



**MEMORIA DE ACTUACIONES Y PRESUPUESTO 2020**

**Consejo de Administración 20 de Enero de 2020**



## MEMORIA DE ACTUACIONES 2020

### PRESENTACIÓN

El presupuesto de la sociedad municipal para el ejercicio 2020 se incrementa en el 21,44% respecto al ejercicio anterior. Dos son los principales motivos de este incremento, por una parte la nueva encomienda de gestión del Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca, cuyo presupuesto asciende a 598.733,71 € tanto en el presupuesto de gastos como en el presupuesto de ingresos, y a incrementos en cada una de las tres áreas de la sociedad municipal respecto al ejercicio anterior.

En relación a la Memoria de Actuaciones para el ejercicio 2020, se proponen nuevas actuaciones dirigidas a la promoción de la ciudad y sus recursos en el ámbito nacional e internacional. Objetivo que comparten las tres áreas de la sociedad municipal: turismo, comercio y promoción económica, de indudable proyección para el conjunto de la economía local al afectar a sectores sensibles como es la economía del sector turístico, el apoyo al comercio local y el apoyo a la innovación, al emprendimiento y a la empleabilidad local por parte de promoción económica.

El área de **TURISMO** propone en 2020 abordar importantes proyectos, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta turística de la ciudad. El primero de ellos remite a la transformación del destino en un destino turístico inteligente, lo que permitirá una mayor proyección del destino y un contacto más directo e inmediato con el visitante, quien podrá acceder al conjunto de la información sobre el destino y sus servicios a través de las TICs. La contratación del diseño y desarrollo de la Plataforma digital será el principal de los proyectos que se abordarán en 2020, por lo que supone de transformación en la gestión del destino y su impacto a nivel de usuario-consumidor como de los esfuerzos técnicos que exigirá.

Otro de los objetivos, ambiciosos, será abordar nuevos retos en cuanto a la movilidad de los visitantes en la ciudad con el fin de ampliar el recorrido. La ampliación del recorrido permite la mejora de la valoración y satisfacción del visitante respecto al destino y la dinamización de varios espacios patrimoniales. Para ello, se considera imprescindible abordar



el proyecto de la señalización turística y el desarrollo de rutas turísticas como dos de las principales acciones.

La encomienda de gestión del Consorcio del Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca para la gestión del Palacio de Congresos nos sitúa ante otro importante y ambicioso reto. Por una parte, abordar esta encomienda supone la revisión de algunos acuerdos sobre la gestión de la infraestructura, entre ellos los precios para el alquiler de las instalaciones, y por otra, impulsar las acciones de promoción de Salamanca como destino de congresos y las acciones de comercialización del Palacio.

Otros objetivos que seguiremos abordando son el trabajo desde la segmentación de la demanda: público familiar y turismo deportivo entre otros. La vinculación Deporte-Turismo será uno de nuestros objetivos de esta anualidad, para mayor proyección de la ciudad de Salamanca vinculada a las convocatorias deportivas y acogida de sus participantes y acompañantes.

E igualmente desde el lado de la demanda, nuevas propuestas vinculadas a la oferta de la gastronomía local, apoyadas en el Centro de Innovación Gastronómica, junto con los trabajos para una futura feria o convocatoria relacionada con la promoción de los productos agroalimentarios.

Por otra parte, seguiremos colaborando en los diferentes proyectos municipales relacionadas con el futuro centro de recepción de visitantes en la calle Vera Cruz y nueva dársena de autobuses, en la plaza del Mercado Viejo.

**COMERCIO DE SALAMANCA** propone para el año 2020 desarrollar diferentes líneas de actuación, todas ellas orientadas a incrementar las ventas del comercio local. Para ello, se desarrollará actuaciones en entornos virtuales, como la aplicación Comercio Ciudad de Salamanca y su market place. Esta aplicación contendrá un catálogo amplio de los comercios y los productos, con el fin de aumentar el negocio de estos establecimientos, su sostenibilidad, y si es posible, la creación de puestos de trabajo estables. Estas actuaciones estarán acompañadas de acciones de promoción como dos ediciones de Desfila Salamanca, rutas comerciales, animación comercial de los barrios y del centro de la ciudad.

Por otra parte, las acciones de formación de los trabajadores de comercio abordaran diferentes contenidos, para su mayor competitividad, entre las que estarán materias como el escaparatismo, la atención al cliente, la presencia en internet y otras que garanticen la calidad del servicio.



La colaboración con las asociaciones empresariales del sector se considera necesaria para poder abordar estos proyectos.

Por su parte, **PROMOCIÓN ECONÓMICA** centrará su propuesta de actuaciones en las tres líneas: Impulso al desarrollo de nuevas empresas en sectores estratégicos de la ciudad, impulsando la atracción de inversión a la ciudad, Consolidación y modernización del tejido empresarial existente y Fomento del empleo y la formación empresarial.

Gran parte de estas actuaciones se desarrollarán a través de marcos de colaboración con diversas entidades e instituciones como Diputación Provincial, Cámara de Comercio e Industria de Salamanca, Escuela de Organización Industrial, Universidad de Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca y otras entidades como IBERAVAL, la Fundación Santa María la Real, Fundación Finnova, la organización de cooperativistas OWEN y CONFAES, así como diferentes instituciones financieras.

Durante el 2020 se pretende continuar e impulsar el programa atracción de inversión a la ciudad, con el fin de atraer nuevas inversiones empresariales en la ciudad que respondan a estos objetivos de innovación y consolidación empresarial junto con el fomento del empleo y la puesta en marcha de un servicio de agilización de trámites municipales para actividades económicas (SI-CREA), que facilite la realización de los mismos, para lo cual se contratará un técnico de apoyo en Promoción Económica.



## PRESUPUESTO DE GASTOS 2020

### **CAPÍTULO 1. PERSONAL**

El incremento presupuestario en este capítulo corresponde a la actualización de los salarios del equipo de la sociedad municipal en el 3%; a la incorporación de tres nuevos trabajadores procedentes de la gestora anterior del Palacio de Congresos y Exposiciones; a la incorporación de dos nuevos técnicos según la convocatoria pública aprobada por el Consejo de Administración de 18 de noviembre de 2019 y otra pendiente de presentación, además de las actualizaciones de los salarios de los técnicos de Salamanca Convention Bureau quienes se encargarán de la gestión del Palacio de Congresos y Exposiciones y Salamanca Convention Bureau y gerente de la sociedad municipal.

Se consigna también la retribución de estudiantes en prácticas en colaboración con diversas universidades y la formación de los trabajadores en los mismos términos que en el ejercicio anterior 2019.

### **CAPÍTULO 2. COSTES SOCIALES**

El presupuesto destinado a la Seguridad Social se ajusta a los costes sociales a fecha 31 de diciembre de 2019, actualizados de acuerdo con el incremento salarial del 3% para el conjunto de los trabajadores y las nuevas incorporaciones.

### **CAPÍTULO 3. GASTOS DE FUNCIONAMIENTO**

La estimación se ha realizado considerando los gastos de funcionamiento de 2019: comunidad de propietarios, limpieza de las oficinas y espacios patrimoniales de titularidad municipal, consumos eléctricos, de telefonía y de transmisión de datos, mantenimiento de equipos informáticos, asesoría fiscal, material de oficina, seguros, etc.



## AREA DE TURISMO

### CAPÍTULO 4. ATENCIÓN AL VISITANTE

En este capítulo se consignan todos los servicios de atención al visitante que se prestan en los diferentes espacios de la ciudad. Los importes corresponden al importe del contrato o a la facturación anual para aquellos concursos que serán objeto de nueva licitación:

Los servicios de atención al visitante del capítulo 4 son:

- Servicio de atención en las **oficinas de turismo** (Oficina de información, La Tienda de Turismo, Oficina de atención al estudiante de español). Precio del contrato actual.
- Servicio de atención del **Palacio de Monterrey**. Precio del contrato actual.
- Servicio de atención de **Monumenta Salmanticae** y **Filmoteca de Castilla y León**. Precio del contrato actual.
- Servicio de atención del **Museo Taurino**. Precio del contrato actual.
- Servicio de atención del **Museo del Comercio y la Industria de Salamanca**. Precio correspondiente a la propuesta de nueva adjudicación.
- Servicio de atención de **Ieronimus**. Precio del contrato actual.
- Servicio de atención de **Scala Coeli**. Precio de licitación del contrato, propuesto desierto, que será objeto de nueva convocatoria.

En 2020 se mantiene el compromiso de impulsar un **nuevo punto de información turística en la estación de autobuses** de la ciudad y mantenimiento del punto de información turística en la estación de tren por el Patronato Provincial de Turismo de Salamanca.

### CAPÍTULO 5. PRODUCTO TURÍSTICO

El principal objetivo para el ejercicio 2020 es la ampliación de la movilidad de los visitantes por la ciudad. Un objetivo ambicioso que se traducirá en la mejora del destino, de la valoración de los visitantes, su satisfacción y su fidelización.

Junto con este, la oferta del destino se adecuará a los diferentes segmentos de público, principalmente turismo familiar, turismo y deporte, turismo y gastronomía y turismo



religioso. Esta oferta igualmente será contenido de los trabajos de información turística, comunicación y promoción.

- **Señalización turística:**

La ampliación de la movilidad y del recorrido turístico exige un trabajo constante y coordinado con el conjunto de los gestores del patrimonio, con quienes desarrollar nuevas rutas turísticas y nuevas ofertas atractivas para los residentes locales y los visitantes. Una actuación crítica en este objetivo es abordar el proyecto de señalización turística que favorezca la distribución de los flujos de visitantes de forma más equilibrada y expansiva. Para ello se partirá de la revisión del **proyecto de señalización turística**- proyecto de diseño y proyecto de movilidad turística.

- **Nuevas rutas y contenidos turísticos:**

Otra de las actuaciones que responden a este objeto es la creación de **nuevas rutas turísticas**, principalmente, la ruta anunciada entorno a la calle Prior, Monterrey, Úrsulas, Vera Cruz y Colegio mayor Arzobispo Fonseca; además del entorno del Convento de San Esteban con el desarrollo de nuevas propuestas turísticas.

Otros recursos patrimoniales de la ciudad que se irán incorporando en la oferta son los **espacios naturales, jardines históricos y la ribera del río Tormes** principalmente, además de un recorrido por los **miradores, torres y torreones** de la ciudad.

Estos se sumarán a los nuevos contenidos que se abordan desde finales de 2019: ruta Unamuno y Ruta por los medallones de la ciudad y otros detalles de la Plaza Mayor.

- **Continuidad en los programas turísticos:**

Está previsto dar continuidad a los programas turísticos de Paseos por la ciudad, Plazas y Patios, Las llaves de la ciudad, Visitas a la carta, Visitas nocturnas Ieronimus a lo largo de prácticamente todo el año y Scala Coeli durante los meses de julio y agosto. Se incluyen en estos programas además de otros espacios, las visitas al Cerro de San Vicente, al Pozo de Nieve, la dinamización de la Cueva de Salamanca junto con el centro de interpretación de las Murallas de la ciudad y la Torre del Clavero. Se continuará colaborando con el Convenio de San Esteban para nuevas propuestas turísticas que se incorporaran en la oferta patrimonial y turística del destino.

La actualización de contenidos de los espacios turísticos y propuestas como los juegos de escape en el centro de interpretación de las ciudades históricas, Monumenta Salmanticae y el Museo Taurino, serán igualmente contenidos del ejercicio 2020. Además de la atención al Albergue de Peregrinos en la casa de la Calera.



### **Museo del Comercio y la Industria de Salamanca:**

El Museo del Comercio y la Industria de Salamanca abordará durante 2020 dos proyectos importantes en sus instalaciones: la mejora de la iluminación del museo, instalación del año 2005 con motivo de su inauguración y que necesita ser sustituida, y unificar en una única sala expositiva las dos actuales, sala que se destinará a la exposición permanente del museo titulada “Historia del comercio y de la industria de Salamanca”. Esta mejora del espacio expositivo se completará con un nuevo guión expositivo.

El Museo seguirá con las programaciones habituales de concurso fotográfico, conferencias en torno a la historia del comercio y la industria local, exposiciones temporales, edición de nuevos cuadernillos de comercios locales históricos, colaboración con las fiestas del barrio, nuevas propuestas didácticas, talleres de verano, y la celebración del día de las aguedas (febrero) y la cuaresmera.

Destaca la convocatoria de un concurso fotográfico sobre las Librerías de la ciudad, que será contenido de exposición temporal durante el primer trimestre del año. Las otras dos exposiciones temporales se centraran en “Salamanca, hacia 1935” y los Dibujantes comerciales (septiembre –noviembre). Otra exposición, en el mes de diciembre se dedicará a los trabajos de los más pequeños, en colaboración con ASECOV.

Se editarán los números 22 y 23 de la colección de cuadernillos: comercio Jesús Rodríguez López y los comercios en la Plaza Mayor en la década de 1970.

Se celebrarán las jornadas sobre la historia del comercio, habituales del museo y se editarán las actas de las correspondientes a 2019.

Igualmente el museo será la sede del festival Manhattan Short Film Festival, en colaboración con Salamanca Film Commission, y de la promoción de legumbres en colaboración con la OMIC del Ayuntamiento de Salamanca.

### **ACCESIBILIDAD TURÍSTICA**

Las nuevas propuestas para mejorar la accesibilidad turística se refieren principalmente a la creación de nuevos contenidos accesibles y promoción del acceso a recursos ya existentes. Se propone la creación de un audiovisual sobre la ciudad con intérprete de lenguaje de signos para su proyección en el centro de interpretación Monumenta Salmanticae. La creación de códigos QR en cada uno de los espacios patrimoniales para acceso directo a los contenidos concretos del patrimonio que se visita, ya recogidos en la App SalamancaTurismo.





En colaboración con el grupo de accesibilidad del Ayuntamiento, instalaremos placas informativas y orientativas en espacios patrimoniales, con estética compatible con la normativa para la accesibilidad y la estética del destino turístico.

Continuaremos con las colaboraciones ya habituales con grupos y asociaciones de discapacitados para la programación de las propuestas de Paseos por Salamanca, Plazas y Patios y Las Llaves de la ciudad, Visitas a la Carta, además de otras iniciativas que promuevan la accesibilidad turística.

La accesibilidad es uno de los ejes vectores en los que se basa el desarrollo de la propuesta de Salamanca como Destino Turístico Inteligente, contenido que se incluirá en la fase de diagnóstico y planificación del trabajo que realizará empresa estatal Segittur durante los tres primeros meses del año 2020.

Otras colaboraciones:

- Concejalía de mayores y los [municipios del alfoz](#):

En colaboración con la concejalía de Mayores y AvanzaBus para las visitas a espacios patrimoniales del colectivo de mayores de la ciudad y municipios del alfoz.

- Fundación [Salamanca Ciudad de Saberes](#):

Visitas de escolares a diferentes espacios patrimoniales de la ciudad (Ieronimus, Scala Coeli, Monumenta Salmanticae, Museo del Comercio, Museo Taurino, etc.).

## **CAPÍTULO 6. COMUNICACIÓN Y PROMOCION DEL DESTINO**

El desarrollo de diferentes líneas de actuación para la comunicación del destino y su promoción entre destinatarios finales –visitantes- y otros intermediarios profesionales, favorecen el contacto con los viajeros y turistas potenciales y el posicionamiento del destino. El desarrollo de la comunicación adecuada se orienta a destacar la marca del destino y sus valores de destino cultural, patrimonial y cosmopolita, y la conexión con los diferentes segmentos de público.

El actual comportamiento de los viajeros, principalmente de segmento de público cosmopolita, procedentes de mercados internos -nacionales e internacionales, preferencia por varios viajes a lo largo del año y periodo de vacaciones más cortas, exige orientar los trabajos de comunicación y de promoción de manera adecuada, presentando nuevas y diversas propuestas, concretas y de fácil acceso. Este segmento amplio, en el que se identifica también



al familiar y al motivado por pruebas deportivas, refuerza la marca de ciudad cultural, patrimonial y dinámica. Objetivos a los que responden las actuaciones impulsadas desde el área de comunicación y de promoción.

#### COMUNICACIÓN Y MARKETING:

- Campaña de publicidad dirigida a los visitantes procedentes de los principales mercados nacionales urbanos. Ciudades de Madrid, País Vasco y Valencia.
- Campañas de publicidad en colaboración con AvanzaBus y Renfe, en el marco de los convenios de colaboración con estas dos empresas de transporte de viajeros.
- Campaña de marketing on line, continuación con los trabajos que se iniciaron en 2019.
- Inserciones en prensa off line y on line, en colaboración con diversas publicaciones y periodistas, prensa especializada y blogs de viajes. Atención a profesionales en viajes de prensa y otras publicaciones, también en colaboración con las Consejerías de Turismo en el exterior.
- Relación con los medios de comunicación para la promoción de la imagen y contenidos de Salamanca como destino turístico.
- Comunicación de contenidos turísticos en soportes físicos y digitales (web, redes sociales, app SalamancaTurismo, etc.)
  - nuevos productos, nuevas rutas.
  - agenda de la ciudad: Semana Santa, Plazas y Patios, Las Llaves de la Ciudad, programación Navidad 2020-2021.
  - marcas turísticas del destino: Salamanca Ciudad de Congresos, Salamanca es Universidad es Salamanca, Salamanca Para Comérsela, etc.
- Nuevo mapa turístico red europea USE-IT, dirigido al segmento joven cosmopolita.
- Otras ediciones promocionales: audiovisuales, soportes impresos, etc. Revisión de contenidos, traducción, ampliaciones, etc.
- Actualización y mantenimiento de soportes digitales: app SalamancaTurismo: nuevas funcionalidades para el visitante y captación de datos anonimizados; archivo fotográfico, etc.



## PROMOCION TURISTICA DEL DESTINO

El conjunto de las acciones promocionales se dirigirán a los principales mercados emisores y a los principales segmentos de público. Entre los mercados, destacamos los mercados nacionales, que se atenderán principalmente a través de la participación en ferias de turismo, y los mercados internacionales, a través de la participación en mercados de contratación y viajes de familiarización. Respecto a los segmentos, destaca para el año 2020 el esfuerzo en la creación de una imagen de ciudad turística vinculada al deporte, promoción dirigida principalmente a los visitantes cuya motivación principal para viajar a Salamanca sea la participación o acompañamiento a deportistas. El segmento de turismo familiar y principalmente el segmento de turista cosmopolita, caracterizado por su interés en el turismo cultural, de naturaleza y deporte, será el principal objetivo.

Las acciones de promoción se realizarán principalmente como miembro participante en diferentes organizaciones:

- La Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León,
- El grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad
- La Red Huella de Teresa de Jesus
- El convenio de colaboración con RENFE
- El convenio de colaboración con AvanzaBus
- El protocolo de colaboración con Movelia
- La participación en la asociación Hispano Japonesa.

Por su parte, la Fundación Siglo presenta anualmente un calendario de participación en ferias de turismo nacional e internacional además de mercados de contratación y atención a viajes de familiarización de agencias de viaje y de periodistas. Estas acciones se realizarán en colaboración con el Patronato Provincial de Turismo, consorcio local que encomienda su gestión a la sociedad municipal.

El Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad realiza una importante promoción internacional de este grupo de ciudades en colaboración con Turespaña. Durante la feria Fitur 2020 se firmará este convenio de colaboración en el que se indicarán los principales mercados internacionales, además de la firma del convenio de colaboración con Paradores de Turismo de España, con los mismos fines promocionales.



Otras colaboraciones Renfe, AvanzaBus, Movelia, se centran principalmente en la difusión de la imagen de la ciudad como destino turístico en diferentes soportes y canales

(billetes de tren, impresiones en cabeceras de tren, autobuses, turoperación, etc.) La red Huellas de Teresa de Jesus elabora diferentes materiales promocionales que difunde en diferentes acciones de promoción. La colaboración con la asociación Hispano Japonesa se centra en el mercado nipón, que en la actualidad muestra interés creciente por nuestro destino nacional. Nuestro sello de turismo familiar otorgado por la Federación Española de Familias Numerosas en 2019, será otra de las plataformas de promoción del destino.

- Otras acciones de promoción se realizarán en destino:

- La relación deporte y turismo es una de las líneas de actuación que se impulsarán durante este ejercicio presupuestario y siguiente, con el fin de incrementar el atractivo del destino entre los visitantes cuya principal motivación para el viaje es el deporte. Actuaciones que se realizarán en colaboración con la concejalía de deportes.

- El público visitante que llega a la ciudad a través de los viajes fluviales por el Duero es también objetivo de este ejercicio. Se intensificarán las relaciones con las navieras y su turoperación con el fin de incrementar y enriquecer la experiencia turística en la ciudad.

- La plataforma de contratación on line y de venta en la oficina de información de Salamanca es también otra de las acciones que se impulsarán para mayor promoción del destino y contacto directo con el visitante.

- La colaboración con AvanzaBus y la concejalía de Mayores para la promoción de los espacios patrimoniales del destino, acción en la que también participarán los municipios del alfoz.

## **CAPITULO 7. PROMOCION DE LA GASTRONOMIA LOCAL**

La promoción de los productos de la gastronomía local es el principal objetivo de las acciones que se abordarán en 2020, gran parte de ellas, con carácter de continuidad respecto al ejercicio anterior desde el Club de producto Salamanca Para Comérsela. A través de esta marca, el destino sigue colaborando con los restaurantes de la ciudad y otras programaciones,



además del impulso de acciones de promoción a través de diferentes canales, on line, web, redes sociales, etc.

El año se inicia con la participación de Salamanca Para Comérsela en la feria Madrid Fusión 2020, que se celebrará en el recinto ferial IFEMA, del 13 al 15 de enero, y en el mes de marzo, Salamanca será la sede del Campeonato de España de Cortadores de Jamón, organizado por la ligan nacional de cortadores de jamón.

Salamanca Para Comérsela abordará la renovación anual de sus materiales promocionales, guía de restaurantes adheridos y soportes audiovisuales, que serán objeto de convocatoria para su contratación pública.

La sociedad municipal continuará la colaboración con la Diputación Provincial bajo la marca Te Gusta Salamanca vinculando a productores y restauradores, además de la colaboración con la OMIC y la promoción de los mercados locales. A estas colaboraciones se añade la Cámara de Comercio para la puesta en funcionamiento del Centro de Innovación Gastronómica y la creación de nuevas propuestas para la comercialización turística de la oferta gastronómica y agroalimentaria.

Salamanca Para Comérsela seguirá participando en las convocatorias del club Saborea España. Igualmente continuarán las colaboraciones con las escuelas de formación públicas y privadas y la asociación de empresarios de hostelería de Salamanca.

Por último, la sociedad municipal participará en la nueva propuesta del consejo de administración de creación de una feria centrada en los productos agroalimentarios.

#### **CAPITULO 9. SALAMANCA FILM COMMISSION**

Salamanca Film Commission seguirá colaborando con otros rodajes audiovisuales, series para proyectar en internet –webseries-, spot publicitarios, además del apoyo a las iniciativas locales, etc. Durante el segundo semestre celebrará el festival Manhattan Short Film en el Museo del Comercio.

#### **CAPÍTULO 9. SALAMANCA CIUDAD DEL ESPAÑOL**

Igualmente continuará con sus acciones promocionales a través de la participación en mercados de contratación y viajes de familiarización en el destino, y la promoción on line a través de su portal web y perfil en redes sociales. Se continuará con la atención a los



estudiantes de español en la ciudad en la oficina de información Salamanca Ciudad del Español, expedición de carnet de estudiantes para acceso a diversas ventajas en la práctica del deporte, compras, ocio, cultura entre otras, además de atención institucionales de carácter protocolario.

La promoción de Salamanca como destino para el aprendizaje del español se desarrollará en el ámbito internacional en colaboración con la Junta de Castilla y León y su Plan para la Internacionalización del Español.

## CAPÍTULO 10. ESTRATEGIA TURISTICA

El **observatorio turístico** continuará con el seguimiento y análisis del comportamiento del destino a través de varias fuentes de información y datos, como los espacios turísticos, la oficina de información, escuelas de Salamanca ciudad del español y congresos con Salamanca convention bureau, además del seguimiento de las estadísticas nacionales elaboradas por el I.N.E..

Los datos que permiten la valoración del destino se completan con el trabajo sobre la Competitividad Hotelera, elaborados por la UTE integrada por Lurmetrika y Movatur mediante el seguimiento y análisis de datos de las OTAs. La UTE, adjudicataria de esta licitación, presenta informes a lo largo del año sobre la evolución de la industria hotelera, su competitividad en el mercado turístico. Se atenderá igualmente a la evolución del comportamiento, oferta y demanda, de los apartamentos turísticos en la ciudad.

En relación a la **Calidad** en el destino, el Sistema de Calidad Turística en el Destino, incorporará nuevos establecimientos de hostelería, nuevos colectivos profesionales como los taxistas y nuevas infraestructuras, como el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca.

Se continuará con los trabajos de la certificación Q de Calidad y de mejora del empleo, Empresa Familiarmente Responsable.

El departamento también se encarga de la coordinación de la formación de los trabajadores, en relación a las convocatorias municipales, de la Junta de Castilla y León, propuestas respaldadas por la fundación Tripartita y otros cursos o jornadas convocadas por la FEMP u otras instituciones.

La atención de las quejas y sugerencias recogidas en la oficina de información y el apoyo a la investigación a las diferentes solicitudes, seguirán como contenidos de esta área.



## CAPÍTULO 11. DESTINO TURISTICO INTELIGENTE

Dos son las actuaciones destacadas que se abordan en respuesta al objetivo de impulsar la transformación del destino en un destino inteligente: una nueva plataforma digital y el diagnóstico y planificación en el marco de la red DTI-Segittur.

La sociedad municipal comenzará el año 2020 con las primeras tareas en colaboración con Segittur. Los trabajos de elaboración del diagnóstico del destino como Destino Turístico Inteligente se extenderán durante el primer cuatrimestre del año. Salamanca se adhirió a la red de Destinos Turísticos Inteligentes en el mes de septiembre, ratificada por la asamblea de DTI en el mes de octubre. La contratación de la redacción del diagnóstico del destino, por parte de Segittur, se aprobó en el mes de noviembre.

Nuestro país define por primera vez Destino Turístico Inteligente en el marco del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, encomendando la Secretaría de Estado de Turismo su desarrollo a Segittur. Junto con la adhesión de Salamanca a la red de Destinos Turísticos Inteligentes, se incorporaron otros 18 destinos entre los que figuran Bilbao, Valladolid, Cáceres, Sevilla, Las Palmas de Gran Canaria, Ronda, Santa Susanna, Vilagarcía de Arousa, el Cabildo de El Hierro, el Consejo Comarcal de El Bierzo, el Conselh Generau d'Arán y la Diputación de Granada.

La plataforma digital del destino turístico se contratará a lo largo de este año. La nueva plataforma digital tendrá entre sus finalidades, la incorporación de nuevas funcionalidades en la relación directa con el usuario, permitiendo entre otros beneficios la generación de información personalizada en función de la demanda, la relación directa con el usuario a través de un CRM, que el usuario cargue contenidos propios –imágenes y comentarios- a través de su participación en redes sociales y blogs, la obtención de información sobre el comportamiento del destino y facilitar el análisis de datos sobre la demanda y la oferta turística.

El desarrollo de esta plataforma tecnológica es el eje sobre el que se desarrolla el conjunto del proyecto Salamanca Destino Inteligente.

## CAPITULO 12. PALACIO DE CONGRESOS Y SALAMANCA CONVENTION BUREAU

El consorcio del **Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León** encomendó su gestión a la sociedad municipal con efecto a partir del 1 de enero de 2020, contrato que fue aprobado por el Consejo de Administración de la sociedad municipal en el mes de diciembre.



La encomienda de gestión supone un reconocimiento al trabajo que la sociedad desarrolla y también nuevos retos, que se centran fundamentalmente en hacer sostenible esta infraestructura local al tiempo que se impulsa la promoción de Salamanca como ciudad de congresos.

Tras los primeros trabajos propios del traspaso de esta gestión, se están realizando actuaciones de mejora en la misma: nuevas tarifas de alquiler de espacios, cambio de la imagen del Palacio, participación en asociaciones como la de Palacios de Congresos de España, visitas de inspección, etc.

Tal como se indica en el contrato de encomienda de gestión, la sociedad municipal rendirá cuenta de la misma al Consorcio formado por la administración autonómica, provincial y local.

Por otra parte, la sociedad municipal seguirá con las tareas de la encomienda de gestión administrativa y contable del Consorcio, como viene haciendo en los últimos ejercicios.

La encomienda de gestión del Palacio de Congresos ha supuesto trasladar al Palacio de Congresos la gestión de **Salamanca Convention Bureau**.

Por su parte, Salamanca Convention Bureau seguirá desarrollando las acciones promocionales de Salamanca como ciudad de congresos, convocadas principalmente por la Fundación Siglo y por el Spain Convention Bureau (FEMP).

Otras acciones promocionales se vincularán a la organización de los congresos, con el apoyo desde el momento inicial de presentación de la candidatura de Salamanca como sede para sus celebraciones.

En todas las acciones de promoción y de comercialización, Salamanca Convention Bureau promocionará el Palacio de Congresos y Exposiciones de la ciudad.

Salamanca Convention Bureau seguirá contando con el apoyo de la Asociación de Empresarios de Hostelería, en el marco del convenio de colaboración previsto para este ejercicio.

También está prevista la celebración de una nueva edición del programa Embajadores de Salamanca Convention Bureau para el reconocimiento del liderazgo que los diferentes profesionales de diferentes instituciones y entidades, ejercen para la celebración de congresos, reuniones y jornadas en Salamanca.

Igualmente se continuará realizando el seguimiento, evaluación y recogida de datos estadísticos sobre los congresos y otras reuniones que se celebren en Salamanca, además de la colaboración con otros Convention bureaus en el ámbito nacional.





## AREA DE COMERCIO

### CAPITULO 13. COMERCIO DE SALAMANCA

Comercio de Salamanca en sus actuaciones de apoyo al comercio local desarrollará diferentes acciones para la promoción del comercio, el apoyo en la transformación a la digitalización de la gestión y la comercialización, acciones de formación para una mayor competitividad de sus recursos humanos además de campañas específicas en periodos de mayor propensión al consumo.

Igualmente apoyará la promoción de la artesanía en colaboración con las diferentes asociaciones de profesionales.

En el desarrollo de sus programas contará con la colaboración de las asociaciones empresariales locales, con quienes se llegará a establecer convenios de colaboración, al igual que apoyará las actuaciones propuestas por éstas que redunden en los objetivos aquí indicados.

En cuando a las acciones de promoción del comercio, la celebración de convocatorias Desfila Salamanca y la creación de rutas comerciales son las principales actuaciones;

Respecto al apoyo a la digitalización, destacan el desarrollo de la App Comercio de Salamanca y avanzar hacia la creación de un “market place” local;

Las acciones de formación, mayor competitividad de sus recursos humanos, mayor comunicación con el comercio local, la creación de la Oficina de Comercio Ciudad de Salamanca y un programa de mentorización a comercios;

En el impulso al consumo, convocatoria de concurso de escaparatismo, la animación de las calles comerciales en fechas destacadas para el comercio, la campaña de Navidad 2020-2021 y la colaboración con el comercio de los barrios;

Y el apoyo a la artesanía, al comercio en el centro histórico y la colaboración con las grandes marcas son también actuaciones con estos fines.



## AREA DE PROMOCION ECONOMICA

### CAPITULO 14. PROMOCION ECONOMICA.

#### I. DESARROLLO DE NUEVAS EMPRESAS EN SECTORES ESTRATÉGICOS DE LA CIUDAD Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN:

Se contratará un técnico de apoyo para la atención del servicio de asesoramiento a empresas, emprendedores y autónomos y agilización de trámites municipales, con el objetivo de favorecer la generación de actividad económica en la ciudad, propuesta aprobada por el Consejo de Administración de 18/11/2019.

En este sentido, se colaborará a través de un convenio con IBERVAL, para facilitar el acceso al crédito a las Pymes y autónomos. Convenio de Colaboración aprobado por el Consejo de Administración de 12 /12 /2019.

Se desarrollará la puesta en marcha de un fab-lab en el futuro centro del tormes+.

E igualmente se continuara con el convenio con la Cámara de Comercio de Salamanca para la reserva de espacios en el Vivero Génesis en apoyo a nuevos emprendedores.

La participación en la solicitud de un programa de interreg Sudoe tiene como finalidad fin impulsar a las iniciativas tecnológicas de carácter innovador, que se ubican en el Centro Municipal de Empresas y que se generen en la ciudad.

Se impulsará una nueva convocatoria de impulsa startup para jóvenes del sector tecnológico que planteen iniciativas empresariales que respondan a soluciones y retos sociales.

Por otro lado los programas en colaboración con la Escuela de Organización Industrial, en el marco del Fondo Social Europeo, de Coworking y Continuidad Empresarial pretenden impulsar iniciativas de emprendimiento en el primer caso y adaptación de las empresas a los nuevos entornos económicos y generacionales.



Como novedad y refuerzo a la actividad empresarial realizada por mujeres, se organizará en Salamanca la gala regional de mujeres emprendedoras en el marco de los Female Startup European Awards.

En 2020 continúa el compromiso de colaboración con la organización de cooperativistas OWEN para el impulso de las empresas de carácter social.

El respaldo a la iniciativa de la Universidad de Salamanca, Start Up Olé, en una nueva edición, es también el respaldo a inversores potenciales y nuevas empresas en el ámbito tecnológico, además de apostar por la cultura de la innovación y el emprendimiento.

Estas y otras iniciativas cuentan con la información disponible en el Observatorio Socioeconómico Urbano, que mantendrá su actividad durante todo el ejercicio 2020.

## II. CONSOLIDACIÓN Y MODERNIZACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL EXISTENTE:

Continúa la línea de [ayudas municipales a empresas y emprendedores locales](#). Se mantiene el presupuesto de las dos convocatorias anteriores (75.000 €), siendo la correspondiente a 2020 la quinta edición.

El convenio de colaboración aprobado en 2018 con la Escuela de Organización Industrial continua vigente para el desarrollo del [programa de mejora de la competitividad de las pymes](#). Este convenio forma parte de los compromisos municipales con la E.O.I., suscrito en el ejercicio 2016 y cuya prórroga durante dos años se ha ratificado en el mes de diciembre de 2019, para dos años más.

Continúa el [programa de rescate empresarial](#) en situación de dificultad, en el marco del convenio de colaboración con la Escuela de Organización Industrial. (Programa Rescate Empresarial).

Se colaborará con la [Diputación Provincial de Salamanca](#) para el impulso y promoción de la feria [Salamaq 2020](#), conscientes de la vinculación de la economía provincial y local de Salamanca, y la importancia de esta feria en la economía de la ciudad.



Se proyectará la quinta edición del Concurso **ideas innovadoras en centros educativos** que se dota de presupuesto con el fin de darle mayor difusión y promoción y ofertar premios más atractivos a los alumnos y centros ganadores y se extiende el premio de emprendimiento con carácter general a todo tipo de emprendedores/as.

### **III. FOMENTO DEL EMPLEO Y FORMACIÓN EMPRESARIAL.**

El fomento del empleo y emprendimiento será objeto de atención en el marco de los convenios de colaboración firmados con ambas universidades y en cuyo ámbito se realizan diversas acciones, desde la convocatoria para la empleabilidad de los alumnos, que en esta edición se amplían los contratos de seis meses a un año y las becas a proyectos innovadores a la colaboración en jornadas como la semana de la ciencia.

Con la Fundación Santa María La Real y la Diputación Provincial la colaboración para el fomento del empleo se centra principalmente en la formación y la Lanzadera de Empleo.

Con la Escuela de Organización industrial se pondrán en marcha los programas de formación a la carta para jóvenes y mayores de 45 años.

La atención al empleo y la formación tendrá enfoque de género en el programa de Mujeres Directivas, que se realizará en colaboración con la Escuela de Organización Industrial, en el marco del convenio con el Ayuntamiento de Salamanca y la financiación del Fondo Social Europeo.

Por otra parte, uno de los resultados del estudio de empleabilidad finalizado en 2018 fue la creación del portal de empleabilidad de promoción económica. Tanto su mantenimiento y actualización, como su gestión y dotación de contenidos serán objeto de contratación.

Por último el área de promoción económica realizará diversas inserciones publicitarias y editará material promocional con el fin de comunicar y difundir sus programas y actuaciones, para lo cual se desarrollará una estrategia de promoción en redes sociales que será objeto de contratación externa.



Se colaborara en realización de actuaciones de formación en el marco de la estrategia Edusi Tormes +, para reforzar las competencias de las personas y contribuir al desarrollo de la zona ámbito de actuación.

## CAPITULO DE INGRESOS 2020

En el capítulo de ingresos se contemplan los referidos a:

La aportación municipal de 3.352.481,89 € supone el 78,55% del presupuesto total. Un porcentaje menor al de la aportación municipal en 2019 que significó el 82,6% del presupuesto.

En cuanto a los recursos propios, se espera incrementar los ingresos por comercialización de servicios y Merchandising que pueden gestionarse on line desde principios de 2020 hasta los 130.000,00 €; además de los ingresos que se espera obtener de la gestión del Palacio de Congresos, 598.733,71 €. La transferencia del Consorcio a la sociedad municipal tal como se refleja en su presupuesto, forma también parte de los ingresos que se obtendrán en el marco de esta encomienda de gestión.

El resto de los ingresos se mantienen respecto a 2020 y siempre estarán sujetos al número de visitantes a los espacios patrimoniales. Estos últimos supondrán ingresos por un total de 430.528,76 €.

Se mantiene la encomienda de gestión del Patronato Provincial de Turismo por importe total de 9.000 €.