas turísticas.
- Formación combinada online y práctica para mejorar la cualificación, la empleabilidad y la calidad del empleo.

- Apoyo al talento y a la especialización.
- Rápida evolución competitiva de empresas y destino. Nuevos modelos de negocio.

- Adaptación de los destinos, productos y empresas a los cambios en el perfil viajero y sociodemográfico del turista.

- Diversificación territorial, incentivando una mayor complementariedad entre zonas y transversalidad de productos (gastronomía, deporte, comercio, ...) para generar economías de escala.

#### OBJETIVOS PARA 2024.

El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia ha fijado un objetivo de 7 millones de turistas en 2032, de los que 2,5 millones utilizarán el alojamiento colectivo turístico. A más corto plazo, en el horizonte del año 2024, la celebración del Año Jubilar 2024 de Caravaca de la Cruz, unido al impulso renovado y competitivo del Plan Estratégico a la actividad turística regional y al portafolio de productos y experiencias turísticas redundarán en un mayor volumen de viajeros y pernoctaciones. Todo ello en paralelo a otros factores exógenos previsiblemente

favorables, como es la recuperación del volumen de turismo internacional previo a la pandemia por la mejora de las conectividades del Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, o el incremento de las llegadas en AVE por la incorporación de nuevas rutas low cost. Así, el Plan Estratégico prevé alcanzar 1.900.000 viajeros en los alojamientos turísticos reglados en 2024, y llegar a una afluencia total de 5,3 millones de turistas en el conjunto de alojamientos colectivos y privados,

Pero el objetivo del Plan Estratégico no es solo crecer en cantidad sino hacerlo también en calidad, con un perfil de turista de mayor estancia y gasto que garanticen la sostenibilidad del turismo regional. Este potencial de impulso de un turismo de más calidad mantendría al PIB en una senda de crecimiento positivo que se traduciría en un crecimiento del valor añadido turístico del 3,5% para el año 2024, por encima del crecimiento de la economía. Con estas premisas, a finales del año, el PIB turístico podría situarse en los 4.150 millones de euros, superando los niveles de 2019 y se elevaría la aportación del turismo al PIB regional en cuatro décimas hasta el 11,9%.

Otro indicador que refleja de manera significativa el importante impacto socioeconómico del turismo es su contribución a la generación de empleo. Considerando el empleo directo en el sector turístico, la cifra media de afiliados a la Seguridad Social en las actividades características del turismo fue de 62.567 en octubre de 2023, lo que representa un crecimiento interanual del 3,6%. Este empleo directo del turismo supone una contribución del 9,8% al empleo regional, con un crecimiento de una décima en el último año. El objetivo del Plan Estratégico para el año 2024 es alcanzar una cifra de empleo directo de 65.000 trabajadores en el conjunto de actividades del turismo (47.000 de ellos en hostelería y agencias de viajes).

#### ESTRATEGIA 2024.

Dentro del marco del Plan Estratégico de Turismo Región de Murcia 2022-2032, se define para cada ejercicio turístico su Plan Anual de Acción que establece la estrategia específica anual, dirigida a conseguir los objetivos y retos de los destinos turísticos regionales, acometiendo la necesaria revisión periódica del modelo turístico en función de la evaluación de los resultados logrados durante el ejercicio anterior y el análisis del cumplimiento de objetivos.

Los presupuestos para el año 2024 del Instituto de Turismo de la Región de Murcia se han configurado para lograr, en relación a sus competencias, los objetivos y retos de este Plan de Acción Anual. Además, estos presupuestos abordan medidas para encarar un nuevo contexto actual menos favorable con la aparición de nuevos riesgos en la coyuntura macroeconómica, que se derivan del impacto de las tensiones y conflictos geopolíticos, como las guerras en Ucrania e Israel, y de la elevada inflación y la subida de tipos de interés. Condicionantes estos que no benefician al turismo, un sector muy sensible a los conflictos y a los incrementos de costes.

Igualmente, cabe mencionar la importante influencia en los presupuestos del año 2024 de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos, con una fuerte apuesta por las actuaciones en materia de transición verde sostenible y mejora de la eficiencia energética, así como en formación, innovación, transformación digital e inteligencia turística.

Los presupuestos para el año 2024 dan cobertura a la ejecución de esta estrategia turística, con continuidad en muchas de las líneas de acción del

'Plan Estratégico de Turismo Región de Murcia 2022-2032' puestas ya en marcha en 2023, e iniciando otras nuevas que se integran en los siguientes Ejes del Plan:

Eje 1. Revitalización y sostenibilidad de los destinos. Mejora de la calidad de la oferta.

Eje 2. Nueva estrategia de promoción y comercialización post-Covid. Imagen de marca.

Eje 3. Reinención de los productos turísticos.

Eje 4. Digitalización e inteligencia turística para reactivar el sector.

Eje 5. Formación, mejora de la empleabilidad y cualificación de los recursos humanos.

Para este año 2024 se han marcado como principales retos: el posicionamiento del destino; la diferenciación y digitalización de los productos; la atracción de demanda para un turismo experiencial más cualificado y el aumento de la internacionalización; la sostenibilidad; la profesionalización del sector y la atracción de talento.

Bajo estas premisas, con los presupuestos para el año 2024 se actuará en todos los ejes del 'Plan Estratégico de Turismo Región de Murcia 2022-2032' priorizando en las siguientes líneas:

#### **EJE 1. REVITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LOS DESTINOS. MEJORA DE LA CALIDAD DE LA OFERTA.**

- LA RENOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y DE SU OFERTA.

- o Renovación de la oferta obsoleta y mejora de los parámetros de calidad de los alojamientos y la oferta complementaria. Una de las principales debilidades de la oferta turística regional reside en el elevado grado de obsolescencia de buena parte de la planta alojativa de algunos destinos regionales. Esta circunstancia limita su competitividad y pone en riesgo su sostenibilidad. Es por ello que en la Estrategia turística regional se antepone la necesidad de renovación de los establecimientos de alojamiento turístico. Con esta finalidad, la Administración Turística Regional, en el marco de su participación en los programas de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos (STD), ha incluido en su Plan Territorial STD 2022 la Actuación de Cohesión entre Destinos (ACD) 'Plan de Revitalización y Sostenibilidad de los Alojamientos Turísticos de la Región de Murcia', concebido como un fondo destinado a un programa de subvenciones en régimen de concurrencia especial a la modernización de los alojamientos turísticos regionales por valor de ocho millones de euros. Con estas ayudas al sector, que comenzarán a otorgarse en 2024 en diferentes convocatorias, según tipologías de alojamientos y destinos, se quiere evitar la sobresaturación turística que ya afecta a otros destinos del Mediterráneo español y producir efectos positivos sobre la inversión en alojamiento de calidad, empleo y competitividad dentro del sector alojativo.

- o Embellecimiento del destino y creación de infraestructuras. Mediante la participación en la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos (STD), el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) está acometiendo el impulso a la revitalización de los destinos, la puesta en valor de sus recursos turísticos y la modernización de infraestructuras, garantizando la sostenibilidad del modelo turístico. Todo ello financiado por los fondos europeos 'Next Generation'

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. Además, con financiación propia del ITREM, que asciende a 100.000 € en 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. Esta fundación recibirá una aportación del ITREM de 200.000 € en concepto de cuota patronal en 2024.

o Mejora y mantenimiento de infraestructuras turísticas y señalización:

▪ Itinerarios ecoturísticos y Vías Verdes. El ITREM contribuye al funcionamiento del Consorcio de las Vías Verdes de la Región de Murcia con apoyo técnico y económico para el mantenimiento de estas infraestructuras, que suman unos 185 km. La aportación económica del ITREM para gastos de funcionamiento del Consorcio en 2024 es de 250.000 €.

▪ Rehabilitación del Convento de San José de Caravaca de la Cruz. En 2024 se continuarán desarrollando actuaciones para la conservación y puesta en valor por importe de 180.000 €. Caso de que sea concedida la subvención con cargo al programa de la SETUR para rehabilitación de BIC con uso turístico (fondos Next Gen), se podrían iniciar en el segundo semestre de 2024 las obras de rehabilitación.

▪ Estudio de accesibilidad en las playas, que se viene publicando periódicamente en verano.

o 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 que fomenten 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 de:

▪ Anteproyecto de Ley de bienes de interés turístico.

▪ Proyecto de Decreto de empresas de intermediación turística.

▪ 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.

▪ Nueva regulación de los distintivos o placas identificativas de los establecimientos turísticos, actualizando los ya existentes adaptándolos a nuevos diseños y materiales más sostenibles.

o Lucha contra la oferta ilegal de alojamiento, principalmente en 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 obtener la información de los titulares. Todo ello 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. Se continuará en 2024 con el desarrollo de la aplicación informática específica 'IETUR' destinada a agilizar las inspecciones a los establecimientos turísticos.

- EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL DESTINO.

- o Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destino: La Administración Regional es consciente de la necesidad de incorporar los aspectos ambientales al diseño y ejecución de las políticas públicas de turismo. Cabe destacar la inyección de 63.960.000 € de fondos Next Generation EU, con la que la Región de Murcia participa en las convocatorias de 2021, 2022 y 2023 del Programa Extraordinario de la Estrategia nacional de Sostenibilidad Turística en Destinos, mediante un proceso coordinado con las Entidades Locales. Además, el ITREM también participa, junto a los ayuntamientos y el Estado en el Programa Ordinario con una aportación de 1.971.639 € sobre un total de 5.164.918 €. De esa cantidad solo queda pendiente para 2024 el pago de 157.212 € correspondientes a la anualidad del PSTD 2022 de Alcantarilla y una reserva de 400.000 € para la convocatoria 2024 del Programa Ordinario STD. Mediante la participación en esta Estrategia de Sostenibilidad, el ITREM continuará acometiendo en 2024 el impulso a la renovación de la oferta turística, la modernización de infraestructuras y la competitividad de las 22 entidades locales participantes (ayuntamientos, consorcios y mancomunidades) garantizando la sostenibilidad del modelo turístico.

- o A través de las diferentes líneas de acción que se están poniendo en marcha en el marco de la Estrategia de Sostenibilidad se pretende:

- Impulsar el desarrollo sostenible, los ODS y la economía circular.

- Lograr un compromiso con la eficiencia energética y la mitigación del cambio climático, integrándolo como parte de las exigencias actuales de la demanda turística.

- Combatir la masificación y extender los efectos positivos del turismo por el territorio regional.

- Transformar la Región de Murcia en un destino más accesible.

- o Programa de acciones de sensibilización, que se acometerán en 2024 y que generarán una mayor concienciación ambiental de empresas y turistas. Se incidirá en la sensibilización de los residentes sobre los beneficios del turismo y la creación de oportunidades en la sociedad local. En este sentido, se pone en marcha una campaña de comunicación a residentes y otras acciones, como las del plan de sensibilización / formación 'Mar Menor – Aula Abierta', dirigido al público objetivo de escolares y focalizado en actividades náuticas o las campañas de publicidad dirigidas a escolares y colegios.

- MEJORAR LA GOBERNANZA PÚBLICO-PRIVADA Y ENTRE ADMINISTRACIONES.

- o Plan de Acción Anual, es la hoja de ruta para poner en funcionamiento la ejecución anual del Plan Estratégico de Turismo 2022-32, tanto en su programa general como para cada uno de los programas de productos turísticos. Para ello, se definirá previamente una planificación consensuada con los agentes del sector con los retos y líneas estratégicas de actuación, que contemplan medidas concretas, así como las acciones propuestas para hacerlas efectivas.

- o Sistema de indicadores. De cara al seguimiento del Plan de Acción Anual, se marcan objetivos numéricos y se mide su grado de consecución y de la ejecución de las acciones programadas para alcanzarlos. Este seguimiento y evaluación continua se realiza a través del desarrollo de un sistema paralelo de indicadores.

o Primer Pacto Regional por el Turismo. Supone la institucionalización de la cooperación público-privada, mediante la participación en este Pacto del sector privado a través de la Mesa del Turismo de la Región de Murcia e invitando a su adhesión a todas las entidades locales que quieran suscribirse y que garanticen el cumplimiento de un conjunto de compromisos en materia de ordenación, fiscalidad e incentivos y política turística general.

o Comisión Interdepartamental de Turismo. Se iniciará el proceso de creación de una comisión monográfica interna sobre turismo formada por distintas consejerías, creada para coordinar las diversas políticas autonómicas que afectan a su competitividad en la comunidad.

o Coordinación con la Administración Central Turística. Esta coordinación se materializa en convenios de colaboración con la administración central en materia de turismo: campañas de promoción en mercados exteriores, campañas de marketing online, asistencia conjunta a ferias bajo la marca España, Programas de I+d+i turístico, apoyo al emprendimiento y a destinos inteligentes con SEGITTUR, Clubes de producto.

o Red de Cátedras de Turismo de la Región de Murcia. Tiene como objetivo fomentar la investigación en materia de turismo y maximizar el acceso y difusión de la información generada. El ITREM lidera esta red de colaboración con administraciones públicas, universidades, centros de investigación y asociaciones empresariales, que sirve 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. La aportación del ITREM a la Red de Cátedras es de 83.490 € en 2024.

## **EJE 2. NUEVA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN POST- COVID. IMAGEN DE MARCA.**

•LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA Y DE SUS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

o Planes de medios regional y nacional, para el posicionamiento de los distintos productos turísticos de la Región de Murcia. En 2024, el Plan regional está dotado con 350.000 euros y el nacional con 1,7 millones de euros. 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', con una partida presupuestaria de 800.000 € en 2024.

▪ Turismo gastronómico y gastroexperiencias.

▪ Experiencias de Turismo azul y Turismo sensorial.

▪ Turismo cultural y fiestas.

▪ Conectividades: nuevas conexiones aéreas con Madrid y Barcelona y consolidación de las de Oviedo, Bilbao, Santander, Canarias y Menorca y de la línea AVE con Madrid. 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 para las que el ITREM cuenta en 2024 con 3,1 millones de euros.

- Campañas destinadas al residente de la Región de Murcia para fomentar el turismo interno y mostrar al propio residente la renovada oferta turística regional, y que así pueda ejercer de prescriptor del destino.

- o Estrategia de marketing digital. Durante 2024 continuará la estrategia de marketing digital iniciada en 2023 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 [www.turismoregiondemurcia.es](http://www.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.

- o Estrategia de promoción y comercialización diferenciada por productos y mercados. En 2024 se continúa con el desarrollo y puesta en marcha de nuevas herramientas de mercadotecnia, mediante acuerdos con turoperadores, mayoristas y portales online sobre los productos turísticos más relevantes.

- o Año Jubilar 2024 de Caravaca de la Cruz. Es uno de los grandes acontecimientos que vivirá la Región de Murcia en 2024, ya que serán miles los peregrinos, tanto nacionales como extranjeros, los que visiten Caravaca de la Cruz. Con ese objetivo, la Oficina de Comunicación del ITREM 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 nacionales de 2024. 2 MILLONES EUROS

- o Plan de impulso del Turismo Deportivo. Este Plan nació con el fin poner en valor y posicionar la Región como destino turístico deportivo para todo el año, tanto en el mapa nacional como internacional. En 2024 se continuará con el apoyo a pruebas en espacios abiertos, reforzándolo con pruebas en entornos náuticos de la Costa Cálida incluidas en el plan de turismo náutico. Este Plan logró en 2023 la celebración de 84 grandes eventos deportivos nacionales e internacionales en todas las épocas del año.

### **EJE 3. REINVENCIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.**

- LA DESESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA Y LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS.

- o Programa de aceleración en la creación de productos experienciales y 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.

- o 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).

o Operativas de turismo sénior, vacacional y golf con países europeos. El Instituto de Turismo continuará en 2024 con las operativas de Reino Unido, Portugal, y países del Este de Europa. En el caso de las operativas de golf, se promocionará 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.

o Acuerdos de comercialización con operadores bajo la licitación de mercadotecnia que está vigente durante todo el año con 12 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, con acciones especialmente enfocadas a la desestacionalización del destino.

o Celebración del evento Caravaca de la Cruz Año Jubilar 2024. El plan de eventos y promoción conjunto del gobierno de la Región de Murcia, el ayuntamiento de Caravaca de la Cruz, la Fundación Camino de la Cruz y la Cofradía de la Vera Cruz, tiene como objetivo convertir a Caravaca de la Cruz (y a 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 a la Región. A este Plan conjunto el ITREM destina 1 millón de euros en 2024, 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.
- I Convención mundial de ciudades santas para la cristiandad.
- Viajes de familiarización con prensa y operadores.
- Nuevas herramientas de promoción: Guía Multimedia del Camino de Levante; desarrollo de una APP con la credencial y sellado digital; rediseño de la web de inicio: Web del Camino de la Cruz; presencia en ferias; co-marketing con operadores; folletos y visitas comerciales.
- Proyecto de 'El Camino de la Vera Cruz', presentado a la convocatoria del programa 'Experiencias Turísticas de España' financiado a través de los Fondos Next Generation EU.

o Plan de acciones internacionales para la comercialización del producto MICE, tanto asociativo como corporativo, con el objetivo de posicionar la marca MICE Región de Murcia en eventos, workshops y ferias de proyección internacional, preferentemente europeos, específicos del segmento MICE.

- o Acciones de incentivo a la demanda:
  - Bono regional (Otoño – invierno 2023/24) para incentivar las reservas en alojamientos turísticos de la Región de Murcia, con un presupuesto de 400.000 €, ampliable si es necesario, de los que 100.000 € corresponden a 2023 y 300.000 € a 2024.
  - Otro importante instrumento para combatir la estacionalidad son el apoyo a los programas de turismo del IMSERSO. La Comunidad colabora con los establecimientos hoteleros que apuestan por estos programas (turismo social y termalismo), cubriendo las pérdidas ocasionadas por el incremento de costes con una subvención de 500.000 € en 2023.

- MEJORA DE LA CONECTIVIDAD E INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS DESTINOS REGIONALES.

- o 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. El turismo regional aún no ha recuperado los niveles de turismo internacional de 2019 a causa de las restricciones y condicionantes en algunos de sus principales mercados emisores. La estrategia de promoción en mercados internacionales contempla acciones en 19 países para el año 2024. El mayor protagonismo inicial lo tendrán aquellos mercados con los que existen conexiones terrestres directas o aéreas. Especial relevancia adquiere durante este año Italia y Polonia por su capacidad de emisión frente al Año Jubilar 2024 de Caravaca de la Cruz.

- o Creación y consolidación de conectividades aéreas. Se trabaja estrechamente con AENA para conseguir más rutas, 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. También se recupera la ruta de Bilbao para la temporada de verano 2024 y se contará con vuelos chárter desde Oporto en temporada alta. 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.

#### **EJE 4. DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA TURÍSTICA PARA REACTIVAR EL SECTOR.**

- IMPULSO DE LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURÍSTICO.

- o Especialización por producto de la Oficina de Inteligencia Turística. A través del portal de datos abiertos, DTI Smart Office, se difunde el análisis de las nuevas fuentes de datos, con comunicaciones periódicas especializadas, como los boletines Big Data. En 2024 se incorporarán datos de flujos de turistas derivados de la telefonía móvil y de los datos de gasto con tarjeta de crédito, que van a permitir disponer de informes de previsiones a corto y medio plazo segmentados para cada producto turístico. En la plataforma de inteligencia turística regional, Motriz, se llevará a cabo la integración de nuevas fuentes Big Data y el desarrollo de nuevos cuadros de mando e informes dinámicos.

- o Aplicación de la inteligencia de producto, mercado y cliente para la planificación estratégica a través de las siguientes plataformas:

- Plataforma de monitorización de reputación del destino.
- Plataforma de monitorización de turoperación.
- Plataforma de monitorización de capacidad aérea.
- Plataformas de monitorización de competitividad.

- o Transformación digital de los destinos a través del modelo DTI. Se apuesta por el Destino Turístico Inteligente como modelo de gestión turística, para lo cual se ha planificado un conjunto de acciones que se desarrollarán en 2024:

- Sensibilización de municipios para su adhesión a la red nacional de DTI.
- Acompañamiento en el proceso de transformación de los destinos.
- Gobernanza participativa.

- Formación de gestores DTI.
  - Divulgación del modelo de destinos turísticos inteligentes.
    - o Digitalización y modernización tecnológica de las empresas turísticas.
- Apoyo para mejorar la competitividad del sector a través de las siguientes líneas de actuación:
- Gestión de la plataforma tecnológica del Bono Turístico Región de Murcia y servicio de atención a los beneficiarios y alojamientos adheridos.
    - Apoyo a la comercialización online de la oferta turística.
    - La tecnología al servicio de la satisfacción del turista.
    - Transferencia tecnológica a las empresas turísticas.
  - o RITMO: Oficinas del siglo XXI. En 2024 se da continuidad a las siguientes líneas de trabajo:
    - Transformación digital de las oficinas de información turística.
    - Plan de formación de los técnicos de las oficinas de turismo.
    - Mantenimiento de los sistemas de gestión de la Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia.
  - o Desarrollo de nuevas aplicaciones basadas en la Inteligencia Artificial. 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. Además, se pretende 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.

#### **EJE 5. FORMACIÓN, MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD Y CUALIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.**

- LA FORMACIÓN COMO INSTRUMENTO DE COMPETITIVIDAD.
  - o Agenda formativa diferenciada por productos turísticos, atendiendo las iniciativas y necesidades detectadas en el diagnóstico previo conjunto con los profesionales y las asociaciones del sector. Se priorizarán aquellas áreas con los mayores déficits en competencias en materia turística, incorporando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's).
    - o Formación online: diversificación e innovación. Con esta modalidad formativa desde el Centro de Cualificación Turística se pretende alcanzar los siguientes objetivos:
      - Llegar a todo el territorio regional cubriendo todos los sectores.
      - Que la formación llegue tanto a trabajadores como a desempleados.
      - Formación destinada a la microempresa y al sector del alojamiento, la restauración y otras actividades complementarias como las actividades de ocio y organización de actos.
        - Atraer hacia el sector al segmento joven, muy familiarizado con las nuevas tecnologías.
        - Continuar con el programa 'Anfitriones Turismo' en colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo, introduciendo nuevos cursos.

o 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:

- Acciones formativas presenciales para dotar de certificaciones profesionales a futuros trabajadores del sector. Estas acciones girarán en torno a: titulaciones propias y certificados de profesionalidad subvencionados por el SEF.

- Especialización del trabajador y calidad en el sector, para luchar contra la desestacionalización.

- Propuestas para cubrir el déficit en competencias en materia turística.

- 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.

- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD Y VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES.

o Apoyo al talento y a la especialización. 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. Entre las principales acciones previstas para el año 2024 destacan:

- Acciones de sensibilización hacia la identificación y atracción del talento, con un 'Foro de talento joven', punto de encuentro entre mentores y alumnos, para profundizar en la gastronomía desde diferentes ámbitos potenciando el talento y creando sinergias con la participación de referentes nacionales.

- 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.

o Orientación e inserción profesional y fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos y seguimiento de su desarrollo profesional, entendiendo también su papel como embajadores de las profesiones turísticas ante la sociedad.

- o Promoción del autoempleo y el emprendimiento.

- o Potenciación del restaurante-escuela y el centro de documentación.

- o Puesta en valor de los profesionales en el sector turístico, mediante acciones de visibilización, concursos y programas de ayudas.

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

- IMPULSO AL TURISMO GASTRONÓMICO.

o 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 de los distintos mercados emisores, basado en los atributos fundamentales de la gastronomía regional y en el estilo de vida mediterráneo.

o 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. Se dará protagonismo a las grandes plataformas gastronómicas y en materia de comunicación, se llevará a cabo un ambicioso plan de promoción a través de viajes de familiarización. Asimismo, se apoyará la organización de eventos gastronómicos singulares. Se fomentará la presencia en ferias y eventos, así como el desarrollo de un programa de road shows y street marketing en ciudades españolas y un programa de marketing gastronómico en los mercados emisores en colaboración con las OETs de Turespaña.

o Sello de Compromiso Gastroturístico '1001 Sabores - Región de Murcia'. 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.

o Gastroexperiencias. Se potenciará la incorporación de más experiencias que den cabida a todo tipo de agentes, desde las grandes empresas hasta las pequeñas explotaciones.

o Otras acciones:

- Formación e innovación.
- Encuentros profesionales 1.001 Sabores.
- Sensibilización entre la población residente y 'Embajadores Gastronómicos'.
- Calendario gastronómico.
- Premios 1.001 Sabores Región de Murcia

### **Tercera.- Servicios operativos del 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 de Turismo 2024, dentro del marco de sus competencias y que son:

#### **A01. 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](http://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](http://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 mercadotecnia, 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.

## A02. 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](http://www.turismoregiondemurcia.es) e [www.itrem.es](http://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 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](http://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.

### **A03. 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.

- \* Transformación 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 [bonoturisticomurcia.es](https://bonoturisticomurcia.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](https://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.

#### **A04. 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 alegal

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 alegal. En este sentido se ha llegado a un acuerdo con una de las principales plataformas de comercialización turística, [Booking.com](https://www.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.

#### **A05. 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](https://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 aún 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.

### **A06. 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 pernoctaciones (+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 pernoctaciones 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 pernoctación 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
Consortio Vías Verdes	250.000,00

### Cuarta.- Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 14, apartado d) de la Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, el ITREM ha elaborado un Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (PAAPE) para el ejercicio 2024 que se detalla en el Anexo I del presente Contrato-Programa.

En dicho PAAPE se detallan, para el ejercicio 2024:

- Los seis servicios operativos a través de las cuales se estructura el ITREM,
- Las líneas de actuación por cada servicio, con sus medidas y acciones establecidas,
- Los indicadores con los que ponderar el grado de cumplimiento de los mismos.

**Quinta.- Medios personales y materiales del ITREM.**

El ITREM cuenta con 71 puestos de trabajo, de ellos 47 puestos son en régimen laboral (de los cuales 10 se encuentran inicialmente vacantes) y 24 puestos en régimen funcional, entre los que se incluye el puesto de Director General del ITREM y 8 puestos de un programa de interinos para la gestión de fondos Next Generation (inicialmente vacantes). En el Anexo II al presente Contrato-Programa se detallan los medios personales netos distribuidos por servicios operativos.

Asimismo, el ITREM cuenta para el desarrollo de sus actividades con un edificio situado en la Avenida Juana Jugán, 2 de la ciudad de Murcia, con 5.650 m<sup>2</sup> útiles construidos. El conjunto del edificio está totalmente acondicionado con el equipamiento necesario para el desarrollo de las actividades encomendadas al ITREM. Además, en la sede de Cartagena, el ITREM cuenta con espacio equipado para el desarrollo de las funciones de un equipo técnico de promoción y para las actuaciones presenciales de su Dirección.

Por su singularidad, el Centro de Cualificación Turística, para llevar a cabo su labor, dispone de ocho aulas de formación y dos de informática, un restaurante para realizar prácticas reales, una zona de hostelería de más de 800 metros cuadrados que incluyen 3 cocinas, además de zonas específicas de panadería, pastelería, bodega y almacenes, bar de prácticas, aula magna para demostraciones o clases magistrales de cocina, sala de catas para el aprendizaje enológico y una biblioteca y centro de documentación relacionado con el sector turístico, entre otros equipamientos, que supone un total aproximado de 3.000 m<sup>2</sup> construidos. Adicionalmente, esta infraestructura propia se verá reforzada con el arrendamiento puntual de instalaciones de terceros, principalmente en localidades turísticas, como consecuencia del desarrollo de acciones formativas descentralizadas ejecutadas por el Servicio de Formación del Instituto de Turismo.

**Sexta.- Recursos económicos y fuentes de financiación del ITREM**

Se incluye como Anexo II el Resumen económico-financiero del Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (PAAPE) del ITREM para el ejercicio 2024, de acuerdo con lo establecido en la Ley 12/2022, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2023, la cual recoge los distintos consumos que se van a aplicar en cada servicio operativo y su correspondiente origen de financiación que va a dar soporte al cumplimiento del PAAPE.

**Séptima.- Dación de cuentas, Informes de evaluación y periodicidad de informes.**

Una vez suscrito por las partes, el presente Contrato-Programa será objeto de publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia, así como en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y del ITREM, de conformidad con el artículo 17.6 de la Ley 12/2014, de 16 de diciembre, de Transparencia y Participación Ciudadana de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Cualquier modificación en las líneas de actuación, en los recursos asignados para su financiación, en las prioridades asignadas por la Consejería o en los plazos de ejecución de las actuaciones, requerirán la tramitación y suscripción por las partes de la oportuna Adenda de modificación del Contrato-Programa.

Cuando la iniciativa de tales modificaciones proceda de la propia Consejería de adscripción no será necesaria la emisión de informes jurídicos por parte de la Administración. No obstante, el ITREM no podrá acometer nuevos proyectos o actuaciones carentes de dotación presupuestaria sin que previamente se tramite la solicitud de crédito oportuna, acompañando a la misma la propuesta de modificación del Contrato-Programa antes de la solicitud de modificación del PAIF correspondiente.

Se faculta a la Dirección General para la autorización y suscripción de las adendas debiendo de ponerlas en conocimiento en el siguiente Consejo de Administración que se convoque.

Durante el mes de septiembre, el ITREM elaborará un primer "Informe de evaluación de cumplimiento, análisis y control" del Contrato-Programa 2024. Se analizarán el seguimiento de los objetivos, se compararán los indicadores previstos en el Plan Anual de Actuación y Planificación Estratégica (PAAPE) con los realmente ejecutados (desde el inicio del ejercicio hasta la finalización de los meses indicados objeto de control), 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, análisis y control definitivo".

El "Informe de evaluación de cumplimiento, análisis y control", una vez firmado por el Director General del ITREM, será examinado y aprobado en la siguiente reunión del Consejo de Administración del ITREM. De igual manera que el Contrato-Programa y los "Informes de evaluación de cumplimiento, análisis y control" se publicará en el Portal de la Transparencia de la CARM y del ITREM.

Y en prueba de conformidad con lo expuesto ambas partes firman el presente Contrato- Programa para 2024, en Murcia, a 6 de febrero de 2024.—El Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, Juan Francisco Martínez Carrasco.—La Consejera de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, Carmen María Conesa Nieto.

**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
<b>LÍNEA 1</b>	<b>ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA</b>		
<b>MED-1.1</b>	<b>REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>		
1.1.1	Normas reguladores de actividades turísticas	Nº normas redactados	1
<b>MED-1.2</b>	<b>GESTIÓN DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y REGISTRO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>		
1.2.1	Expedientes de alta y clasificación de establecimientos y actividades turísticas	Nº expedientes tramitados	500
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
<b>MED-1.3</b>	<b>RECLAMACIONES Y SANCIONES</b>		
1.3.1	Expedientes sancionadores iniciados	Nº expedientes sancionadores iniciados	100
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	
<b>MED-1.4</b>	<b>ORDENACIÓN Y CONTROL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS</b>		
1.4.1	Habilitación de guías oficiales de turismo de la Región de Murcia	Pruebas de habilitación	0
<b>MED-1.5</b>	<b>DECLARACIONES DE "FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO"</b>		
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
<b>MED-1.6</b>	<b>IMPULSO DISTINTIVO BANDERA AZUL</b>		
1.6.1	Seguimiento de las solicitudes de concesión de Bandera Azul playas y puertos	Nº visitas realizadas	34
1.6.2	Banderas azules en la Región de Murcia playas y puertos	Nº Banderas Azules	34
1.6.3	Banderas Senderos Azules	Nº Banderas de Senderos Azules	10
<b>LÍNEA 2</b>	<b>INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA OFERTA TURÍSTICA</b>		
<b>MED-2.1</b>	<b>INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO</b>		
2.1.1	Información y asesoramiento en materia turística	Nº de solicitudes atendidas	40
<b>MED-2.2</b>	<b>CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA</b>		
2.2.1	Visitas de clasificación de empresas y actividades turísticas	Nº de visitas de clasificación turística	500
<b>MED-2.3</b>	<b>CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA ALEGAL</b>		
2.3.1	Detección de oferta alegal	Nº establecimientos detectados (unidades alojativas)	200
2.3.2	Visitas a la oferta alegal: Apartamentos y viviendas de uso turístico	Nº visitas de inspección	0
2.3.3	Visitas a la oferta alegal: Zonas de acampada/ autocaravanas	Nº visitas de inspección	10
2.3.4	Visitas a la oferta alegal: Otros tipos de establecimientos/actividades	Nº visitas de inspección	4
2.3.5	Visitas a la oferta alegal: Guías de turismo	Nº de actuaciones	1
2.3.6	Nº de actas/informes	Nº actas/informes	15

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL
<b>MED-2.4</b>	<b>CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA OFERTA REGLADA</b>		
2.4.1	Supervisión, control y comprobación del cumplimiento de la normativa turística en alojamientos reglados	Nº visitas	75
<b>MED-2.5</b>	<b>DEFENSA DEL USUARIO TURÍSTICO</b>		
2.5.1	Visitas de comprobación sobre reclamaciones de los usuarios turísticos	Nº visitas de comprobación de reclamaciones	10
<b>LÍNEA 3</b>	<b>DESARROLLO Y MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA REGIONAL</b>		
<b>MED-3.1</b>	<b>IMPULSAR LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS</b>		
3.1.1	Elaboración de estudios, planes y proyectos	Nº trabajos y proyectos finalizados	4
3.1.2	Asesoramiento y colaboración con consorcios y ayuntamientos en planes y proyectos turísticos	Nº entidades o planes turísticos asesorados	8
3.1.3	Ejecución, dotación y mantenimiento de señalización, infraestructuras y equipamientos turísticos	Nº obras y actuaciones realizadas	3
<b>MED-3.2</b>	<b>FAVORECER EL DESARROLLO DEL TURISMO DE FORMA COORDINADA CON LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL</b>		
3.2.1	Emisión de informes y asistencia a comisiones y grupos de trabajo interdepartamentales.	Nº reuniones celebradas	15
		Nº informes emitidos	12
<b>LÍNEA 4</b>	<b>PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE FORMACIÓN</b>		
<b>MED 4.1</b>	<b>PLAN ANUAL DE FORMACIÓN</b>		
4.1.1	Plan anual de formación del sector turístico	Nº cursos	110
		Nº horas	10.000
		Nº alumnos	2.250
4.1.2	Evaluación de la calidad de las acciones y la satisfacción del alumnado	Grado de satisfacción general (sobre 10)	9,5
<b>MED 4.2</b>	<b>PLAN DE FORMACION PRESENCIAL ANUAL</b>		
4.2.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo (CCT)	Nº cursos	45
		Nº horas	500
		Nº alumnos	450
4.2.2	Impartición de acciones formativas para desempleados (CCT)	Nº cursos	5
		Nº horas	250
		Nº alumnos	65
4.2.3	Impartición de acciones formativas para desempleados (SEF)	Nº cursos	12
		Nº horas	6.000
		Nº alumnos	180
<b>MED 4.3</b>	<b>PLAN DE FORMACIÓN ONLINE</b>		
4.3.1	Realización de acciones formativas para trabajadores en activo y desempleados	Nº cursos	40
		Nº horas	950
		Nº alumnos	1.200
4.3.2	Impartición de acciones formativas para desempleados (SEF)	Nº cursos	3
		Nº horas	2.380
		Nº alumnos	42
<b>MED 4.4</b>	<b>POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN PRÁCTICA</b>		
4.4.1	Gestión y control de prácticas profesionales de cursos SEF	Nº convenios con empresas	120
		Nº alumnos participantes	120

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL
<b>LÍNEA 5</b>	<b>MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO</b>		
<b>MED-5.1</b>	<b>POTENCIACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL</b>		
5.1.1	Orientación académica para futuros y actuales alumnos	Nº análisis de perfiles y asesoramiento personalizado	45
5.1.2	Inserción Laboral (Bolsa de trabajo)	Nº ofertas en bolsa de trabajo del CCT	300
<b>MED-5.2</b>	<b>COLABORACIÓN CON ASOCIACIONES</b>		
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
<b>LÍNEA 6</b>	<b>VALOR ESTRATÉGICO DE LOS PROFESIONALES EN EL SECTOR TURÍSTICO</b>		
<b>MED-6.1</b>	<b>IMPULSO A LA ESPECIALIZACIÓN Y LA VISIBILIZACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL SECTOR TURÍSTICO</b>		
6.1.1	Acciones para la formación en materias de interés para el profesional o la visibilización de su labor (Jornadas)	Nº acciones	2
		Nº participantes	150
<b>MED-6.2</b>	<b>APOYO AL TALENTO Y LA EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO</b>		
6.2.1	Organización o participación en concursos u otro tipo de actividades de apoyo y reconocimiento al talento (Concursos)	Nº acciones	5
		Nº participantes	6
<b>LÍNEA 7</b>	<b>POSICIONAMIENTO DEL CCT COMO CENTRO DE REFERENCIA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA</b>		
<b>MED-7.1</b>	<b>MEJORA DE LA VISIBILIDAD DEL CCT, SUS ACCIONES, ALUMNOS Y RESULTADOS</b>		
7.1.1	Difusión de la actividades que desarrolla el CCT	Nº acciones de publicidad	6
		Nº publicaciones en redes sociales	800
		Nº total de seguidores	15.000
		Nº visitas web	300.000
<b>MED-7.2</b>	<b>GESTIÓN RESTAURANTE-ESCUELA CCT</b>		
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
		Nº comensales	1.800
<b>MED-7.3</b>	<b>POTENCIACIÓN DE LA BIBLIOTECA Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CCT</b>		
7.3.1	Consolidar el centro de documentación y biblioteca del CCT como referencia documental en materia turística	Nº préstamos	24
		Nº nuevas referencias	12
<b>MED-7.4</b>	<b>PROGRAMA ANTIGUOS ALUMNOS CCT</b>		
7.4.1	Fortalecimiento de las relaciones con los antiguos alumnos CCT y su seguimiento profesional (#SOYCCT)	Nuevos Integrantes del programa	120
		Nº acciones dirigidas a usuarios	6
<b>LÍNEA 8</b>	<b>TURISMO GASTRONÓMICO</b>		
<b>MED-8.1</b>	<b>EVENTOS GASTRONÓMICOS</b>		
8.1.1	Ferias y congresos	Nº de acciones	4
		Participación profesionales	50
8.1.2	Eventos	Jornadas/foros	2
		Premios	2
		Colaboración con municipios/ asociaciones / entidades	5
8.1.3	Presentaciones 1.001 Sabores	Presentaciones	7
		Asistentes	150



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL
<b>MED-8.2</b>	<b>CONSOLIDACIÓN MARCA</b>		
8.2.1	Desarrollo de diferentes herramientas y consolidación de la marca	Sello	1
		Gastroexperiencias	1
		Press/fam trip	6
		Acciones formativas profesionales	4
		Acciones formativas público final	30
		Nº publicaciones en redes sociales	800
		Comunidad RRSS	75.000
		Nº visitas web	50.000
		Colaboraciones medios de comunicación	4
<b>LÍNEA 9</b>	<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>		
<b>MED-9.1</b>	<b>PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA NACIONAL</b>		
9.1.1	Participación en ferias y eventos nacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº acciones profesionales	14
		Nº contactos profesionales	135
		Nº acciones (publico final)	2
9.1.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional - FAM TRIPS	Nº fam trips	1
		Nº asistentes	3
9.1.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores nacionales - PRESS TRIPS	Nº press/blog trips	1
		Nº asistentes	3
		Nº de artículos realizados	2
9.1.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel nacional	Nº workshops	3
		Nº presentaciones	1
		Nº contactos profesionales	40
9.1.5	Reuniones con operadores nacionales, fuera de evento	Nº contactos profesionales	10
<b>MED-9.2</b>	<b>PROMOCIÓN PARA EL IMPULSO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL</b>		
9.2.1	Participación en ferias y eventos internacionales más relevantes dirigidos a profesionales y público final	Nº acciones profesionales	18
		Nº contactos profesionales	70
		Nº acciones (publico final)	7
9.2.2	Viajes de familiarización con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional - FAM TRIPS	Nº fam trips	7
		Nº asistentes	21
9.2.3	Viajes de familiarización de medios de comunicación y prescriptores internacionales - PRESS TRIPS	Nº press/blog trips	3
		Nº asistentes	9
		Nº de artículos realizados	6
9.2.4	Workshops y presentaciones con agencias de viajes minoristas y turoperadores a nivel internacional	Nº workshops	14
		Nº presentaciones	1
		Nº contactos profesionales	150
9.2.5	Reuniones con operadores internacionales, fuera de evento	Nº contactos profesionales	5
<b>MED-9.3</b>	<b>MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO</b>		
9.3.1	Acuerdos de marketing nacionales e internacionales	Nº acuerdos nacionales	16
		Nº acuerdos internacionales	4

LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL
<b>LÍNEA 10</b>	<b>MEJORA DE LA IMAGEN, VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO/ DESTINO</b>		
<b>MED-10.1</b>	<b>VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A TRAVÉS DE ACCIONES PUBLICITARIAS</b>		
10.1.1	Acciones de publicidad dirigidas al mercado regional	Nº acciones de publicidad regional	20
		Nº de impresiones online	20.000.000
10.1.2	Acciones de publicidad dirigidas al mercado nacional	Nº campañas y acciones de publicidad nacionales	15
		Nº de impresiones online	40.000.000
10.1.3	Acciones de publicidad dirigidas al mercado internacional	Nº campañas y acciones de publicidad internacionales	5
		Nº de impresiones online	1.000.000
<b>MED-10.2</b>	<b>ELEMENTOS PROMOCIONALES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO</b>		
10.2.1	Folletos digitales	Nº folletos	5
10.2.2	Material audiovisual: presentaciones, videos, fotografías, ...	Nº elementos	20
<b>MED-10.3</b>	<b>DIFUSIÓN DEL DESTINO A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>		
10.3.1	Notas de prensa que reflejan la actividad del ITREM en medios regionales	Nº notas de prensa emitidas	120
10.3.2	Reportajes en medios de comunicación	Nº de reportajes publicados	60
<b>MED-10.4</b>	<b>POSICIONAMIENTO DEL DESTINO MEDIANTE HERRAMIENTAS DIGITALES</b>		
10.4.1	Estrategia del portal turístico www.turismoregiondemurcia.es	Nº de visitas al portal	2.500.000
		Nº de especiales	25
10.4.2	Estrategia marketing de contenidos web	Nº newsletter segmentadas _ español	45
		Nº artículos blog _ español	45
10.4.3	Estrategia en RRSS	Nº contenidos publicados	3.800
		Nº total de seguidores	350.000
		Nº total de impresiones	60.000.000
<b>LÍNEA 11</b>	<b>INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURISTICO</b>		
<b>MED-11.1</b>	<b>DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES</b>		
11.1.1	Acciones de sensibilización e implantación del modelo DTI	Nº de acciones	6
11.1.2	Desarrollo de la Plataforma de eDestino Región de Murcia (Nexo).	Nº de nuevas funcionalidades	2
11.1.3	Desarrollo de la Smart Office DTI Región de Murcia (Motriz)	Nº de nuevas fuentes de datos integradas	2
		Nº de informes de análisis de datos	10
		Nº Informes Big Data difundidos al sector	12
<b>MED-11.2</b>	<b>APOYO TECNOLÓGICO A LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN &amp; COMERCIALIZACIÓN</b>		
11.2.2	Impulso de la "Plataforma HERMES"	Nº de nuevas funcionalidades	2
		Nº nuevos usuarios	15
<b>MED-11.3</b>	<b>RITMO OFICINA DEL SIGLO XXI</b>		
		Nº de sesiones de formación	12
11.3.1	RITMO 4.0: Oficina de Turismo del Siglo XXI	Nº de oficinas certificadas sistemas de calidad y sostenibilidad	30



LÍNEA	MEDIDA/ACCIÓN	INDICADOR	META ANUAL
<b>MED-11.4</b>	<b>DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS</b>		
11.4.1	Optimización de herramientas internas	Nº de herramientas optimizadas	2
		Nº Incidencias resueltas sistemas (CRI)	90%
<b>MED-11.5</b>	<b>NUEVAS APLICACIONES BASADAS EN INTELIGENCIA TURISTICA</b>		
11.5.1	Desarrollo de aplicaciones basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing y al análisis de datos.	Nº de nuevas aplicaciones	4
<b>LÍNEA 12</b>	<b>TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS</b>		
<b>MED-12.1</b>	<b>TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS GENÉRICAS</b>		
12.1.1	Tramitación solicitudes	Nº de tranfer., subvenc. y ayudas	2
		Nº de adjudicatarios	763
<b>MED-12.2</b>	<b>TRANSFERENCIAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS INDIVIDUALIZADAS</b>		
12.2.1	Tramitación solicitudes	Nº de tranfer., subvenc. y ayudas	8
		Nº de adjudicatarios	6

## Anexo II

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

MEMORIA ECONÓMICA- FINANCIERA EJERCICIO 2024	SERVICIOS OPERATIVOS (en miles de euros)						
	Promoción	Comunicación	Ordenación	Innovación	Formación	Subvenciones	TOTAL
<b>COSTES DE LA LINEA DE ACTUACIÓN</b>	<b>8.530,19</b>	<b>6.394,05</b>	<b>1.109,06</b>	<b>1.196,45</b>	<b>2.691,75</b>	<b>2.697,94</b>	<b>22.619,44</b>
I. Costes de Personal	974,84	553,84	754,40	259,84	674,22	584,10	3.801,25
Nº Empleados (1)	18,23	9,59	13,34	4,90	12,93	12,02	71
Gastos en operaciones de capital	336,07	0,00	0,00	764,69	0,00	0,00	1.100,76
Gastos en operaciones corrientes	7.219,29	5.840,20	354,66	171,92	2.017,52	2.113,84	17.717,43
<b>INGRESOS DE LA LINEA DE ACTUACIÓN</b>	<b>8.530,19</b>	<b>6.394,05</b>	<b>1.109,06</b>	<b>1.196,45</b>	<b>2.691,75</b>	<b>2.697,94</b>	<b>22.619,44</b>
<b>Ingresos de Operaciones Corrientes:</b>	<b>8.194,13</b>	<b>6.394,05</b>	<b>1.109,06</b>	<b>431,76</b>	<b>2.691,75</b>	<b>2.697,94</b>	<b>21.518,68</b>
Transferencias Corrientes de la CARM	8.194,13	6.394,05	1.109,06	421,76	2.191,75	2.697,94	21.008,68
Transferencias Corrientes de Organismos Autónomos de la CARM	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	500,00
Otros Ingresos de fondos corrientes	0,00	0,00	0,00	10,00	0,00	0,00	10,00
<b>Ingresos de Operaciones de Capital:</b>	<b>336,07</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>764,69</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.100,76</b>
Transferencias de Capital de la CARM	336,07	0,00	0,00	714,69	0,00	0,00	1.050,76
Otros Ingresos de fondos de capital	0,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	50,00

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