

MEMORIA DE ACTUACIONES Y PRESUPUESTO 2016

JUNTA GENERAL 28 DE DICIEMBRE 2015

MEMORIA DE ACTUACIONES 2016

PRESENTACIÓN

La Sociedad Municipal de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U. inicia el ejercicio 2016 consciente del impacto de estas áreas en la economía de la ciudad. Durante los años anteriores, el turismo se ha ido consolidando poco a poco como estrategia válida para el conocimiento y el posicionamiento de Salamanca, proyectando sus valores patrimoniales y culturales históricos y contemporáneos más relevantes, hasta su consolidación, como uno de los destinos referentes en turismo cultural y turismo de interior en el conjunto nacional. El turismo es en la actualidad una actividad imprescindible en la dinámica económica, cultural y social de la ciudad.

La consolidación de Salamanca como destino turístico respaldada con diferentes datos, llegada de visitantes, peso en los mercados turísticos nacionales, mayor internacionalización de los públicos, capacidad de acogida, calidad de las infraestructuras, oferta y producto turístico competitivo, exigen esfuerzos renovados dirigidos por una parte a mantener el posicionamiento actual y por otra, a una constante innovación en las propuestas y modelo en las relaciones con los diferentes públicos y sectores privados implicados en el sector.

La renovación de estos esfuerzos aparecen recogidos en cada uno de los capítulos de los presupuestos para el ejercicio 2016. Si bien se mencionan de forma precisa en el capítulo referente a la Estrategia Turística, en la propuesta de un nuevo modelo de Salamanca Convention Bureau y las actuaciones de Comercialización –Gastronomía y Redes-, que tienen como misión la competitividad del destino y su desestacionalización. Pero igualmente estos objetivos se mantienen vivos con la mejora de la oferta del destino, la accesibilidad turística y el trabajo de la imagen y contenidos turísticos desde el capítulo de comunicación y marketing. Las marcas de destino, Salamanca Ciudad del Español y Salamanca Film Commission, contribuyen a la competitividad del destino por su oferta singularizada y por la promoción a través de otros canales no tradicionales en la comunicación turística.

El comercio es otra de las actividades centrales en la dinámica de la economía local. Además de su relevancia en el perfil empresarial y de empleo, es una de las principales actividades sociales de la ciudad, con importante proyección entre quienes nos visitan. En este contexto se enmarcan las actuaciones que se proponen para este ejercicio, de dinamización, potenciación y promoción del comercio como actividad económica y social de nuestra ciudad.

Por su parte, el apoyo a los autónomos, empresas y emprendedores sigue siendo el objetivo principal del área de Promoción Económica. Conscientes de la necesidad de contar con servicios adecuados para atender las demandas de estos profesionales para el impulso y sostenibilidad de sus iniciativas, el área de Promoción Económica impulsará diferentes propuestas en colaboración con estos colectivos, dirigidas todas ellas a la promoción de la formación, la empleabilidad, la sostenibilidad y desarrollo de las diversas iniciativas económicas.

Las principales incorporaciones a las líneas de trabajo en el área de Turismo en el ejercicio 2016 son:

-Nueva propuesta de musealización y dinamización turística del Convento de San Esteban como recurso de la oferta del destino con motivo de la celebración del VIII Centenario de la Orden de los Predicadores.

-Actuaciones para la mejorar la accesibilidad turística, tanto en los espacios patrimoniales como en los servicios de información y promoción del destino turístico.

-Promoción del destino en Madrid con motivo de la puesta en marcha del nuevo Tren Alvia.

-Promoción del destino en colaboración con redes de ciudades: Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Turismo Senior, Huellas de Teresa, Ciudades AVE.

-Nuevo impulso a la oferta gastronómica con diversas actuaciones de creación de producto y promocionales. Participación en la red de destinos nacionales Saborea España.

Nuevo impulso al turismo de congresos, abordando una nueva propuesta de organización y gestión de Salamanca Convention Bureau y el apoyo al Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca.

Plan de Competitividad y Calidad del Destino. Creación de mesas de trabajo con el sector privado para la competitividad hotelera del destino y desarrollo del proyecto de calidad turística SICTED.

Junto a estas actuaciones, se seguirán impulsando las dinamizaciones del producto y oferta turística, servicios de información y atención al visitante, las marcas Salamanca Ciudad del Español, Salamanca Film Commission, actuaciones de comunicación y marketing on line y off line y el apoyo a la comercialización de los recursos turísticos de la ciudad. Igualmente continuaremos con el respaldo a la celebración del 8º Centenario de la Universidad de Salamanca que se celebrará en el año 2018, apoyando su desarrollo y promoción.

En el área de Comercio las líneas de trabajo más destacadas son:

- Creación del portal web como plataforma para la promoción del comercio local, información de campañas, normativas, etc.
- Impulso del comercio local en colaboración con las diferentes asociaciones de comerciantes de la ciudad y otras iniciativas.
- El apoyo a los colectivos de artesanos en la organización y promoción de las diferentes ferias que se celebran en nuestra ciudad a lo largo del año.
- Colaboración con los mercados de la ciudad para su dinamización y promoción.
- Actuaciones de promoción del consumo en el comercio local a través de diferentes actuaciones: rutas comerciales, animación de calle, campaña de navidad, ...

En el área de Promoción Económica las líneas de trabajo más destacadas son:

- Nuevo impulso al servicio de atención a los autónomos, empresas y emprendedores con colaboración de asociaciones empresariales.
- Colaboración con la I Lanzadera de Empleo de Salamanca.
- Colaboración con la Escuela de Organización Industrial para el desarrollo de los programas formativos vinculados al Programa Operativo de Empleo Juvenil y al Programa Operativo del Fondo Social Europeo en el marco presupuestario del Fondo Social Europeo para España 2014-2020.
- Mantenimiento y mejora del observatorio socioeconómico urbano como herramienta para el apoyo a los autónomos, empresarios y emprendedores y otros colectivos demandantes de esta información.

CAPITULO DE GASTOS 2016

CAPÍTULO 1. PERSONAL

El capítulo de personal incluye los salarios correspondientes a 2016, actualizados con un incremento del 1% con respecto a 2015 y el pago del 50% correspondiente a la paga extraordinaria de diciembre 2012.

Se consigna también la retribución de estudiantes en prácticas en colaboración con diversas universidades y la formación de los trabajadores.

CAPÍTULO 2. COSTES SOCIALES

El presupuesto destinado a la Seguridad Social se ajusta a los costes sociales estimados para el ejercicio 2016, actualizados con el incremento del 1%.

CAPÍTULO 3. AMORTIZACIONES

Se considera la amortización de equipos informáticos, mobiliario, exposiciones, etc. ajustada a las previsiones de finales de 2015.

CAPÍTULO 4. GASTOS DE FUNCIONAMIENTO

La estimación se ha realizado considerando las previsiones de gastos de funcionamiento de 2016: comunidad de propietarios, limpieza de las oficinas y espacios patrimoniales de titularidad municipal, consumos eléctricos, de telefonía y de transmisión de datos. Los consumos de telefonía y datos se asumen por la sociedad municipal directamente, primera vez en 2016.

CAPÍTULO 5. ATENCIÓN AL VISITANTE

Se incluye el servicio de atención e información al visitante en los tres puntos de: Oficina de Información Turística de Salamanca, Oficina de Atención a los Estudiantes de Español y La Tienda de Turismo.

El equipo de atención tiene como tareas habituales la información, coordinación de actuaciones, atención al punto de comercialización Salamanca y Más, venta merchandising, preparación de material para ferias, atención de congresos, protocolo, etc.

Se convocará nuevo concurso público para la contratación del servicio de atención de estos tres puntos de información y atención al visitante.

Por otra parte continúa la colaboración con la Junta de Castilla y León para la promoción e información turística desde la Oficina de Información.

CAPÍTULO 6. PRODUCTO TURÍSTICO

Se abordarán nuevas propuestas que ampliarán y mejorarán la oferta turística centrada en los recursos patrimoniales y culturales de Salamanca. En estas actuaciones se consideran los diversos segmentos de públicos visitantes y ciudadanos.

1. PATRIMONIO MONUMENTAL Y CULTURAL EN LA OFERTA TURÍSTICA:

- **CELEBRACIÓN DEL VIII CENTENARIO DE LA ORDEN DE LOS PREDICADORES**

Nueva propuesta museística y dinamización del Convento de San Esteban como uno de los principales recursos patrimoniales de la ciudad coincidiendo con la celebración del VIII centenario de la orden de los predicadores.

- **MUSEO TAURINO**

Mejora de la musealización del Museo Taurino y dinamización turística, en el marco del convenio de colaboración con la Federación de Peñas Taurinas de Salamanca “Helmantica”.

- **MUSEO DEL COMERCIO Y LA INDUSTRIA DE SALAMANCA**

El Museo del Comercio y la Industria de Salamanca celebrará en 2016 su décimo aniversario. Este será el principal contenido de parte de sus actuaciones. Por otra parte continuará con la programación de exposiciones temporales, las didácticas del museo, la edición de Cuadernos de Historia del Comercio, la colaboración con las fiestas del barrio, además de la celebración de las jornadas de historia del comercio y la industria de Salamanca. Seguirá con la actualización de contenidos de los soportes web y redes sociales.

Las Exposiciones Temporales serán sobre la celebración del X Aniversario del Museo, Exposición de Fotografías sobre Peluquerías.

En el capítulo de la Didáctica: se celebrarán cursos durante los meses de verano centrados en el reciclaje de materiales, el valor de la naturaleza y las economías limpias.

La colección de Cuadernos de la Historia del Comercio se ampliará con las ediciones dedicadas a la Fábrica de Lanar Redondo, el Comercio Pablo García y nuevas propuestas que se están concretando en estos días.

Las jornadas de Historia del Comercio y la Industria seguirán celebrándose en colaboración con la Universidad de la Experiencia- USAL y el Programa Interuniversitario de la Experiencia –UPSA.

- **MONUMENTA SALMANTICAE.**

Centro de interpretación de la ciudad histórica en la antigua iglesia de san Millán. Propuestas de dinamización para los visitantes y centro de información y atención de programas turísticos.

- **FILMOTECA DE CASTILLA Y LEON.**

Apoyo en las iniciativas de la Filmoteca en la información turística y servicio de atención a sus exposiciones.

- **ALBERGUE DE PEREGRINOS Y VIA DE LA PLATA**

Colaboración con la Asociación de Amigos del Camino de Santiago-Vía de la Plata para la gestión y mantenimiento del albergue ubicado en la Casa de la Calera. Se realizarán otras actuaciones de promoción y dinamización de la Vía de la Plata, como la actualización de los soportes promocionales de la Vía de la Plata, atención a viajes de familiarización, distintas colaboraciones con otros albergues de Vía de la Plata en la provincia. Estas últimas actuaciones se realizan principalmente en el marco del Patronato Provincial de Turismo de Salamanca.

- **IERONIMUS.**

Colaboración en la gestión, actualización de contenidos, dinamización turística y mantenimiento de la exposición Ieronimus en colaboración con el Cabildo de la Catedral de Salamanca. Programación de visitas guiadas nocturnas, promoción y comunicación del recorrido turístico además de la contratación del servicio de atención e información.

- **SCALA COELI.**

Colaboración en la gestión, dinamización turística y mantenimiento de Scala Coeli en colaboración con la Universidad Pontificia de Salamanca. Programación de visitas guiadas nocturnas, promoción y comunicación del recorrido turístico además de la contratación del servicio de atención e información y del servicio de limpieza del recorrido turístico.

2. PROGRAMAS TURISTICOS

Programas de dinamización gratuitos, a lo largo de todo el año 2016:

- **PASEOS POR SALAMANCA**

Recorridos por la ciudad acompañados de guías de turismo de Salamanca. Propuesta dirigida al público en general, ciudadanos y visitantes, quienes participan motivados por conocer los lugares más cotidianos de la ciudad desde la perspectiva histórica, patrimonial y cultural. Los ciudadanos se convierten en los promotores del destino. Paseos por Salamanca se celebra los días de diario del mes de mayo.

- **PLAZAS Y PATIOS**

Programación turística y cultural durante los meses de verano centrada en la riqueza patrimonial y cultural de la ciudad, permitiendo diferentes lecturas interpretativas y los diversos lenguajes artísticos. El programa Plazas y Patios tendrá como principal referencia la celebración del VIII Centenario de la Orden de Predicadores (Dominicos) además de seguir contando con La Cueva de Salamanca como espacio patrimonial y referencia de los veranos en Salamanca.

- **LAS LLAVES DE LA CIUDAD**

Programa que durante los meses de otoño permite que ciudadanos y visitantes se acerquen a los recursos y espacios patrimoniales menos conocidos de la ciudad, o aquellos otros más conocidos que se presentan con nuevas propuestas: visitas guiadas, visitas teatralizadas, intervenciones de luz y sonido, etc.

- **LOS ORIGENES DE LA CIUDAD. EL CERRO DE SAN VICENTE**

Visitas guiadas al aula arqueológica del Cerro de San Vicente, durante los sábados y domingos en los meses de primavera y otoño. Se ampliará el recorrido de la visita guiada incorporando los exteriores del Cerro de San Vicente tras su finalizar la intervención para su adecuación: nuevos caminos y nuevos miradores de la ciudad.

3. ACCESIBILIDAD TURISTICA

Bajo la marca “Salamanca con todos los sentidos” continuaremos impulsando actuaciones para la mejora de la accesibilidad turística. Las actuaciones previstas se enmarcan en los capítulos de Producto Turístico y de Comunicación y Marketing, siendo estas:

- Edición de material turístico dirigido a colectivos con discapacidad –materiales de lectura fácil (folleto genérico de ciudad, plano de ciudad, decálogo de atención al cliente, etc.)
- Adaptación portal web salamanca.es a personas con discapacidad visual.
- Visitas guiadas dirigidas a colectivos de personas con discapacidad.
- Mejoras en la Oficina de Información Turística de Salamanca (bucle magnético, formación en lenguaje de signos, mapa de ciudad y señalización en braille).
- Señalización en braille de los interiores patrimoniales que forman parte de la oferta turística.

4. COLABORACIONES:

• MUNICIPIOS DEL ALFOZ.

La sociedad municipal atenderá los compromisos acordados por el Ayuntamiento de Salamanca en colaboración con los municipios del alfoz para la creación de rutas y otras propuestas turísticas que sean de interés de los viajeros, además de respaldar su difusión y promoción.

• VISITAS A LA CARTA

Se apoyará a los diferentes colectivos de ciudadanos en la organización de sus visitas a la ciudad y espacios turísticos previa solicitud. Estas programaciones se atenderán en horas y días que no supongan obstáculo a las programaciones establecidas para todos los públicos.

• SALAMANCA CIUDAD DE SABERES

Colaboración con la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes en la programación de los centros escolares de Salamanca. Visitas a Ieronimus, Scala Coeli, Monumenta Salmanticae, Museo del Comercio, Museo Taurino.

CAPÍTULO 7. COMUNICACIÓN Y MARKETING

1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Se abordarán diferentes líneas de actuaciones de comunicación, publicidad y marketing para un mejor posicionamiento de Salamanca como destino turístico y la promoción de la imagen de ciudad:

- **ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DEL ARCHIVO FOTOGRÁFICO Y DE AUDIOVISUALES.**

Incorporación de nuevas imágenes al archivo fotográfico y nuevos audiovisuales de la ciudad como destino turístico como recursos básicos para la promoción del destino. Las imágenes se aplican a los distintos materiales promocionales, campañas de comunicación, imágenes y contenidos de portales web, ferias promocionales, atención a medios de comunicación y profesionales, reportajes en medios impresos y on line, etc.

- **CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL DESTINO EN MADRID**

Contratación mediante convocatoria pública de una campaña de comunicación y promoción de Salamanca como destino turístico dirigida al mercado de Madrid, principal mercado emisor nacional, centrado en la conexión por el tren Alvia con la capital. “Salamanca 84 minutos.”

- **COMUNICACIÓN Y RELACIÓN CON LOS MEDIOS**

Relación con los medios de comunicación y la atención a diversos profesionales locales: notas de prensa, fotografías, remisión de contenidos a diferentes contactos profesionales, etc.

La colaboración con oficinas de Turespaña en el exterior, Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León y el Patronato Provincial de Turismo de Salamanca para la atención de los viajes de prensa de medios y profesionales nacionales e internacionales.

Participación en las acciones de comunicación impulsadas en las redes de ciudades Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad principalmente: elaboración de newsletter, redacción de contenidos promocionales, preparación de nuevos materiales turísticos, etc.

- **TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

Elaboración de nuevos contenidos y actualización permanente de los soportes promocionales on line: portal turístico salamanca.es y redes sociales. Los contenidos que se elaboran son múltiples y variados: audios, videos, textos, imágenes promocionales, apps, etc.

- **MATERIALES PROMOCIONALES**

Edición de nuevos materiales de comunicación y promoción de la oferta turística de Salamanca (planos de ciudad, programas turísticos, espacios patrimoniales, etc.). Actualización de los mismos y sus traducciones a diversos idiomas principalmente inglés y francés. Creación de códigos QR para permitir el acceso a los contenidos a través de los dispositivos móviles.

2. PROMOCION DE PROGRAMAS TURISTICOS

- **PROMOCIÓN DE LA SEMANA SANTA**

Promoción de la Semana Santa 2016, de Interés Turístico Internacional. Edición de guías Semana Santa e inserciones publicitarias Semana Santa 2016. Concurso y exposición de fotografías para selección del cartel anunciador Semana Santa 2017, edición del cartel de la Semana Santa 2017.

- **COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE MARCAS DE CIUDAD**

Edición de materiales, archivo fotográfico, contenidos, traducciones de las propuestas impulsadas desde las distintas marcas turísticas de la ciudad: Salamanca Para Comérsela, Salamanca Convention Bureau, Salamanca Ciudad del Español, Salamanca Film Commission, Salamanca de Noche, Escápate a Salamanca, Salamanca y Más, etc.

CAPÍTULO 8 COMERCIALIZACIÓN

1. GASTRONOMÍA

- **CLUB DE PRODUCTO SALAMANCA PARA COMERSELA**

Participación en Madrid Fusión2016.

Participación Madrid Fusión 2016 en el mes enero, contando con la representación de 23 restaurantes de la ciudad adheridos a la marca Salamanca Para Comérsela.

Promoción de los restaurantes participantes con identificación de la imagen Madrid Fusión 2016 en cada uno de los establecimientos.

Promoción on line: salamancaparacomersela.es, redes sociales Youtube, facebook.

Materiales promocionales –soporte audiovisual y papel, y su actualización para la incorporación de nuevos restaurantes adheridos.

Incorporación al Club de Producto Saborea España.

Presentación de la Memoria de candidatura para adherirnos a este club de producto nacional que cuenta con la participación de varias ciudades de Castilla y León (Valladolid, Segovia) y con el respaldo de la Secretaría de Estado de Turismo en reconocimiento a la creciente importancia de la oferta gastronómica como motivo impulsor del viaje. El Club de producto Saborea España realiza principalmente acciones de promoción en el exterior en colaboración con las Oficinas de Turespaña en el Exterior y empresarios de hostelería.

Colaboración con las Escuelas de Hostelería de Salamanca

Colaboración con las tres escuelas de hostelería de nuestra provincia, dos ubicadas en la ciudad y una en Santa Marta. Los objetivos de mayor colaboración se centran principalmente en la formación de sus estudiantes durante la participación de Salamanca en Madrid Fusión y la colaboración con los restaurantes adheridos a la marca para la realización de prácticas.

Otras colaboraciones:

Programa Al Dente de David Monaguillo: promoción de la gastronomía de Salamanca en tv on line, blog y CYLTV.

2. COMERCIALIZACION DE LA OFERTA

REDES DE CIUDADES

- **CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD**

Salamanca participa en la Comisión de Turismo y Patrimonio representada por el Consejero delegado del área de turismo de esta sociedad municipal. Entre las principales

decisiones figura la firma de varios convenios de colaboración con instituciones nacionales como Turespaña, la empresa pública Paradores, la empresa Renfe y el ayuntamiento de Madrid. Estos convenios tienen como objetivo:

- Impulsar la promoción de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en el exterior a través de diversas acciones: ferias, presentaciones, viajes de turoperadores y viajes de prensa.
- La promoción de Paradores Nacionales entre los profesionales del sector en nuestros destinos. Alojamiento de profesionales en acciones de promoción.
- La promoción del tren como transporte en la experiencia turística.
- La creación de sinergias para la promoción de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en paquetes y otras propuestas de turismo cultural y turismo de interior principalmente.
- La apertura de nuevos mercados, principalmente el emergente chino.

Otros acuerdos relativos al producto turístico están relacionados con la mejora de la oferta de turismo familiar, accesibilidad turística, promoción internacional a través del portal web Spain.info, además de nuevas propuestas impulsadas desde Salamanca como la creación de la oferta de Ciudades Patrimonio de la Humanidad para el aprendizaje del español.

Estas actuaciones continúan en los grupos de trabajo técnicos y su coordinación desde el equipo de gestión del grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad con sede en Avila.

- **HUELLAS DE TERESA**

La reciente celebración del V centenario del nacimiento de Teresa de Jesús ha sido motivo para la creación de una nueva red de ciudades teresianas. Tras el primer año de trabajo y el éxito en la celebración avalado por los datos de visitantes a cada una de estas diecisiete ciudades, continúa la dinámica para impulsar esta nueva propuesta presidida actualmente por la ciudad de Avila.

- **TURISMO SENIOR.**

Salamanca participa por segundo año consecutivo en este programa impulsado por SEGITTUR con el objetivo de la internacionalización de las empresas turísticas españolas y la desestacionalización de los destinos.

El programa pretende la creación de paquetes turísticos para su disfrute en España y su comercialización en los mercados europeos. Estos paquetes deben incorporar a destinos

homologados por Segittur (Salamanca está homologada desde su primera candidatura en 2014), con una estancia mínima de cinco noches, durante los meses de noviembre a mayo (ambos incluidos) dirigidos a viajeros de más de 55 años.

Segittur además de definir los criterios para el respaldo a los programas y la homologación de los destinos, se encarga de los primeros contactos con los socios europeos –turoperadores-, apoyo técnico en la elaboración de los paquetes, seguimiento y evaluación constante de la marcha del programa.

- **CIUDADES AVE**

Nueva propuesta para promoción de Salamanca vinculada al tren como medio de transporte de viajeros. El objetivo de la Red de Ciudades Ave, actualmente integrada por 20 ciudades, es la promoción conjunta bajo una misma estrategia vinculada al tren como transporte de viajeros y la promoción de diferentes ofertas y ventajas de los productos Renfe Spain Pass y Avexperience.

La próxima incorporación de Salamanca en esta red está motivada por la nueva conexión Salamanca-Madrid del tren Alvia.

- **SALAMANCA Y MAS**

Espacio de promoción y de comercialización de los recursos privados de la provincia en la Oficina de Turismo. Los objetivos de este nuevo punto, puesto en marcha en abril de 2015, es el apoyo a las empresas de Salamanca con el fin de dar mayor visibilidad a la iniciativa privada y oferta complementaria, facilitar al visitante en destino diversas experiencias que permitan la desestacionalización del destino, la fidelización de los visitantes con el destino y mejora de la valoración del destino y su oferta.

En la actualidad se gestionan las visitas guiadas programadas y una oferta importante de visitas a ganaderías, recorridos a caballo, visitas en bici, catas de productos locales, etc.

- **LA TIENDA DE TURISMO**

Promoción del destino a través de regalos y otros productos con imagen de Salamanca, realizados en amplia mayoría por artesanos y productores locales, desde la Tienda de Turismo y la Tienda de Turismo on line.

CAPITULO 9. SALAMANCA FILM COMMISSION

La oficina de apoyo a los rodajes audiovisuales continuará las líneas de actuación dirigidas a la promoción de Salamanca a través las producciones audiovisuales y el respaldo a iniciativas locales:

- **Dinamización del PORTAL WEB 2.0** perfiles en redes sociales y boletín de noticias.
- **Actualización del CATÁLOGO DE LOCALIZACIONES.**
- **FESTIVALES DE CINE CORTOMETRAJE EN LA CIUDAD:** Cine en Corto y Vídeo de Salamanca y Homecinema Day, Manhattan International Short Film Festival.
- **Colaboración y apoyo en la GESTIÓN DE NUEVOS PROYECTOS.**
- **VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN** a la ciudad con profesionales del sector (directores, productores, actores, etc.).
- **TRABAJO CON LAS DIFERENTES ASOCIACIONES del sector** (Europe Film Commission, Spain Film Commission, Asociación Americana de Ciudades de Cine): Ferias nacionales e internacionales, Folletos comunes, etc.
- **VIAJES COMERCIALES** (Madrid, San Sebastián, desplazamientos en provincia).

CAPÍTULO 10. SALAMANCA CIUDAD DEL ESPAÑOL

La marca de promoción de la ciudad como destino de turismo idiomático, en colaboración con las Escuelas de Español y las dos universidades, impulsará las siguientes actuaciones:

- **ACCIONES EN ORIGEN:**
 - Participación en diversas ferias y presentaciones en el mercado internacional de la marca Salamanca Ciudad del Español.
 - Inserciones en revistas especializadas: L'Éudiant, dirigida a los estudiantes franceses y Language Magazine distribuida entre público anglosajón.
- **ACCIONES EN DESTINO:**
 - Edición de material promocional y didáctico.

- Consolidación de la imagen del destino entre el turismo idiomático: Intercambios Lingüísticos, Clases de gastronomía, Promoción de los recursos turísticos de la ciudad y la provincia.
- Información y promoción de los servicios municipales y oferta turística entre los estudiantes de español: Carnet de Estudiantes del Español con diversas ventajas
- Participación en las Jornadas comerciales y viajes de familiarización organizadas por la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.
- Recepciones en el Ayuntamiento.
- **PROMOCIÓN ON LINE:**
 - Actualización de contenidos y mejora continua del portal web.
 - Campañas de e-mail marketing, envío de material promocional a las principales OET's y a profesionales del sector y prescriptores de opinión.

CAPÍTULO 11. ESTRATEGIA TURISTICA

Las actuaciones a desarrollar se dirigen a la consolidación de Salamanca como destino turístico y a mejorar su competitividad. Para ello se considera necesaria la participación y colaboración del sector privado. Si en todos los ámbitos de la economía la colaboración público-privada es fundamental, en el turismo lo es aún más, ya que no existe experiencia turística en la que no intervenga el sector empresarial y no es posible la creación de un destino turístico sin contar con infraestructura y servicios turísticos privados.

Conscientes de los retos a los que Salamanca se enfrenta en la actualidad y en el futuro más inmediato para su sostenibilidad, se propone desarrollar a lo largo del año 2016 y siguientes estas líneas de trabajo:

- **PLAN DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD.**

Creación de una mesa de trabajo con el sector hotelero para la competitividad de las empresas y mejora de la calidad de los servicios privados. Para ello se contratará una herramienta de información y gestión de datos estadísticos sobre precios de contratación, ocupación, variación de la oferta, valoración de los clientes, oportunidades de mercado, etc., desarrollada por la empresa local BeOnPrice.

- **CALIDAD EN EL DESTINO.**

Creación de mesa de coordinación y grupos de trabajo para el desarrollo del Sistema Integral de Calidad Turística En Destino (SICTED) impulsado desde la Secretaría de Estado y que involucra a la totalidad del sector: hotelero, restauración, ocio nocturno, guías oficiales, espacios patrimoniales, museos, etc.

- **CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS MUNICIPALES.**

Continuar con el desarrollo de los trabajos y planes de mejora para la renovación de los reconocimientos de la Q de Calidad, impulsada por el Instituto de Calidad Turística de España (ICTE). Actualmente la Oficina de Información de Salamanca y la sociedad municipal, área de Turismo están reconocidas con la Q de Calidad.

- **ATENCIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.**

Tarea para la mejora de la calidad. Atención de estas quejas y sugerencias y en su caso tramitación con otras dependencias municipales, presentadas como consecuencia de los servicios de información, atención, espacios visitables, equipamiento de ciudad, etc.

- **OBSERVATORIO TURÍSTICO**

Continuación de los trabajos de recogida y análisis de datos de visitantes a través del seguimiento de los diversos servicios turísticos gestionados por la Sociedad Municipal o en colaboración de propietarios y gestores del patrimonio. Seguimiento de públicos en los programas turísticos y públicos participantes en las iniciativas de las marcas Salamanca Convention Bureau y Salamanca Ciudad del Español.

Seguimiento y análisis de datos estadísticos facilitados principalmente por el I.N.E..

- **RECONOCIMIENTO EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE (EFR).**

Actualización de medidas EFR para la conciliación de los trabajadores de la sociedad municipal con la vida familiar y personal. Reconocimiento obtenido en 2012 y validado bianualmente.

- **APOYO A LA INVESTIGACIÓN.**

Apoyo y asesoramiento a estudiantes e investigadores en turismo, facilitando información, documentación, gestionando entrevistas, etc.

CAPITULO 12. SALAMANCA CONVENTION BUREAU

Salamanca Convention Bureau avanzará hacia un **NUEVO MODELO DE GESTIÓN** que permita una relación más directa y cercana con los diferentes organizadores de congresos y entidades promotoras. Se trabajará en el nuevo modelo, que irá definiéndose de manera conjunta y que pretende además de esta mejora, incorporar para una mayor implicación al sector hostelero de la ciudad, principalmente a través de su asociación empresarial, además de contar con la colaboración de instituciones como la Universidad de Salamanca, pasando de una relación de cliente a una relación de colaboración con objetivos compartidos.

Otras de las actuaciones vinculadas a este cambio en el modelo de gestión continuado en los últimos once años, son las mejoras que se impulsarán en el **PALACIO DE CONGRESOS Y EXPOSICIONES DE CASTILLA Y LEÓN EN SALAMANCA**. Estas se refieren a la mejora de la infraestructura –salas, iluminación, climatización, audio, sistemas de seguridad- y a los servicios ofertados a los organizadores de congresos para ser más competitivos entre este segmento de público con relevante impacto en la economía de la ciudad.

Junto a estas propuestas, Salamanca Convention Bureau continuará con su labor comercial a través de diversos prescriptores, ferias, mercados de contratación, etc., así como la actualización de propuestas y contenidos de la oferta.

CAPITULO 13. COMERCIO

Las principales actuaciones a realizar en el área de comercio se centran en la promoción del comercio local a través de varias acciones y en el impulso al consumo. Para ello el área de comercio trabajará en diferentes ámbitos, tanto desde la colaboración con la asociación de empresarios del comercio de Salamanca como con las diferentes asociaciones de comercio de zona.

Asimismo impulsará actuaciones de promoción recurriendo a diferentes soportes de comunicación y publicidad, y creando ofertas específicas con los mismos objetivos de impulso del comercio local y del consumo.

Estas actuaciones son:



- **APOYO AL COMERCIO LOCAL Y CONSUMO**

Apoyo a las diferentes iniciativas empresariales con las que se compartan los fines de dinamización del comercio local e impulso del consumo.

Iniciativas de Aesco, Asociaciones zonales de la ciudad, mercados de Salamanca, campañas de navidad, etc.

- **APOYO A LOS COLECTIVOS DE ARTESANOS:**

Apoyo en la celebración de sus ferias en la ciudad: apoyo logístico y de tramitación, información, comunicación y promoción a través de diferentes medios: portal web, apoyo en materiales, oficina de información, etc. en el marco de los convenios de colaboración establecidos, y en su caso, renovación de los mismos.

- **CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE OFERTA TURÍSTICA Y CULTURAL VINCULADA CON AL COMERCIO:**

Promoción de la ruta de Comercio Histórico recientemente creada, creación de nuevas propuestas de turismo de compras, dinamización de calles comerciales, etc.

- **CREACIÓN DE LA OFICINA COMERCIO DE SALAMANCA:**

Interlocución continua y asesoramiento a comerciantes sobre normativa, solicitudes, requisitos y policía administrativa (carga y descarga y otras contingencias), apoyo a iniciativas de comerciantes, etc.

- **CREACIÓN DE UN PORTAL WEB**

Nuevo portal web de Comercio de Salamanca para mayor y mejor información al consumidor sobre la oferta del comercio local, difusión de iniciativas y convocatorias, difusión de acciones promocionales y otras actuaciones, buscadores de comercio, etc.

- **DIFUSIÓN DE INICIATIVAS PROPIAS DEL COMERCIO LOCAL.**

Respaldo en la difusión y promoción de diversas iniciativas de comerciantes locales y de otros colaboradores a través de redes sociales -reciente perfil facebook y próximo portal web.

- **ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS E IMÁGENES PROMOCIONALES.**

CAPITULO 14. PROMOCION ECONOMICA

El apoyo a los autónomos, empresas y emprendedores para la sostenibilidad y desarrollo de sus negocios es uno de los objetivos centrales de este área de Promoción Económica, siendo conscientes de que gran parte de la economía y del empleo de nuestra ciudad descansa en las iniciativas de estos profesionales.

Con este fin se desarrollarán diferentes líneas de actuación, todas ellas dirigidas a la mejora del empleo y la empleabilidad de los diferentes sectores económicos y viabilidad de las iniciativas empresariales.

Estas líneas de actuación se centran en:

- **IMPULSO DECIDIDO AL SERVICIO DE ATENCIÓN A LOS AUTÓNOMOS, EMPRESAS Y EMPRENDEDORES.**

La oficina de atención al emprendedor será reforzada con la incorporación de nuevos técnicos municipales y la colaboración con la Asociación de Jóvenes Empresarios de Salamanca. De manera conjunta se coordinará y desarrollarán las labores de asesoramiento, tramitación y respaldo a las iniciativas empresariales facilitando los medios, información y formación necesarias que permitan mayores garantías de éxito de las mismas.

- **COLABORACIÓN CON LA I LANZADERA DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DE SALAMANCA**

Otra línea líneas de trabajo al servicio del fomento del empleo.

- **COLABORACIÓN CON LA ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL.**

Colaboración en el desarrollo de los programas vinculados al Fondo Social Europeo para España 2014-2020. La sociedad municipal desarrollará esta colaboración en marco de los convenios de colaboración que se acuerden con la Escuela de Organización Industrial para el desarrollo de los planes formativos del Programa Operativo de la Iniciativa Empleo Juvenil y los planes formativos del Programa Operativo del Fondo Social Europeo. Ambos convenios de colaboración recogerán los compromisos presupuestarios de cofinanciación de estos

programas de 2.000.000 € cada uno, siendo el 8,11% para la “Iniciativa de Empleo Juvenil” y del 50% en el caso del Programa Operativo del Fondo Social Europeo.

- **MANTENIMIENTO Y MEJORA DEL OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO URBANO.**

La finalización del contrato actual, exige la convocatoria de un nuevo concurso público, mediante procedimiento abierto, con el que se pretende dar continuidad y mejorar la actual herramienta de información de datos e indicadores disponible a través de la página web del Ayuntamiento de Salamanca, dirigida a facilitar información útil a cualquier iniciativa empresarial y de emprendimiento así como a otros colectivos y ciudadanos demandantes de la misma.

- **RESPALDO A LA FERIA PROVINCIAL SALAMAQ.**

La colaboración con esta Feria Provincial que viene celebrándose en el mes de septiembre en recinto ferial de Salamanca, es el respaldo a una de las iniciativas de mayor proyección de la economía agrícola y ganadera así como otras industrias vinculadas al sector primario. La feria provincial y las actividades económicas vinculadas a ella tienen un importante impacto en nuestra economía local.

CAPITULO DE INGRESOS 2016

En el capítulo de ingresos se contemplan los referidos a:

- La **APORTACIÓN MUNICIPAL** para el ejercicio 2016:

La aportación municipal se incrementa en un total de 523.000,00 € sobre presupuesto aprobado en 2015. Este incremento se destina en su mayor parte a los respectivos convenios de colaboración con la Escuela de Organización Industrial como cofinanciación de los proyectos del Fondo Social Europeo marco presupuestario 2014-2020.

El incremento restante se destina en el área de Turismo –Producto Turístico y Plan de Competitividad y Calidad- y al área de Comercio que por primera vez presenta capítulo en el presupuesto anual.

Igualmente este incremento se destina al pago de personal, 50% restante correspondiente a la paga extra de diciembre 2012 y a los gastos de funcionamiento: consumos energéticos, de teléfono y transmisión de datos.

- Gestión y colaboración con la Catedral. **IERONIMUS**. Las Torres de la Catedral.
- Gestión y colaboración con la Universidad Pontificia. **SCALA COELI**. Las Torres de la Clerecía.
- Gestión y colaboración con la **FEDERACIÓN DE PEÑAS TAURINAS** para la sostenibilidad del Museo Taurino de Salamanca.
- La comercialización de productos en el punto **SALAMANCA Y MÁS** y las ventas de merchandising en **LA TIENDA DE TURISMO**.
- **ENCOMIENDA DE GESTIÓN DEL CONSORCIO DEL PALACIO DE CONGRESOS Y EXPOSICIONES DE CASTILLA Y LEÓN.**
- **ENCOMIENDA DE GESTIÓN DEL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO.**

Por primera vez no se consignan ingresos de Salamanca Convention Bureau, correspondientes a la aportaciones de los socios (Cámara de Comercio e Industria, Asociación de Empresarios de Hostelería, Asociación de Empresarios del Comercio y Sociedad municipal de Turismo); y a las cuotas de los miembros, debido a que como se indica en el capítulo 12 del Presupuesto de Gastos, está previsto un cambio en el modelo de gestión.