



INFORME DE GESTIÓN | 2022

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

Presentación

Órganos de dirección

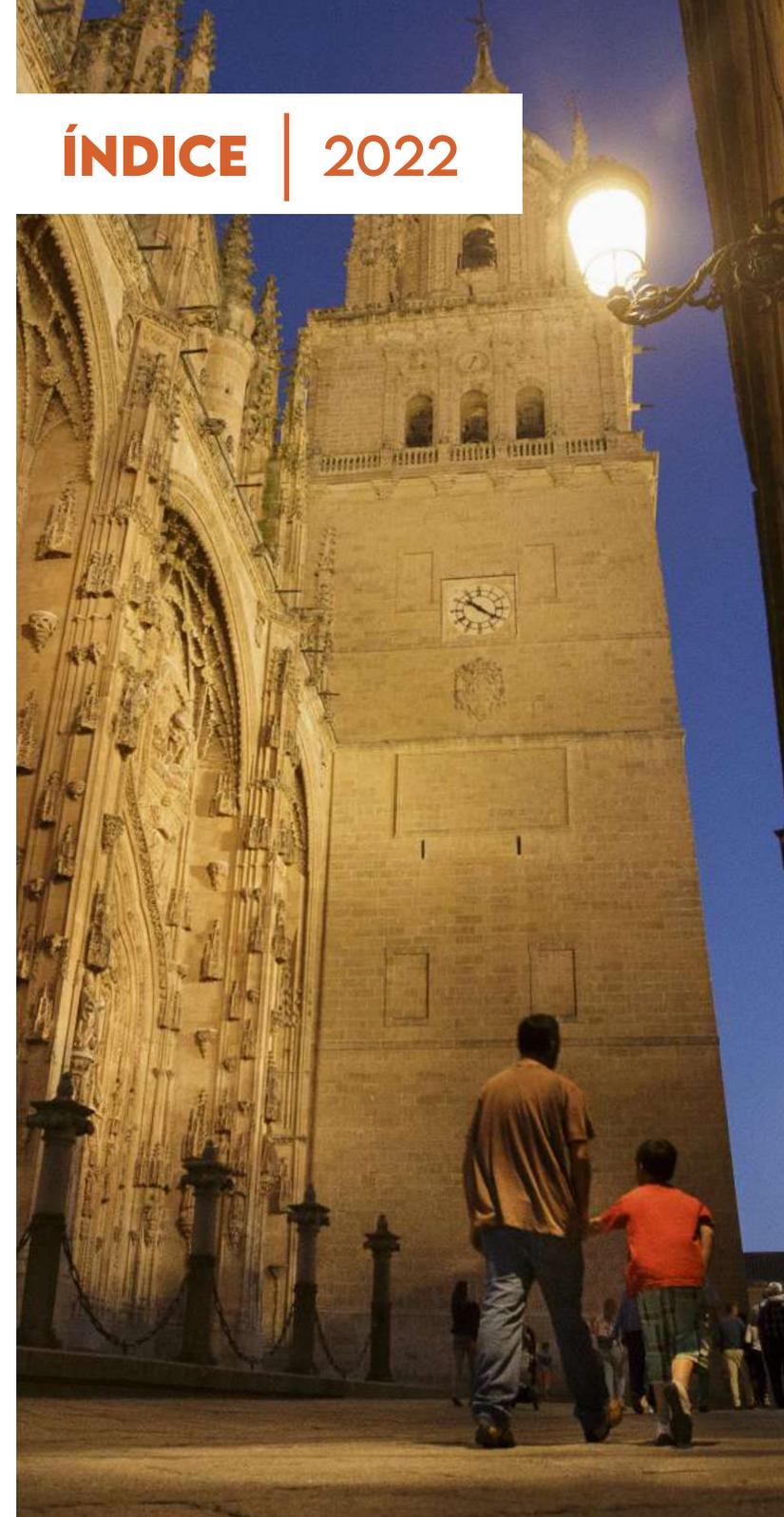
TURISMO

1. Atención e información al visitante
2. Producto Turístico
3. Comunicación
 - 3.1. Anexo. Publicidad exterior
4. Promoción
 - 4.1 Anexo. Peticiones
5. Gastronomía: Salamanca para comérsela
6. Salamanca, Ciudad del Español
7. Salamanca Film Commission
 - 7.1. Anexo. Rodajes
8. Museo del Comercio e Industria de Salamanca
9. Salamanca Convention Bureau
 - 9.1 Anexo. Turismo de Reuniones
10. Estrategia Turística
 - 10.1 Anexo. Observatorio Turístico
11. Palacio de Congresos

COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA

Cuentas Anuales

Dossier de Prensa





PRESENTACIÓN | 2022

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

Presentación

Un año más presentamos este informe de gestión del año 2022, en un ejercicio de información, comunicación y transparencia con la labor realizada durante ese año por el conjunto de las áreas municipales y departamentos de trabajo que integran esta sociedad municipal.

Las páginas que siguen recogen en algunos casos con mucho detalle y en otros, de forma más genérica, las líneas de trabajo, las actividades realizadas y las colaboraciones con otras entidades que han permitido avanzar en los objetivos propuestos. Estos responden a la dirección política y son reflejo de los presupuestos aprobados para el ejercicio 2022.

En líneas generales, señalamos que el año 2022 ha sido el año de recuperación de la situación de normalidad previa a la pandemia, y que como año de transición al 2023, se han mantenido las líneas de ayudas puestas en marcha en el marco del acuerdo municipal en el que participaron todos los grupos políticos, en el contexto de la pandemia covid 19.

Así en 2022 se ha seguido con la tramitación de las ayudas a las empresas locales, registrándose 686 solicitudes en la totalidad de las líneas (EPIs, Hostelería, Iberaval, Digitalización, etc.), la gestión de la tarjeta Salamanca Activa para impulso del consumo en el comercio local, a la que se han

adherido 824 comercios, 21 entidades de canje y más de 55.000 usuarios. Se han aprobado tres de las cinco ampliaciones del programa “Salamanca 2s1+Redescubre la ciudad” en el que han participado 47 establecimientos de alojamiento turístico que han permitido 22.760 pernoctaciones y 8.280 actividades turísticas hasta el 31 de diciembre de 2022. Y se tramitaron ayudas a las 16 escuelas de español para extranjeros recogidos en el anexo del convenio con la asociación empresarial, dirigidas tanto a la adecuación de sus centros a los protocolos de seguridad sanitaria como para la promoción internacional inversa a través de prescriptores que conocen la oferta en el destino.

El año 2022 ha sido también el año de inicio de la recuperación en cuanto a datos turísticos. Las cifras de pernoctaciones registradas se han aproximado a los datos de 2019, superando de nuevo el millón de pernoctaciones (1.073.265 pernoctaciones año 2022, datos INE) y más de 653.000 viajeros al destino, que representan el -8,08% de pernoctaciones y -9,23% de viajeros respecto al record histórico de 2019. Los espacios patrimoniales también han alcanzado cifras similares al 2019 en cuanto a visitantes, detalles que pueden leerse en el anexo de datos estadísticos.

En el área de Turismo, iniciamos el ejercicio con la aprobación del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino, en mayo llegó el convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Salamanca para su gestión y a lo largo del año, la Comisión de Seguimiento del PSTD se reunió en cuatro ocasiones, solo una de ellas -24 de noviembre de 2022- de forma presencial, en el Ayuntamiento de Salamanca.

Las colaboraciones y patrocinios con eventos deportivos han ido adquiriendo cada vez mayor relevancia, reconociendo la importancia del público que en nuestra ciudad añade a la práctica del deporte, el disfrute cultural y patrimonial, con impacto en el consumo de productos, establecimientos y recursos turísticos. Igualmente la ciudad se ha promocionado a través de varios eventos deportivos y deportistas locales destacados (Club Baloncesto Avenida de Salamanca, CB Tormes, Lorenzo Santolino ...).

Respecto al resto de las líneas de trabajo, destacamos las colaboraciones con las organizaciones empresariales de Hostelería, de Agencias de Viaje además de las varias asociaciones de guías oficiales. La situación de pandemia covid19 y la preparación de la candidatura para los PSTD han reforzado los objetivos compartidos para la mejora de la competitividad del destino. A este mismo objetivo, de competitividad y sostenibilidad turística

se han sumado otros colectivos. Destacamos la estrecha colaboración con la asociación de vecinos del Barrio Bretón y con la asociación de vecinos Zoes, del Barrio del Oeste.

Por su parte, las áreas de Comercio y Promoción Económica, junto a la tramitación de numerosas ayudas a los empresarios locales y la promoción del consumo en el comercio local a través de las numerosas propuestas aprobadas para Activa Salamanca, ha impulsado objetivos principales para nuestra ciudad y su dinamización y mejora económica.

La puesta en marcha de la plataforma ABIOINNOVA para el impulso de los proyectos empresariales en el ámbito biosanitario es una apuesta relevante de la ciudad, en la que participan numerosos actores, entre ellos las áreas de conocimiento e investigación biomédica de la Universidad de Salamanca.

Otros contenidos relevantes del trabajo realizado en 2022 son los referidos a la innovación y a la tecnología. Entre ellos, destacamos varias actuaciones impulsadas con el comercio local y la digitalización del consumo. También son destacables los numerosos esfuerzos y programas realizados en el ámbito de la formación y talleres dirigidos a los profesionales locales para su adecuación a las innovaciones tecnológicas y el conjunto de la ciudadanía, con contenidos además de los nuevos desarrollos tecnológicos, los relacionados con los ámbitos relevantes, identificados con el acrónimo STEM. En estos, además de los profesionales y empresas, han participado los artesanos –FOACAL-, estudiantes –UPSA- y otros alumnos a través de los programas de becas en empresas y los programas de retención del talento, para la promoción del empleo y la adecuación a las necesidades actuales e inmediatas del mercado de trabajo.

En definitiva, podemos concluir que el trabajo desarrollado en 2022, que se presenta en las siguientes páginas, responde a los objetivos propuestos en el documento de presupuestos aprobado a finales de 2021, y que estos han ido adecuándose al contexto y demandas planteadas en el transcurso del ejercicio, además de haberse ampliado con nuevos proyectos como son los recogidos en el programa de la Incubadora de Alta Tecnología Biomédica Abioinnova y con la puesta en marcha del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino.





ÓRGANOS DE DIRECCIÓN | 2022

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

ÓRGANOS DE DIRECCIÓN

1. Órganos de dirección

1.1. Junta General

1.2. Consejo de Administración

1.3. Gerencia

1. Órganos de dirección

La Junta General se ha reunido en tres ocasiones y el Consejo de Administración ha celebrado trece convocatorias.

1.1 Junta General

La Junta General ha celebrado reuniones en las siguientes fechas:

- 3 de junio
- 8 de julio
- 30 diciembre

En estas reuniones se aprobó el Informe de Gestión y Cuentas anuales del ejercicio 2021 y el Presupuesto y Memoria de Actuaciones para el ejercicio 2023.

1.2 Consejo de Administración

El Consejo de Administración celebró en total 13 reuniones, superando la frecuencia que marcan los estatutos de la sociedad, de reunión trimestral. De estas 13 convocatorias, 4 tuvieron carácter extraordinario: 4 y 20 de mayo y 3 y 17 de octubre.

Fechas de las convocatorias celebradas:

- 8 de marzo
- 31 de marzo
- 4 de mayo
- 9 de mayo
- 20 de mayo
- 27 de junio
- 28 de julio
- 22 de septiembre
- 3 de octubre
- 17 de octubre
- 17 de noviembre
- 7 de diciembre
- 27 de diciembre

Se celebraron dos reuniones en el mes de marzo, octubre y diciembre, y tres reuniones en el mes de mayo. Una reunión en los meses de junio, julio, septiembre y noviembre, y ninguna reunión celebrada en los meses de enero, febrero, abril y agosto de 2022.

En total se han aprobado 110 asuntos diferentes, y se han debatido otros asuntos en los puntos de ruegos y preguntas.

Entre los asuntos tratados, se ha continuado con las líneas de ayudas municipales aprobadas con motivo de la pandemia covid19. Así se ha ido dando cuenta de las resoluciones de concesión de ayudas covid19 de las áreas comercio y promoción económica, y respecto a turismo, de las resoluciones de bonos 2x1 y ayudas a las escuelas de español para extranjeros. Esta dación de cuentas se ha repetido en cada una de las convocatorias ordinarias celebradas.

Asimismo se han aprobado convenios de colaboración con la Asociación Salamantina de Agencias de Viaje y con la Asociación de Escuelas de Español para Extranjeros de Castilla y León, cuyas líneas de colaboración caen en el ámbito de ayudas a empresas locales motivadas por la situación de pandemia. En este mismo ámbito de ayudas, la aprobación de la tercera, cuarta y quinta ampliación de la convocatoria de bonos 2x1; y otras como Activa Salamanca y el sorteo entre sus usuarios, de entradas a espectáculos durante la Navidad 2022-2023.

En estas reuniones se han aprobado diversas licitaciones, adjudicaciones, ampliaciones de contrataciones públicas y procesos de selección de personal.

En total se han aprobado 10 licitaciones en el área de Turismo (Palacio de congresos y exposiciones: suministro de gasóleo, servicio de personal de sala, servicio de control de accesos; Patrocinio programa “Hoy por Hoy” cadena Ser, Festival Siglo de Oro, Servicio de Atención Ieronimus, Servicio de Atención Filmoteca y Monumenta Salmanticae, Letras monumentales SALAMANCA, Plataforma digital del destino turístico, Oficinas de Información Turística), 2 licitaciones para servicios generales de la sociedad municipal (servicio de asesoría laboral y fiscal de la sociedad municipal y el servicio de gestión de los dominios web de la sociedad municipal) 1 licitación en el área de Promoción Económica (servicio oficina técnica Abioinnova). Se ampliaron los contratos, de acuerdo a las previsiones recogidas en sus correspondientes PCAP: audiovisuales restaurantes de la marca Salamanca Para Comérsela, Servicio de Atención en el Museo del Comercio y Servicio de asesoramiento e internacionalización de la economía local.

Respecto a convenios de colaboración, han sido también numerosos los aprobados por el consejo de administración.

En el área de Comercio y Promoción Económica se aprobaron un total de 10 convenios de colaboración: OWEN, Iberaval, Fundación Santa María La Real, AESCO, ASECOV, FOACAL, UPSA-FabLab, StartupOlé-FGUSAL, Vivero Génesis, Feria Salamaq2022.

Los convenios aprobados en el área de Turismo fueron también un total de 9: Asociación de Escuelas de Español para Extranjeros; Alumni-USAL Salamanca Finde, Alumni-USAL V Festival Ajedrez Salamanca Cuna del Ajedrez Moderno, Alumni-USAL Quod Natura 2022-2023; Cofradía de la Vera Cruz; Asociación Exin Castillos; Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León-Oficina de Turismo de Salamanca; Asociación Escuela de

la Diplomacia; Asociación Salmantina de Agencias de Viaje; además de 2 Contratos de Patrocinio Deportivo: Club Avenida de Salamanca 2022-2025; Club Baloncesto El Tormes 2022-2023.

Por otra parte, se aprobaron 2 Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de Salamanca para la gestión de las actuaciones financiadas en el marco del convenio interadministrativa del Plan de Sostenibilidad Turística del Destino (Turismo) y de los fondos europeos para la financiación de la plataforma de innovación biomédica ABIOINNOVA (Promoción Económica).

En cuanto a los procesos de selección, se aprobó la convocatoria y contratación de la Coordinadora del centro FabLab –nueva creación-, la convocatoria de la plaza de técnico para proyectos de Retención del talento –nueva creación-; y la convocatoria para la contratación del técnico del departamento de producto turístico –cubrir excedencia voluntaria, y la dirección técnica Plan de Sostenibilidad Turística del Destino –nueva creación vinculada a la ejecución del PSTD.

Otros acuerdos han sido la aprobación de las líneas de Ayudas al tejido empresarial 2022, el Programa de retención del talento FP, y el Programa de alumnos becados en empresas locales; además de concursos de escaparates del comercio local Semana Santa 2022.

Es importante resaltar que la gestión de todos estos acuerdos ha supuesto en el ejercicio 2022 una importantísima carga de trabajo para el conjunto del personal de la sociedad municipal y para el área jurídica del ayuntamiento de Salamanca, con el que hemos contado, asesoramiento jurídico, en todas estas tramitaciones.

1.3 Gerencia

La Gerencia ha desempeñado sus funciones de acuerdo a lo señalado en los Estatutos de la sociedad municipal y a los acuerdos de sus órganos de dirección. La preparación de los diferentes asuntos y reuniones, y el impulso de los principales proyectos del ejercicio, han centrado la actividad durante el año.

De entre las actuaciones desarrolladas, destacamos:

- La preparación de las reuniones y asuntos del orden del día de cada una de las celebraciones de Junta General y de Consejo de Administración.
- El seguimiento de los programas y tramitaciones de las actuaciones en las áreas de Comercio y de Promoción Económica, y en particular de las ayudas covid19 de estas áreas: Tarjeta Salamanca Activa, líneas de ayudas empresariales; además de seguimiento de informes de justificación de convenios.
- Procesos de selección de personal celebrados: presidencia de Tribunales de los mismos. Dirección y/o seguimiento de los procesos de selección de personal y nuevas contrataciones
- Procedimientos de contratación pública: seguimiento y apoyo a los miembros de las mesas de contratación.
- Seguimiento, publicaciones y revisión de propuestas y preparación de Resoluciones de las ayudas municipales en sus diferentes líneas en las tres áreas de trabajo de la sociedad.

- Encomienda de gestión del Patronato Provincial de Turismo de Salamanca: Preparación de las Comisiones Ejecutivas, ejecución presupuestaria y programas de actuación en coordinación con el área de Turismo de la Diputación Provincial.

- Encomienda de gestión del Consorcio para la gestión del Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca. Seguimiento y coordinación con la Diputación provincial y la Junta de Castilla y León.
- Labor de impulso, coordinación y seguimiento en el área de Turismo, con especial atención a las principales líneas de la nueva gestión de los destinos.
- Participar en foros destacados como fue II Convención Nacional Turespaña, Barcelona, del 3-5 de octubre de 2022.
- Premio estudiantes de secundaria en español- semana en Salamanca. Alumnos premiados en el concurso Teatro en Español para estudiantes en institutos de español en Bulgaria. En colaboración con la consejería de Turismo en el Exterior para varios países del este de Europa, sede Viena de Educación de Bulgaria y la consejería de Educación en Bulgaria, sede Sofía.
- Preparación de las reuniones de Comisión de Seguimiento del PSDT celebradas para su puesta en marcha y gestión: 18 de enero, 22 de marzo, 28 de julio y 24 de noviembre. Contaron con la participación de los representantes de la Secretaria de Estado de Turismo, de la Dirección General de Turismo, y presididas por el Concejal de Turismo.
- Co-redacción de la memoria del Plan de Sostenibilidad Turística del Destino en Salamanca, presentado el 17/05/2022 en la convocatoria extraordinaria de planes de sostenibilidad turística en destino, aprobado mediante Resolución de la SETUR de fecha 19 /12/2022, publicado en BOE de 27/12/2022, por el que se concede el importe de 3.575.427,00 € (financiación Componente 14, Inversión 1 del plan de Recuperación, transformación y resiliencia).

- Preparación de la memoria para la subvención a destinos de la red Destinos Turísticos Inteligentes (DTI-Segittur), presentada por el Ayuntamiento en la segunda semana de junio de 2022. Importe solicitado 194.000,00€.

Destacar el apoyo de los dos técnicos del departamento de Gerencia en la preparación de los asuntos del consejo de administración, en el desempeño conjunto de todas estas acciones

El trabajo de los órganos de dirección y del equipo técnico ha sido reforzado desde la colaboración interinstitucional y las relaciones con diversas asociaciones empresariales y otras, a lo largo de todo el ejercicio.





TURISMO | 2022

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.



01 | ATENCIÓN E INFORMACIÓN AL VISITANTE

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

01 | ATENCIÓN E INFORMACIÓN AL VISITANTE

1. Oficina de Turismo de Salamanca

- 1.1. Divulgación de programaciones turísticas.
- 1.2. Apoyo al Turismo Congresual y de reuniones.
- 1.3. Punto de venta de servicios turísticos privados: www.salamancaymas.es.
- 1.4. Gestión de prácticas para estudiantes.

2. La Tienda de Turismo

1. Oficina de Turismo de Salamanca

La Oficina de Información de Salamanca sigue cumpliendo sus funciones de bienvenida al visitante. El equipo de atención se encarga de la información turística, en sentido amplio. En esta función se engloba la atención a diversas atenciones, al visitante individual, a los establecimientos turísticos, a grupos de visitantes, atención a profesionales del sector, a grupos y a eventos.

Igualmente desde la Oficina de información de Salamanca se recogen estadísticas que permiten conocer el comportamiento del destino, y las tendencias. Nos permite conocer la evolución del sector, y en este año, el ritmo de recuperación tras la pandemia covid19 y percibir las nuevas demandas y los nuevos comportamientos. Es por estas razones, entre otras, que la oficina de turismo es una referencia fundamental a la hora de la planificación de las programaciones del destino.

Entre las tendencias observadas en 2022, y que se han incluido en el anexo de datos estadísticos elaborado desde el departamento de Estrategia turística, destacan entre otras, el menor peso de los excursionistas en relación al total de los visitantes que pernoctan, el incremento de consultas de visitantes internacionales, y sobre todo, la disminución de las consultas presenciales en la oficina de información, que refleja el alto consumo de información digital por los que nos visitan.

Para muchos de nuestros turistas, la Oficina de Turismo es el primer contacto con la ciudad y un canal de información fiable, y el más cercano y capaz de transmitir sensaciones, de todos los canales de información online y offline accesibles al visitante.

Por otro lado, la Oficina de Turismo es también un punto de apoyo y resolución de dudas. Desde la oficina de información se apoya a los residentes locales y visitantes en el registro de actividades, reservas de entradas, localización de puntos de encuentro de las programaciones; además de la distribución de programas (Semana Santa, Salamanca Azul, Dorada y Verde, Las Llaves de la Ciudad, Paseos por Salamanca, etc). Se promociona esta programación, y se anima a la participación, se apoya la coordinación de eventos y diversas celebraciones, se prepara material promocional para actos institucionales y también para congresos; y ha sido un termómetro en el programa “Salamanca 2x1+Redescubre la ciudad” por todas las consultas atendidas.

1.1. Divulgación de programaciones turísticas

La Oficina de Turismo es una de las principales y más importantes herramientas de divulgación de todas las propuestas elaboradas a lo largo del año 2022:

- Los diferentes recorridos que se pueden realizar por el casco histórico de la ciudad ya consolidados: Las Torres Medievales de la Catedral - Ieronimus, Las Pequeñas Iglesias, Espacios Entreabiertos, Salamanca... con todos los sentidos, Salamanca – Iberoamérica, “Scala Coeli” (subida a las Torres de la Clerecía), zona Úrsulas – Fonseca – Veracruz, “Las torres que nos Miran,” espacios arqueológicos, y reservas a través de www.salamancaymas.es
- La promoción de la gastronomía de la ciudad a través del club de producto “Salamanca para Comérsela” con propuestas como “De Tapas y Restaurantes”, “Saborea Salamanca”, “La ruta del Ibérico” y el club de producto de la provincia “Salamanca en Bandeja”;
- La divulgación, en la pantalla digital, de los programas realizados en los diferentes espacios patrimoniales y culturales: Cerro de San Vicente, Ladera

del Cerro, Parque arqueológico del Botánico, Pozo de Nieve, Cueva de Salamanca, Museo del Comercio, Museo de Historia de la Automoción, Centro de interpretación del Patrimonio Arquitectónico y Urbano de Salamanca en la Iglesia de San Millán “Monumenta Salmanticae”, Museo Taurino, Galería Urbana, exposiciones de la Universidad de Salamanca, Casa de las Conchas, Catedrales, Palacio de La Salina, etc.;

- la coordinación y divulgación de los programas turísticos “Paseos por Salamanca”, “Semana Santa 2022”, “I Festival de Lunes de Aguas”, “Salamanca Azul, Dorada y Verde”, Programa Ferias de Salamanca, “La Llaves de la ciudad”, etc.

- Información cultural, patrimonial, de naturaleza y gastronómica de cada una de las comarcas que comprenden la provincia de Salamanca.

- Comunicación con las diferentes Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero (O.E.T.) que divulgan la información turística de la ciudad en los diferentes países. La promoción a través de mailings y el envío de información a Agencias de Viajes y Turoperadores de diferentes mercados son otros canales para la difusión de los productos y servicios turísticos.

1.2. Apoyo al Turismo Congresual y de Reuniones

El turismo congresual ha comenzado a remontar en este ejercicio. Se han retomado las peticiones de material turístico de este sector y la Oficina de Información se ha encargado de la atención de dichas peticiones. Así, se ha dado difusión tanto a la imagen de Salamanca como a las principales actuaciones y eventos. Difusión que ha llegado a los diferentes congresos, reuniones, eventos, cursos, conferencias, etc., que han tenido lugar en la ciudad.

La colaboración prestada desde la Sociedad de Turismo ha consistido en la búsqueda de guías para sus visitas por la ciudad, la propuesta de rutas y actividades a realizar durante su estancia tanto en la ciudad como en la provincia, la preparación de carpetas o bolsas con información turística,

asesoramiento antes y durante la estancia en la ciudad, etc.

Todas las peticiones se han de registrar para llevar un control de stock actualizado del almacén.

Las peticiones que han solicitado nuestro apoyo o colaboración se detallan en el anexo 1: Peticiones 2022.

La Oficina de Información Turística atendió 112 eventos con un total de 36.332 participantes, todos ellos posibles prescriptores del destino.

1.3. Punto de reserva de actividades turísticas y reserva de oferta privada: “Salamanca y Más”

www.Salamancaymas.com sigue siendo en la actualidad el principal canal para la reserva de actividades, inscripción, recogida de invitaciones, para la participación en la programación de Turismo de Salamanca.

Sigue siendo también un canal de promoción de la oferta privada del destino: visitas guiadas, visitas a las ganaderías, artesanos, rutas a caballo, spas, balnearios, empresas de turismo activo que ofertan escalada, barranquismo, descensos en piragua,...; rutas de ornitología, paseos en bici por Ledesma, paseos en bici por la ciudad, picaderos, catas de vino y aceite, visitas a fábrica de embutidos y degustación de jamón, visitas guiadas por la ciudad, paseos en globo, visitas guiadas por la ciudad con paradas gastronómicas, rutas teatralizadas, visitas a almazaras y viñedos, experiencias astrológicas,...

La microsite www.salamancaymas.es es de especial importancia a la hora de divulgar la oferta complementaria de la ciudad y la provincia a los contactos del sector turístico (turoperadores, agencias de viajes, OPC, incentivos,...) interesados en las diferentes opciones y actividades de experiencias que ofertan a sus clientes durante la estancia en la ciudad.

El número total de actividades, experiencias, entradas o visitas reservadas a través de www.salamanacaymas.com en el año 2022 ha sido más de 40.000.

1.4. Gestión de prácticas para estudiantes

Turismo de Salamanca ha continuado colaborando con diferentes Universidades para que sus estudiantes pudieran realizar sus periodos de prácticas en la Oficina de Información Turística. Para ello, se han seguido mantenido algunos de los convenios con Universidades con las que ya venimos colaborando en esta materia, y se han firmado otros con nuevas instituciones académicas interesadas. En 2022 hemos contado con ocho estudiantes que han podido llevar a cabo sus prácticas, realizando aquellas tareas adecuadas a sus perfiles. Con todos y cada uno de ellos el trato mutuo ha sido excelente, lo que ha contribuido a disfrutar de un ambiente de trabajo cómodo y agradable.

- Università Cà Foscari Venezia (Italia): estancia de una estudiante desde el 7 de febrero hasta el 9 de mayo 2022.
- International Studies Abroad (Salamanca): estancia de una estudiante desde el 5 de abril hasta el 15 de junio 2022.
- Escuela de Hostelería y Turismo en Guadalupe (Francia): estancia de una estudiante desde el 2 de mayo hasta el 3 julio 2022.
- Université Gustave Eiffel (Francia): estancia de un estudiante desde el 2 de mayo hasta el 29 de julio 2022.
- Université de Reims Champagne – Ardenne (Francia): estancia de una estudiante desde el 30 de mayo hasta el 21 de agosto 2022.
- Université de Dijon (Francia): estancia de un estudiante desde el 1 de junio hasta el 28 agosto 2022.
- Università IULM, Milán (Italia): estancia de una estudiante desde el 1 de octubre hasta el 23 diciembre 2022.
- Università SSML San Doménico, Roma (Italia): estancia de un estudiante desde el 3 de octubre hasta el 25 diciembre 2022.

2. La Tienda de Turismo

Turismo de Salamanca cuenta con “La Tienda de Turismo” y la tienda online www.latiendadeturismodesalamanca.com como herramientas promocionales y de venta de mercaderías que difunden la imagen de Salamanca. La finalidad es promocionar la ciudad mediante la venta de artículos personalizados con diseños o imágenes propias y únicas. La continuidad en el trabajo se realiza día a día, consolidando el espacio, convirtiendo a clientes esporádicos en asiduos y fidelizando al cliente de este tipo de productos.

Muchas de las líneas iniciadas en años anteriores siguen manteniéndose en algunos de los productos, convirtiéndose en clásicos, si bien es cierto, que la mayoría se han ido modificando teniendo en cuenta tendencias en materia de colores, materiales o estilos de la temporada. Se pretende conseguir una imagen moderna, dinámica y visual, y se ha aplicado a las diferentes líneas para adaptarlas a los productos con los que ya venimos trabajando y que siguen funcionando: la joyería (símbolos salmantinos mezclados con cuero o materiales como el acero, la tela, o el vidrio de Murano), artículos de papelería (variedad de cuadernos de viaje, agendas, listines de teléfono, set de escritorio, diferentes formatos de pisapapeles, gomas de borrar, etc.), piel (nuevos modelos de bolsos adecuados a determinadas temporadas, neceseres, monederos de señora, carteras y bandoleras para caballero y material de escritorio), accesorios (pañuelos de caballero, estuches como funda de gafas, pins, cajas de ordenación, espejitos, paraguas, abanicos, identificadores de maletas, cajitas de caramelos,...), artículos para niños (reposiciones de ositos y ranitas de peluche, estuches de pinturas), reposición de camisetas de señora y caballero cuyos modelos son ya un clásico, (como la camiseta “Plaza”).

En 2022 se ha ampliado la gama de cuadros contando con nuevos lienzos, canvas, collages, cuadros tejidos con motivos de filigrana charra y fotografías míticas de la ciudad. A todos los productos se les ha dado un toque selecto y cuidado. El objetivo prioritario de La Tienda de Turismo es acercar la ciudad al máximo de público posible.

Como prioridad y con continuidad se ha seguido contando con artesanos de diferentes ramas y librerías locales para la comercialización y promoción de sus productos y, para garantizar la eficacia en las ventas, se ha seguido optando en la mayoría de los casos, por la fórmula del depósito. También se ha ampliado la gama de libros sobre Salamanca y provincia y la variedad de artículos de artesanía (joyería, madera o piedra).





El número de personas que han entrado en La Tienda de Turismo durante el año 2022 han sido las siguientes:

ENERO	534
FEBRERO	445
MARZO	804
ABRIL	931
MAYO	883
JUNIO	912
JULIO	1.314
AGOSTO	1.648
SEPTIEMBRE	1.351
OCTUBRE	1.009
NOVIEMBRE	715
DICIEMBRE	1.154

TOTAL 11.700

A través de la comercialización de diferentes artículos, Turismo de Salamanca quiere dirigirse a todos aquellos que nos visitan y también a los salmantinos.

La búsqueda de nuevas ideas y productos o la reposición de los existentes se han canalizado desde el Departamento de Promoción y, desde La Tienda de Turismo y en coordinación con el departamento de Administración, se ha llevado el control de ventas mensual y un control de stock de cada uno de los artículos existentes.



02 | PRODUCTO TURÍSTICO

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

02 | PRODUCTO TURÍSTICO

Presentación

Objetivos

Líneas de Actuación

1. Destino Turístico Inteligente

1.1. Plan de Sostenibilidad

1.2. Accesibilidad turística: Salamanca con Todos los Sentidos

2. Programaciones

- 2.1. Disfruta Salamanca en Navidad
- 2.2. Propuestas formativas dirigidas a guías turísticas
- 2.3. Paseos por Salamanca
- 2.4. Día Internacional y Noche Europea de los Museos
- 2.5. I Festival Lunes de Aguas
- 2.6. Programación del 30 de abril al 30 de junio
- 2.7. II Semana Savia
- 2.8. II Festival del Siglo de Oro en Salamanca
- 2.9. Salamanca Dorada, Azul y Verde
- 2.10. La Noche del Patrimonio
- 2.11. Día Mundial del Turismo
- 2.12. Las Llaves de la Ciudad
- 2.13. Navidad en Salamanca

3. Espacios arqueológicos

3.1. Cerro de San Vicente

3.2. Ladera del Cerro de San Vicente

3.3. Pozo de Nieve

3.4. Parque Arqueológico del Botánico

3.5. Centro de Interpretación de la Murallas salmantinas

4. Espacios patrimoniales y museísticos

4.1. Ieronimus. Las Torres de la Catedral

4.1.1. Visitas nocturnas “Mientras la Catedral duerme”

4.1.2. Visitas familiares en Navidad

4.2. Scala Coeli. Torres de la Clerecía

4.2.1. Visitas nocturnas

4.3. Museo Taurino

4.4. Monumenta Salmanticae

4.5. Iglesia de la Vera Cruz

4.6. Albergue de Peregrinos en la Vía de la Plata. Casa de la Calera

4.7. Ruta Las Pequeñas Iglesias. De los orígenes de la Ciudad

4.7.1. Programa de apertura de templos

4.8. Ruta Espacios entre abiertos. La Espiritualidad Femenina

4.8.1. Museo de Pintura Medieval de Santa Clara

4.8.2. Casa de Santa Teresa

4.9. Ruta de Salamanca e Iberoamérica

4.9.1. Cueva de Salamanca. Torre de Villena. Cerca Vieja

4.9.2. Convento de San Esteban

4.9.3. Universidad Pontificia de Salamanca

4.9.4. Cielo de Salamanca

Presentación

Desde el departamento de Producto Turístico se coordina las programaciones del destino y las dinamizaciones y apertura de los espacios patrimoniales. Desde la salida de la pandemia, TURISMO DE SALAMANCA impulsa la incorporación de nuevos recorridos y recursos turísticos, destacando la incorporación en nuestras propuestas de los espacios de naturaleza de la ciudad, los recorridos turísticos en bici, propuestas que incluyan a los barrios más próximos al centro histórico y las propuestas dirigidas también a los residentes.

Los contenidos de la programación turística consideran el reconocimiento de nuestra ciudad como Ciudad Patrimonio de la Humanidad, destacando los hitos patrimoniales principales del destino; nuestra participación en la red de Destino Turístico Inteligente aplicando los criterios de accesibilidad, innovación, digitalización, gobernanza y sostenibilidad; y los objetivos definidos en el Plan de Sostenibilidad Turística para la intervención y actualización del destino.

Estas actuaciones se realizan desde la comunicación y colaboración con los gestores de patrimonio de la ciudad, asociaciones de barrio y otros colectivos, como organizaciones que trabajan con personas con discapacidad.

Objetivos:

- Dinamización e incorporación de nuevos espacios patrimoniales a la oferta turística de la ciudad, para presentar un destino turístico diversificado.
- Intervención en los recursos y en los productos turísticos consolidados para su adecuación y mejora continua.
- Avanzar en el modelo de Destino Turístico Inteligente
- Avanzar en un destino turístico para todos: propuestas turísticas para acercar el patrimonio a personas con diversidad multiple.

Líneas de actuación:

- Gestión y coordinación del personal de atención al público en los siguientes espacios: Ieronimus, Scala Coeli, Monumenta Salmanticae, Filmoteca Regional, Museo Taurino, Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas y, desde septiembre, la Casa de Santa Teresa.
- Dinamización de los recursos patrimoniales entre diversos colectivos: familiar, cultural, religioso, personas con discapacidad, etc.
- Creación y dinamización de la oferta turística nocturna para promover las pernoctaciones.
- Fomentar la participación de los ciudadanos: programaciones de visitas guiadas, jornada de puertas abiertas, Visitas a la Carta.
- Colaboración con programas: Agenda Urbana, Savia Salamanca, EDUSI Tormes +, SEGITTUR turismo e innovación, Alumni, Red de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Día Mundial del Turismo, Pet Friendly.
- Conmemoración del año jubilar de Santa Teresa (IV Centenario de la canonización de Santa Teresa y I Centenario de su honoris causa por la Universidad de Salamanca) y V Centenario de la muerte de Elio Antonio de Nebrija.
- Celebración del Lunes de Aguas y del Festival Salamanca Siglo de Oro, como señas de identidad y diferenciadoras del destino.

1. Destino Turístico Inteligente

Atendiendo a los pilares del modelo DTI, se destacan las siguientes acciones:

Gobernanza:

- Participación en las acciones de Agenda Urbana, Savia Salamanca y EDUSI Tormes +
- Colaboración con departamentos del Ayuntamiento de Salamanca para el buen funcionamiento de los espacios patrimoniales: Policía Local, Ingeniería Civil, Urbanismo, Mantenimiento, Medio Ambiente, Limpieza y Salud Pública.
- Cooperación en propuestas organizadas por otras entidades del Ayuntamiento como Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes, Juventud, Mayores, Salud, Voluntariado, Participación Ciudadana y Bienestar Social.
- Colaboración con las instituciones gestoras del patrimonio de la ciudad.

Innovación:

- Creación de nuevas propuestas para promover nuevos espacios de interés turístico.
- Promover la movilidad turística en bicicleta, ampliando recorridos y contenidos.
- Tecnología:
 - Favorecer la venta online y distribución de invitaciones a través de la plataforma de comercialización www.salamancaymas.es
 - Promover la difusión digital de material informativo y promocional de nuestro programas
 - Incorporación de dispositivos tecnológicos en la musealización de los espacios y en las visitas guiadas: juegos online y visualización con gafas de Realidad Aumentada

Sostenibilidad:

- Elaboración de programación dirigida tanto al ciudadano como al visitante
- Propuestas que aúnan los recursos naturales que ofrece la ciudad y los recursos patrimoniales como los paseos interpretativos de la naturaleza, baños de bosque, avistamiento de aves y paseos en bicicleta por jardines históricos y ribera del río Tormes.
- Incorporación de nuevos recorridos turísticos para la diversificación de los flujos e incorporación de los barrios del Oeste, Bretón y San Vicente en la zona de afluencia turística.

Accesibilidad:

- Impulso de la marca Salamanca para Todos los Sentidos
- Propuestas dirigidas a personas con discapacidad y de inclusión

1.1. Plan de Sostenibilidad

Desde el departamento de Producto Turístico se impulsan las siguientes actuaciones marcadas por el Plan de Sostenibilidad Turística:

1.1.1. Barrios con interés turístico

Dinamización y promoción de los barrios de Oeste, San Vicente, Bretón teniendo en cuenta el Plan de Sostenibilidad. Eje II: creación de nuevos productos turísticos.

Actuaciones:

- Visita guiada por la Galería Urbana en el Barrio del Oeste
- Visita guiada en el Barrio de Bretón con la temática de las Órdenes militares
- Visita guiada en el Barrio del Oeste con la temática de la Guerra de la Independencia
- Visita teatralizada Safari West en el Barrio del Oeste
- Cluedo teatralizado en el Barrio del Oeste



Dichas actuaciones se realizaron en colaboración con las asociaciones de vecinos.

Los barrios estuvieron presentes en las siguientes programaciones:

- Disfruta de Salamanca en Navidad
- Formación dirigidas a guías turísticas
- Paseos por Salamanca
- Salamanca Dorada, Azul y Verde
- La Noche del Patrimonio
- Día Mundial del Turismo
- Navidad en Salamanca
- Visitas a la Carta accesibles

Participación en las siguientes actuaciones organizadas con las Asociación de Vecinos del Barrio del Oeste con visitas guiadas y teatralizadas a la Galería Urbana:

- Festival Galería Urbana. Del 13 al 15 de mayo.
- September Fest. 24 y 25 de septiembre.
- Feria del Intercambio. 18 de diciembre.

1.1.2. Recursos naturales

Incorporación de la ribera del río Tormes, jardines y espacios naturales en la oferta turística (en consonancia con el PSDT. Eje II: creación de nuevos productos).

Actuaciones:

- Paseos interpretativos en la Naturaleza por el Huerto de Calixto y Melibea, Jardín de la Merced, Plaza de Anaya, Ladera del Cerro de San Vicente y ribera del río Tormes
- Paseos guiados en bicicleta por la ribera del río Tormes y entorno monumental
- Baños de Bosque en la ribera del río Tormes
- Avistamiento de aves por la ribera del río Tormes
- Ginkana en el Parque Jesuitas



Estas actuaciones se incluyeron en las siguientes programaciones:

- Disfruta de Salamanca en Navidad
- I Festival Lunes de Aguas
- Programación del 30 de abril al 30 de junio
- II Semana Savia
- Salamanca Dorada, Azul y Verde
- La Noche del Patrimonio
- Día Mundial del Turismo
- Navidad en Salamanca
- Visitas a la Carta accesibles

1.2. Accesibilidad turística: Salamanca con Todos los Sentidos

Mejorar la accesibilidad turística para las personas con discapacidad y participación conjunta en nuestras programaciones como uno de los objetivos de trabajo que se mantiene y potencia.

Actuaciones:

Mejoras en la atención al público:

- Adquisición de bucles magnéticos de collar para el seguimiento durante las visitas guiadas en espacios patrimoniales y arqueológicos.
- Adaptación de los folletos de los espacios arqueológicos y Museo Taurino a Lectura Fácil

- Oferta de Intérprete de Lengua de Signos en las Visitas a la Carta en los programas de TURISMO DE SALAMANCA.
- Información sobre la accesibilidad de los espacios y de las programaciones.

Visitas guiadas accesibles:

- Visitas a la Carta a los espacios arqueológicos, Museo Taurino y Monumenta Salmanticae
- Dentro de todas las programaciones se ofrecen pases accesibles - Visitas a la Carta, recursos accesibles como Intérprete de Lengua de Signos, bucle de inducción magnética de collar bajo demanda y en el material promocional se aporta la información sobre la accesibilidad de cada actuación.



En todos los programas se ha colaborado e invitado a las siguientes asociaciones y centros: ONCE, CRMF – Centro de Rehabilitación de Personas Físicas, Insolamis, Centro Cultural de Personas Sordas, Plena Inclusión, ASPAR –Asociación de Padres de Niños Sordos, AVIVA, ASpace, Asprodes, ASDEM –Asociación Salmantina de Esclerosis Múltiple, CRPS –Centro de Rehabilitación de personas psíquicas, CRE Alzheimer, AERS – Asociación de Enfermedades Raras, Asociación Ariadna –Asociación de Personas con Autismo, Asociación de enfermos de Párkinson, AFIM – Asociación de ayuda, formación e integración del discapacitado, ASPAR la Besana, Fundación EDADE, Asociación e Síndrome de Asperger, Atribosal – Asociación de Fibromialgia y Síndrome de Fatiga Crónica, ASDACE –Asociación Salmantina de Daño Cerebral Adquirido, Down Salamanca, FEAFES Salamanca AFEMC, Asociación del Síndrome de Turner Alejandra y al Equipo de Promoción de Autonomía Personal del Ayuntamiento de Salamanca.

Valoración: gran acogida y participación por parte de las personas con discapacidad en las actuaciones accesibles.

2. Programaciones:

2.1. Disfruta de Salamanca en Navidad

Hasta el 9 de enero se prolongaron las actividades programadas en el periodo navideño de 2021 y 2022 con las siguientes actuaciones:



Disfruta Salamanca en Navidad 2021-2022			
Actuación	Espacio	Calendario y horario:	Participantes
Puertas abiertas	Museo de Pintura Medieval de Santa Clara	Horario habitual del espacio	1.725
Visitas guiadas	Ladera del Cerro de San Vicente	27, 28, 29, 30 y 31 de diciembre de 2021; 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9 de enero de 2022 Pases: 11:00h. y 12:30h.	585
	Cerro de San Vicente	26 y 27 de diciembre de 2021; 2, 4 y 9 de enero de 2022 Pases: 11:00h. y 12:30h.	222
	Pozo de Nieve	24, 26 y 28 de diciembre de 2021; 2, 4 y 9 de enero de 2022 Pases: 11:00h. y 12:30h.	298
	Parque Arqueológico del Botánico	26, 29 y 30 de diciembre de 2021; 2, 5 y 9 de enero de 2022 Pases: 11:00h. y 12:30h.	217

	Barrio del Oeste. Galería Urbana	26 y 30 de diciembre de 2021; 2, 3 y 9 de enero de 2022 Pases: 12:00h. y 17:00h.	111
	Barrio del Bretón	26 y 29 de diciembre de 2021; 2, 7 y 8 de enero de 2022 Pases: 12:00h. y 17:00h.	179
	Barrio de San Vicente	26, 27 y 28 de diciembre de 2021; 2 y 4 de enero de 2022 Pases: 12:00h. y 17:00h.	131
Paseos en bicicleta	Ribera del río Tormes y entorno monumental	27, 28, 29 y 30 de diciembre de 2021; 2, 3, 4, 7, 8 y 9 de enero de 2022 Pases: 12:00h. y 16:30h. 31 de diciembre de 2021 y 5 de enero de 2022. Pases: 12:00h.	186
Paseos interpretativos de la naturaleza	Jardín de la Merced	27, 28, 29 y 30 de diciembre de 2021; 2, 3, 4 de enero de 2022 Pase: 17:00h.	139
Dinamización familiar	Ginkana en el Parque Jesuitas	24, 26, 27, 28, 29, 30 y 31 de diciembre de 2021; 2, 3, 4 y 5 de enero de 2022 Pase: 12:00h.	206
	Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	Todos los días de la semana De 11:00h. a 13:00h.	41
Talleres	Filmoteca de Castilla y León dirigido a niños	26, 27, 28, 29 y 30 de diciembre de 2021; 2, 3, 4, 5, 7, 8 y 9 de enero de 2022 De 11:00h. a 13:30h.	115
	Filmoteca de Castilla y León dirigida a todos los públicos	27, 28, 29 y 30 de diciembre de 2021; 3, 4, 5 y 7 de enero de 2022 De 17:00h. a 18:30h.	85
Concierto	Iglesia de la Vera Cruz	28 de diciembre. 20:30h.	76
Total	15 actuaciones		4.316

Valoración: más de 4.000 personas participaron en estas actuaciones con muy buena acogida del público local por la incorporación de un nuevo espacio arqueológico, la Ladera del Cerro de San Vicente.



2.2. Propuestas formativas dirigidas a guías turísticos

Durante los meses de febrero, marzo y abril se realizaron píldoras formativas dirigidas a los guías turísticos con el fin de dar a conocer los recursos turísticos de los espacios patrimoniales y aportar nuevas herramientas y sensibilidades para incorporar a sus discursos.

Participaron en estas jornadas de formación, los siguientes espacios:

- Catedral de Salamanca
- Universidad de Salamanca
- Ieronimus. Las Torres de la Catedral
- Museo Taurino
- Torre del Clavero
- Museo de Pintura Medieval de Santa Clara
- Barrio del Oeste. Galería Urbana
- Iglesia de la Vera Cruz

Valoración: participaron 37 guías turísticos, con un total de 120 asistencias. Una iniciativa que estos profesionales valoraron de forma muy positiva.

2.3. Paseos por Salamanca

Del 14 de marzo al 7 de abril se realizaron los paseos guiados por parte de guías oficiales por los siguientes recorridos y temáticas patrimoniales:

Inmaculada Concepción. IV Centenario de la Talla de la Inmaculada Concepción de Gregorio Fernandez

Recorrido: Plaza Mayor – Plaza de Monterrey – C/ de las Úrsulas – Iglesia de la Vera Cruz – Capilla V.O.T. San Francisco – Iglesia de la Purísima

Horario: lunes. Pases: 12:00h. y 17:30h.

La Vía de la Plata a su paso por Salamanca. Año Jacobeo 2022

Recorrido: Plaza Mayor – C/ Meléndez – Iglesia de San Benito – Casa de las Conchas – Ruá – Plaza de Anaya – Tentenecio – Puente Romano –

Iglesia Antigua de la Santísima Trinidad del Arrabal

Horario: martes. Pases: 12:00h. y 17:30h.

Teresa de Jesús. Centenario de la concesión de Doctora “Honoris Causa” por la Universidad de Salamanca

Recorrido: Plaza Mayor – Plaza de los Bandos – Casa de Santa Teresa – Plaza de Monterrey – C/Compañía – C/ Palominos – Plaza de Colón – Convento de San Esteban

Horario: miércoles. Pases: 12:00h. y 17:30h.



Órdenes Religiosas y militares

Recorrido: Plaza Mayor – Iglesia de San Julián – Iglesia de Sancti Spiritus – Iglesia de San Cristóbal – Museo de Pintura Medieval de Santa Clara – Torre del Clavero – C/ del Rosario – Colegio de Calatrava – Iglesia de Santo Tomás Cantuariense

Horario: jueves. Pases: 12:00h. y 17:30h.

Valoración: han participado 1.053 personas, de las cuales 287 personas tenían algún tipo de diversidad funcional. Las asociaciones participantes fueron Asperger, Asprodes, Aviva, AFIM, CRMF, Insolamis y Aspace.

2.4. Día Internacional y Noche Europea de los Museos

Celebración del Día Internacional de los Museos –18 de mayo- y la Noche Europea de los Museos -21 de mayo- con jornada de puertas abiertas a espacios museísticos y patrimoniales , un taller y juegos participativos.

Los visitantes a Ieronimus, Scala Coeli, Museo Taurino y Monumenta Salmanticae disfrutaron de un juego digital de preguntas sobre curiosidades con el que participaban en un sorteo de 4 lotes de libros de Salamanca y entradas a los espacios.



Día Internacional de los Museos			
Actuación	Espacio	Horario	Participantes
Puertas abiertas	Ieronimus. Torres de la Catedral	De 10:00h. a 19:00h.	643
	Scala Coeli. Torres de la Clerecía	De 10:00h. a 19:15h.	461
	Museo Taurino	De 10:30h. a 13:30h. y de 17:30h. a 19:30h.	129
	Monumenta Salmanticae	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 19:30h.	174
	Museo de Comercio y de la Industria	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 20:00h.	225
	Casa Lis. Museo de Art Nouveau y Art Déco	De 11:00h. a 19:00h.	
	Museo de Historia de la Automoción	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 20:00h.	615
	Filmoteca Regional	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 19:30h.	102
Taller "La madre que parió la música" por Mayalde	Monumenta Salmanticae	Pases: 12:00h. y 18:00h.	56
Juegos Escape room	Museo Taurino	Inicios: 10:30h., 12:00h., 17:30h. y 18:45h.	18
	Monumenta Salmanticae	Inicios: 10:30h. y 17:00h.	12
11 actuaciones			2.435

Noche Europea de los Museos			
Actuación	Espacio	Horario	Participantes
Puertas abiertas	Centro de Interpretación de las murallas salmantinas	De 20:00h. a 24:00h.	177
	Scala Coeli. Torres de la Clerecía	De 20:00h. a 24:00h.	221
	Museo Taurino	De 20:00h. a 24:00h.	97
	Monumenta Salmanticae	De 20:00h. a 24:00h.	92
	Museo de Historia de la Automoción	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 20:00h.	
Juegos Escape room	Museo Taurino	Inicios: 20:30h. y 22:00h.	12
	Monumenta Salmanticae	Inicios: 20:30h. y 22:00h.	12
7 actuaciones			611

Valoración: participaron 3.046 personas en ambas jornadas conmemorativas.

2.5. I Festival Lunes de Aguas

Del 22 al 25 de abril se celebró la primera edición de este festival con música, actuaciones y dinamizaciones para todos los públicos en la ribera del río Tormes.

Festival Lunes de Aguas			
Actuación		Horario	Participantes
Visita teatralizada	“El hornazo ¿con o sin huevo?”	22 de abril. Pase: 18:00h. 23 y 24 de abril. Pases: 12:00h., 18:00h. y 19:30h.	615
Paseos interpretativos de la naturaleza en bicicleta	“Al campo en bici”	22 de abril. Pase: 18:00h. 23 y 24 de abril. Pases: 12:00h. y 18:00h.	37
Juegos populares de madera	Leña al juego	23 y 24 de abril de 11:30h. a 14:00h.	500
Cuentacuentos	María Riera	23 de abril. Pase: 11:30h.	Suspendido por lluvia
	Fernando Saldaña	24 de abril. Pase: 11:30h.	300
Conciertos	Mayalde “La madre que parió la música”	23 de abril. 12:30h.	Suspendido por lluvia
	Armadanzas “El Patio de mi casa” (música familiar)	24 de abril. 12:30h.	1.000
	Gabriel Calvo (Folk)	24 de abril. 18:00h.	
	Entavía (Folk)	24 de abril. 19:00h.	
	Folk on Crest (Folk)	24 de abril. 20:00h.	
	DJs Calambres y Acoples	24 y 25 de abril. Intermedios	2.000
	Solo Noi (Pop Rock)	25 de abril. 18:00h.	
	Saltinvanquis (Rock)	25 de abril. 19:00h.	
	JaviLin (Violín)	25 de abril. 20:00h.	
14 actuaciones			4.952

Valoración: aproximadamente 5.000 personas disfrutaron de la I edición del Festival Lunes de Aguas, conmemorativo del reciente reconocimiento como Fiesta de Interés Turístico Regional Lunes de Aguas.

2.6. Programación del 30 de abril al 30 de junio

Durante el periodo de primavera se ofertaron las siguientes propuestas de naturaleza y espacios arqueológicos.

Programación del 30 de abril al 30 de junio			
Actuación	Espacio	Horario	Participantes
Visitas guiadas	Cerro de San Vicente	Lunes. Pase: 18:00h. Sábado. Pases: 17:30h. y 19:00h. Domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	532
	Ladera del Cerro de San Vicente	Martes. Pase: 18:00h. Sábado. Pases: 17:30h. y 19:00h.	296
	Pozo de Nieve	Miércoles. Pase: 18:00h. Sábado. Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h. Domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	638
	Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	Jueves. Pase: 18:00h. Domingo. Pases: 12:00h. y 18:30h.	217
	Parque Arqueológico del Botánico	Viernes. Pase: 18:00h. Sábado. Pases: 12:00h. y 18:30h.	56
Paseos interpretativos de la naturaleza	Huerto de Calixto y Melibea	Sábado. Pase: 12:00h.	100
	Jardín de la Merced y ribera del río Tormes	Sábado. Pase: 19:00h.	50
	Plaza de Anaya y Jardín de la Merced	Domingo. Pase: 12:00h.	74
Paseos guiados en bicicleta	Ribera del río Tormes y entorno monumental	Viernes. Pase: 18:00h. Sábado. Pases: 12:00h. y 18:00h. Domingo. Pase: 12:00h.	206
9 actuaciones			2.169

Valoración: más de 2.000 personas participaron en esta programación con oferta distribuida durante toda la semana.



2.7. II Semana Savia

Colaboración con la propuesta municipal del 30 de mayo al 5 de junio con paseos interpretativos de la naturaleza y paseos guiados en bicicleta.

II Semana Savia			
Actuaciones	Espacios	Horario	Participantes
Paseo guiado en bicicleta	Ribera del río Tormes y entorno monumental	De lunes a viernes. Pase: 18:00h.	41
Paseos interpretativos de la naturaleza	Ladera del Cerro de San Vicente	Lunes y miércoles. Pases: 12:00h. y 18:00h.	48
	Huerto de Calixto y Melibea	Martes y jueves. Pases: 12:00h. y 18:00h.	54
	Jardín de la Merced y Plaza de Anaya	Viernes. Pases: 12:00h. y 18:00h.	29
4 actuaciones			172

Valoración: 172 personas participaron en las propuestas turísticas enmarcadas dentro de la Semana Savia.

2.8. II Festival del Siglo de Oro en Salamanca



Del 1 al 26 de junio se celebró la segunda edición del festival dedicado al Siglo de Oro con las siguientes actuaciones:

Festival del Siglo de Oro				
Actuaciones		Espacio	Horario	Participantes
Exposición	Doces mujeres del Siglo de Oro	Casa de las Conchas	Del 1 al 26 de junio	4.500
	Desfile del Siglo de Oro y Bodas de Felipe II 2021	Plaza de San Benito	Del 1 al 26 de junio	8.500
	Trajes del Siglo de Oro. Corte de Isabel I	Palacio de Congresos	Del 7 al 28 de junio	4.200
	Muestra de artesanía del Siglo de Oro	Palacio de Congresos	Del 20 al 28 de junio	1.500
Visitas teatralizadas	“Viaje con Cervantes a lomos de Rocinante”	Palacio de Congresos. Exposición	11, 12, 18 de junio. Pase: 21:00h.	150
	La Moda en la corte de Isabel I de Castilla	Palacio de Congresos	26 de junio. 18:30h.	120
Concierto	Música Renacentista	Iglesia de la Purísima	15 de junio. 21:00h.	400
	Música Renacentista	Iglesia de la Purísima	26 de junio. 20:30h.	450
23 actuaciones				53.415

Valoración: más de 50.000 personas participaron en estas propuestas turística tematizada en el Siglo de Oro.

2.9. Salamanca Dorada, Azul y Verde

Dinamización durante el periodo estival del 1 de julio al 4 de septiembre con oferta patrimonial, nocturna y en la naturaleza.



Salamanca Dorada, Azul y Verde			
Actuación	Espacio	Horario	Participantes
Exhibición de talla de piedra de Villamayor	Monumenta Salmanticae	De martes a viernes de 11:30h. a 13:30h.	225
Taller “La madre que parió a la música” (Mayalde)	Monumenta Salmanticae	5 y 28 de julio. Pase: 17:30h.	66
Dinamización familiar “Se abre la muralla”	Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	De lunes a viernes de 11:30h. a 13:30h.	992
Visita guiada	Iglesia de la Vera Cruz	Sábados 16, 23, 30 de julio, 6 y 20 de agosto. Pase: 20:30h.	117
Visita teatralizada	Plaza de Toros	Sábado y domingo. Pase: 12:00h.	392
Cluedo “La ajusticiada. Un crimen sin resolver en Salamanca”	Barrio Bretón	Sábado. Pase: 20:00h.	1.610
Visita teatralizada “Safari West”	Barrio del Oeste. Galería Urbana	Domingo. Pase: 12:00h.	348
Visita guiada	Barrio Bretón	Domingo. Pase: 20:00h.	394
	Barrio del Oeste. Galería Urbana	Sábado. Pase: 12:00h.	226
Visitas guiadas por arqueólogos	Cerro de San Vicente	Viernes y sábado. Pases: 19:00h. y 20:30h.	962
	Ladera del Cerro de San Vicente	Sábado. Pases: 19:00h. y 20:30h.	362
	Pozo de Nieve	Sábado y domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	914
	Cueva de Salamanca y Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	Jueves y viernes. Pase: 19:00h. Domingo. Pase: 12:00h.	412
	Parque Arqueológico del Botánico	Viernes y sábado. Pase: 19:00h.	441

Observación astronómica del Cielo de Salamanca con telescopio	Cerro de San Vicente	Jueves, viernes, sábado y domingo. Pases: 22:30h. y 23:30h.	1.422
		Del 22 al 24 de agosto. Maratón desde las 20:00h.	2.291
Visita teatralizada “El cielo según lo pintó Fernando Gallego”	Cielo de Salamanca. Patio de Escuelas Menores	Jueves, viernes y sábado. Pases: 12:00h. y 19:00h. Domingo. Pase: 12:00h.	1.500
Visita teatralizada “Queridísimos fantasmas ¿qué fue de Joan y Bette?”	Filmoteca de Castilla y León	19, 20, 26, 27 de agosto; 2 y 3 de septiembre. Pases: 21:00h. y 22:30h.	400
Visita guiada nocturna	Ieronimus. Torres de la Catedral	Viernes y sábado. Pases: 20:30h., 21:00h., 21:30h., 22:30h., 23:00h. y 23:30h.	2.091
Visita nocturna	Scala Coeli. Torres de la Clerecía	Viernes y sábado de 21:00h. a 24:00h.	1.197
Paseo guiado en bicicleta	Ribera del río Tormes y entorno monumental	Lunes, miércoles y viernes. Pases: 11:00h. y 19:00h.	439
Paseo interpretativo de la Naturaleza	Huerto de Calixto y Melibea	Lunes. Pase: 19:30h. Sábado. Pase: 12:00h.	353
	Jardin de la Merced y ribera del río Tormes	Martes y domingo. Pase: 19:30h.	280
Baños de bosque	Paseo Fluvial entre puentes Felipe VI y Enrique Estevan	Jueves y viernes. Pase: 19:30h.	217
Avistamiento de Aves	Ribera del río Tormes	Miércoles. Pase: 19:30h. Sábado. Pases: 10:00h. y 19:30h.	559
24 actuaciones			18.210

Valoración: más de 18.000 personas participaron en las propuestas estivales, de las cuales 403 lo hicieron en visitas accesibles. Hay que destacar la participación en las actuaciones programadas para celebrar que a finales de agosto se repetía en el cielo la configuración planetaria representada en la pintura de la bóveda del Cielo de Salamanca realizada por Fernando Gallego en el siglo XV: la observación astronómica con telescopios (3.713 personas) y la visita teatralizada en el Cielo de Salamanca (1.500 personas). En colaboración con la Asociación Salmantina de la Astronáutica y del Espacio se realizó el maratón del 22 al 24 de agosto con más de 2.000 participantes.



En colaboración con esta asociación se realizó la Noche Internacional de Observación de la Luna el 1 de octubre en la Plaza Mayor en la que se ofrecieron los siguientes recursos accesibles para facilitar la participación a todos los públicos: intérpretes de Lengua de Signos, adaptación de

los telescopios para facilitar la visibilidad a personas con silla de ruedas, maquetas tiflológicas de la luna, planetas y constelaciones. Participaron 4.740 personas, de ellas 30 personas con algún tipo de diversidad funcional.

2.10. La Noche del Patrimonio



Participación en la programación municipal para la celebración de La Noche del Patrimonio, el 17 de septiembre, organizada por la Red de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de forma conjunta con las siguientes actuaciones:

La Noche del Patrimonio			
Actuación	Espacio	Horario	Participantes
Puertas abiertas	Ieronimus. Torres de la Catedral	De 21:00h. a 24:00h.	441
	Scala Coeli. Torres de la Clerecía	De 21:00h. a 24:00h.	226
	Monumenta Salmanticae	De 21:00h. a 24:00h.	101
	Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	De 21:00h. a 24:00h.	97
	Museo de Historia de la Automoción	De 20:00h. a 24:00h.	771
	Iglesia de la Vera Cruz	De 21:00h. a 24:00h.	323
Cluedo teatralizado "La Ajusticiada. Un crimen sin resolver en Salamanca"	Barrio Bretón	Pase: 20:00h.	323
Visita teatralizada	Museo de Historia de la Automoción	Pases: 22:00h. y 23:00h.	
Visitas guiadas	Cerro de San Vicente	Pases: 20:00h. y 21:30h.	73
	Pozo de Nieve	Pases: 20:00h., 21:00h. y 22:00h.	95
	Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	Pases: 21:00h. y 22:00h.	35
	Parque Arqueológico del Botánico	Pase: 20:00h.	35
	Museo Taurino	Pases: 22:00h., 22:30h., 23:00h., y 23:30h.	50
	Museo de Historia de la Automoción	Pases: 22:15h. y 23:25h.	
	Iglesia de la Vera Cruz	Pases: 21:30h. y 23:00h.	
Paseo interpretativo de la naturaleza	Ribera del río Tormes	Pase: 19:30h.	35
16 actuaciones			2.823

Valoración: casi 3.000 personas participaron en este evento nocturno.

2.11. Día Mundial del Turismo

Bajo el lema “Repensar el Turismo”, el 27 de septiembre se celebró el Día Mundial de Turismo con jornadas de puertas abiertas a espacios patrimoniales y museísticos; visitas a espacios arqueológicos y entorno naturales; y dinamizaciones en los barrios:

Día Mundial del Turismo			
Actuación	Espacio	Horario	Participantes
Puertas abiertas	Ieronimus. Torres de la Catedral	De 10:00h. a 20:00h.	1.347
	Scala Coeli. Torres de la Clerecía	De 10:00h. a 20:00h.	772
	Museo de Comercio y de la Industria	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 20:00h.	114
	Museo Taurino	De 10:30h. a 13:30h. y de 17:30h. a 20:00h.	188
	Monumenta Salmanticae	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 19:00h.	116
	Museo de Historia de la Automoción	De 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 20:00h.	537
Visitas guiadas	Cerro de San Vicente	Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h.	88
	Ladera del Cerro de San Vicente	Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h.	86
	Cueva de Salamanca y Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h.	74
	Parque Arqueológico del Botánico	Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h.	80
	Pozo de Nieve	Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h.	88

Paseos interpretativos de la naturaleza	Huerto de Calixto y Melibea	Pases: 12:00h. y 18:00h.	54
	Jardín de la Merced y Ribera del río Tormes	Pases: 12:00h. y 18:00h.	49
Cluedo teatralizado “La Ajusticiada. Un crimen sin resolver en Salamanca”	Barrio Bretón	Pases: 12:00h. y 18:00h.	407
Visita guiada	Barrio del Oeste. Galería Urbana	Pases: 12:00h. y 18:00h.	32
	Barrio de San Vicente. Guerra de Independencia	Pases: 12:00h. y 18:00h.	40
16 actuaciones			4.027

Valoración: más de 4.000 personas participaron en este evento conmemorativo.

2.12. Las Llaves de la Ciudad

La decimocuarta edición de Las Llaves de la Ciudad se dedicó al Siglo de Oro en Salamanca. Se hizo hincapié en los siguientes hitos: la Escuela de Salamanca, el viaje de Colón, el Derecho de Gentes, la celebración de la boda de los príncipes Felipe y María Manuela, los Tercios Españoles, la vinculación de éstos con la Inmaculada Concepción, la obra literaria de Lazarillo de Tormes; y se destacaron las figuras históricas que dejaron huella en la ciudad: Elio Antonio de Nebrija, Cardenal Cisneros, Santa Teresa de Jesús, San Juan de la Cruz, la familia Fonseca, Francisco de Vitoria, Miguel de Cervantes y el Duque de Alba entre otros.

Se incluyeron espacios que habitualmente no forman parte de la oferta turística. Una oportunidad que valoran tanto los gestores de este patrimonio por poder mostrarlo de forma eventual, como el público –salmantino y visitante- por descubrir el patrimonio, la historia y los personajes que dejaron huella en la ciudad.

A fin de animar a la participación, se editó un pasaporte a cumplimentar en cada espacio para participar en el sorteo de un premio consistente en el acceso a la Sala de Manuscritos –el sanctasanctorum- de la Biblioteca Antigua de la Universidad.

Atendiendo a las circunstancias de cada espacio, el acceso a la visita se ofrecía libre o con invitación en grupos reducidos.



Acceso	Espacio	Actuación	Horario	Participantes
Libre	Colegio Mayor de Anaya	Visita teatralizada. Homenaje a Nebrija	Domingo. Pases: 12:00h y 13:00h.	1.225
	Monumenta Salmanticae y entorno patrimonial. Accesos a Colegio Mayor de Fray Luis de León y Museo de Salamanca	Paseo teatralizado con el Lazarillo de Tormes	Viernes. Pase: 12:00h. Sábado. Pase: 17:30h.	905
	Iglesia del Carmen de Abajo	Visita teatralizada. Homenaje a Santa Teresa y San Juan de la Cruz	Martes. Pases: 12:00h. y 13:00h. Sábado. Pases: 17:30h. y 18:30h.	1.166
	Colegio Mayor del Arzobispo Fonseca	Visita teatralizada	Jueves. Pase: 12:00h. Sábado. Pases: 12:00h. y 13:00h.	1.215
	Iglesias de las Isabeles y Corpus Christi	Visita teatralizada sobre la boda de Felipe y María Manuela	Viernes. Pase: 18:00h.	396
	Iglesia de la Vera Cruz	Visita guiada en torno a la Inmaculada y su vinculación con los Tercios	Lunes. Pase: 18:30h. Sábado. Pase: 18:30h. Honores de los Tercios Españoles: 3 de diciembre. Pase: 20:30h.	442
Invitación	Casa de Santa Teresa	Visita guiada en torno a Santa Teresa	Miércoles y sábado. Pases: 11:30h., 12:00h., 12:30h. y 13:00h. Domingo: Pases: 11:30h., 12:00h., 12:30h., 13:00h., 17:30h., 18:00h., 18:30h., y 19:00h.	1.776

	Convento de San Esteban	Visita guiada: sobre la Escuela de Salamanca y el sepulcro del Duque de Alba	Viernes. Pase: 16:30h.	246
	Biblioteca Antigua de la Universidad	Visita guiada	Martes. Pase: 18:00h. Miércoles. Pase: 12:30h.	296
	Museo de Pintura Medieval de Santa Clara	Visita guiada	Martes. Pase: 17:00h. Jueves. Pase: 17:30h.	280
	Palacio de Monterrey	Visita teatralizada	Miércoles. Pase: 17:00h.	177
	Huerto de Calixto y Melibea	Paseo Interpretativo de la naturaleza	Lunes y domingo. Pase: 12:00h. Miércoles. Pase: 17:00h.	390
	Cerro de San Vicente	Visita guiada	Lunes, sábado y domingo. Pase: 11:00h. y 12:30h., Jueves. Pase: 17:00h.	1.043
	Ladera del Cerro de San Vicente	Visita guiada	Martes y sábado. Pases: 11:00h. y 12:30h.	718
	Pozo de Nieve	Visita guiada	Lunes. Pase: 17:00h. Jueves y sábado. Pases: 11:00h. y 12:30h.	1.096
	Parque Arqueológico del Botánico	Visita guiada	Jueves. Pase: 17:00h. Sábado y domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	637
	Cueva de Salamanca y Centro de Interpretación de la Muralla	Visita guiada	Martes. Pase: 17:30h. Sábado y domingo. Pases: 17:00h. y 18:30h.	755
Reserva	Monumenta Salmanticae	Escape room		159
	Museo Taurino	Escape room		189
	19 actuaciones			13.111

Valoración: participaron 13.111 personas, de las cuales, 400 personas con diversidad funcional. Estas últimas visitas fueron organizadas junto con por Asprodes, Salud Mental, Insolamis y 9 personas sordas solicitaron intérprete de Lengua de Signos.

En el sorteo participaron 154 personas. Los cuatro premiados, más un acompañante por cada uno, visitarán el sanctasanctórum de la Biblioteca de la Universidad en 2023.

Han participado los siguientes gestores patrimoniales: la Junta de Castilla y León, la Diócesis de Salamanca, la Fundación de Edades del Hombre, la Universidad de Salamanca, la Casa de Alba, los Padres Dominicos, los Padres Carmelitas Calzados, las Madres Clarisas, las Siervas de San José y la Cofradía de la Vera Cruz.

2.13. Navidad en Salamanca

Participación en la programación municipal de Navidad 2022/2023 con propuestas familiares, visitas a espacios arqueológicos, a espacios de la naturaleza y dinamización en los barrios. Programación del 23 de diciembre de 2022 al 6 de enero de 2023.



Navidad en Salamanca 2022-2023			
Actuación	Lugar	Horario:	Participantes:
Cabalgata de Papa Noel	Recorrido: Vaguada, Paseo San Gregorio, Paseo Rector Esperabé, Calle San Pablo, Plaza Mayor.	De 18:00h. a 22:00h.	10.000
Visitas guiadas a espacios arqueólogos	Cerro de San Vicente	26 de diciembre y 2 de enero. Pases: 11:00h. y 12:30h.	102
	Ladera del Cerro de San Vicente	27 de diciembre y 3 de enero. Pases: 11:00h. y 12:30h.	88
	Pozo de Nieve	28 de diciembre, 4 y 5 de enero. Pases: 11:00h. y 12:30h.	161
	Parque Arqueológico del Botánico	29 de diciembre y 5 de enero. Pases: 11:00h. y 12:30h.	81
	Cueva de Salamanca y Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas	23 y 30 de diciembre y 6 de enero. Pases: 11:00h. y 12:30h.	108
Visitas guiadas a los barrios	Barrio San Vicente. Guerra de Independencia	23, 28, 31 de diciembre y 5 de enero. Pase: 12:00h.	100
	Barrio del Oeste. Galería Urbana	27 y 29 de diciembre. Pase: 12:00h.	59
	Barrio del Bretón	30 de diciembre y 4 de enero. Pase: 12:00h.	52
Cluedo teatralizado "La Ajusticiada. Un crimen sin resolver en Salamanca"	Barrio del Bretón	24 y 26 de diciembre. Pase: 12:00h.	157
Visita teatralizada familiar "West Safari"	Barrio del Oeste. Galería Urbana.	2 y 3 de enero. Pase: 12:00h.	101
Taller familiar de Villancicos con instrumentos impartido por Mayalde	Monumenta Salmanticae	26 de diciembre y 2 de enero. Pase: 12:00h. 29, 30 de diciembre y 4 de enero. Pase: 17:00h.	178

Paseo guiado en bicicleta	Ribera del Tormes y entorno monumental	Del 23 de diciembre al 5 de enero. De martes a viernes. Pase: 12:00h.	88
Paseo interpretativo de la naturaleza	Jardín de la Merced	26, 29 de diciembre y 2, 5 de enero. Pase: 12:00h.	52
	Huerto de Calixto y Melibea	23, 27, 30 de diciembre y 3 de enero. Pase: 12:00h.	76
	Ribera del río Tormes	24, 28, 31 de diciembre y 4 de enero. Pase: 12:00h.	88
Concierto Solidario de Navidad. Coro de la Vera Cruz	Iglesia de la Vera Cruz	28 de diciembre. 20:30h.	40
Visita guiada familiar	Ieronimus. Torres de la Catedral	Del 23 de diciembre al 6 de enero. De lunes a viernes. Pase: 18:30h.	290
17 actuaciones			11.821

Valoración: 11.821 personas participaron en estas propuestas navideñas, de las cuales 271 personas con discapacidad en visitas accesibles.

Destacar la participación de 10.000 personas en la Cabalgata de Papa Noel.

3. Espacios arqueológicos

Dinamización para facilitar el acceso al público a los espacios arqueológicos a través de las siguientes intervenciones:

- Mejoras en la atención:

- Accesibilidad Turística
 - Edición del folleto de Lectura Fácil de cada espacio arqueológico
 - Disponibilidad de bucles de inducción magnética de collar
- Pet Friendly: instalación de zonas habilitadas para caninos con bebederos de agua.



-Visitas guiadas en las siguientes programaciones:

- Disfruta de Salamanca en Navidad
- Programación del 30 de abril al 30 de junio
- Salamanca Dorada, Azul y Verde
- La Noche del Patrimonio
- Día Mundial del Turismo
- Las Llaves de la Ciudad
- Navidad en Salamanca

- Visitas a la Carta:

- Visitas gratuitas: visitas en grupo demandadas por asociaciones o colectivos de la ciudad o el alfoz.
- Visitas accesibles: visitas adaptadas a colectivos de personas con discapacidad
- Visitas de pago: a particulares y grupos que asumen el pago de los servicios del guía
- Visitas con guías turístico: incorporación de los espacios arqueológicos en el recorrido turístico

- Colaboraciones:

- Salamanca Fundación de Cultura y Saberes: visitas de escolares.
- Programación Arte Mayor: en colaboración con la Concejalía de Mayores, visitas bajo demanda por parte de asociaciones de mayores
- Alumni. Visitas guiadas a antiguos alumnos de la Universidad de Salamanca
- Salamanca a Tope: visita guiada a jóvenes dentro de la oferta de ocio nocturno
- Ferias y Fiestas de Salamanca: participación con visitas guiadas y puertas abiertas
- Voluntar: visitas organizadas por la Agencia Municipal de Voluntariado
- Colaboración con viajes de familiarización de prensa y blogueros, operadores turísticos y viajes institucionales.

- Mantenimiento de las instalaciones en colaboración con los departamentos municipales de Mantenimiento, Limpieza y Urbanismo.

3.1. Cerro de San Vicente



Incorporación del espacio en las programaciones turísticas y visitas guiadas con arqueólogo en los siguientes periodos:

Cerro de San Vicente		
Periodo	Horario	Participantes
Del 12 de marzo al 3 de abril	Sábado y domingo. Pases: 10:30h. y 12:30h.	336
Semana Santa. Del 12 al 17 de abril	De martes a domingo. Pases: 10:30h. y 12:00h.	263
Octubre	Sábado y domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	555

Este espacio fue también punto de observación astronómica dentro del programa de Salamanca Dorada, Azul y Verde.

Valoración: 11.249 personas visitaron este espacio, de las cuales, 4.300 lo hicieron en las programaciones ofertadas: 1.994 en Visitas a la Carta y 208 en visitas accesibles. Además, dentro de la programación de Salamanca Dorada, Azul y Verde, en la observación astronómica participaron 3.713 personas.

3.2. Ladera del Cerro de San Vicente



Incorporación del espacio en las programaciones turísticas y visitas guiadas con arqueólogo en los siguientes periodos:

Ladera del Cerro de San Vicente		
Periodo	Horario	Participantes
Del 12 de marzo al 3 de abril	Sábado. Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h. Domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	411
Semana Santa. Del 12 al 17 de abril	De martes a domingo. Pases: 10:30h. y 12:00h.	176
Octubre	Sábado y domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	468

Valoración: 3.459 personas visitaron este espacio, de las cuales, 2.913 lo hicieron en las programaciones ofertadas, 546 en Visitas a la Carta y 41 en visitas accesibles.

3.3. Pozo de Nieve



Incorporación del espacio en las programaciones turísticas y visitas guiadas con arqueólogo en los siguientes periodos:

Pozo de Nieve		
Periodo	Horario	Participantes
Del 12 de marzo al 3 de abril	Sábado. Pases: 11:00h., 12:30h. y 18:00h. Domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	519
Semana Santa. Del 12 al 17 de abril	De martes a domingo. Pases: 17:30h. y 19:00h.	349
Octubre	Sábado y domingo. Pases: 11:00h. y 12:30h.	627

Valoración: 6.830 personas visitaron este espacio, de las cuales, 5.206 lo hicieron en las programaciones ofertadas, 1.411 en Visitas a la Carta y 130 en visitas accesibles.

3.4. Parque Arqueológico del Botánico



Nuevo atractivo turístico al incorporar a la visita turística la visualización de la recreación digital de la Iglesia de San Agustín y el Colegio Mayor de Cuenca tal y como eran en el S.XVI a través de video y gafas de Realidad Aumentada.

Incorporar este espacio a las programaciones turísticas y visitas guiadas en los siguientes periodos:

Parque Arqueológico del Botánico		
Periodo	Horario	Participantes
Del 12 de marzo al 3 de abril	Sábado y domingo. Pases: 12:00h. y 13:00h.	175
Semana Santa. Del 12 al 17 de abril	De martes a domingo. Pases: 12:00h. y 13:00h.	109
Octubre	Sábado y domingo. Pases: 17:00h. y 18:30h.	468

Valoración: 3.172 personas visitaron este espacio, de las cuales, 2.433 lo hicieron en las programaciones ofertadas, 739 en Visitas a la Carta y 96 en visitas accesibles. La recreación digital de los edificios del S.XVI visualizados a través de gafas de Realidad Aumentada supuso un impulso a la visita turística en este espacio y se ve reflejado en el incremento de la demanda a partir de ese momento (programa Salamanca Dorada, Azul y Verde).

3.5. Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas



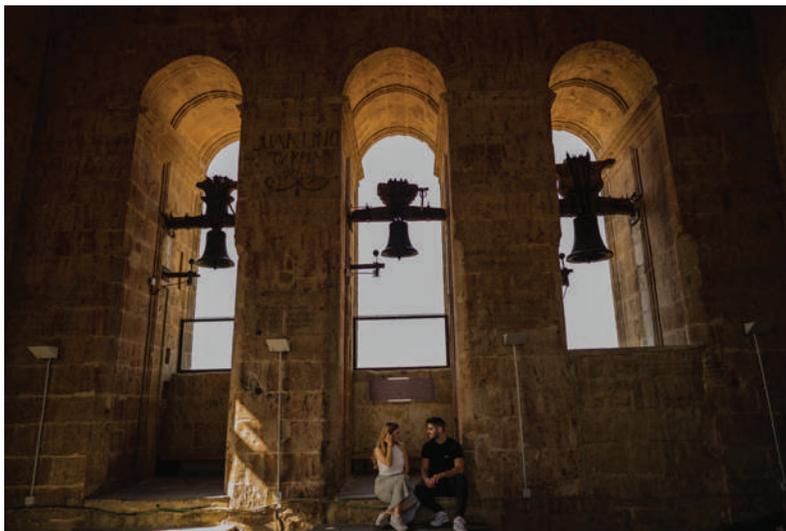
Incorporación de este espacio a las programaciones y visitas guiadas en los siguientes periodos:

Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas		
Periodo	Horario	Participantes
Del 12 de marzo al 3 de abril	Sábado y domingo. Pases: 17:30h. y 18:30h.	143
Semana Santa. Del 12 al 17 de abril	De jueves a domingo. Pases: 17:30h. y 19:00h.	113
Octubre	Sábado y domingo. Pases: 17:00h. y 18:30h.	455

Valoración: 19.451 personas visitaron este espacio, de las cuales, 2.518 lo hicieron en las programaciones ofertadas, dinimizaciones 351 en Visitas a la Carta y 40 en visitas accesibles.

4. Espacios patrimoniales y museísticos

4.1. Ieronimus. Torres de la Catedral



Las actuaciones e intervenciones realizadas, en colaboración con el equipo de la Catedral de Salamanca, fueron las siguientes:

- Celebración del XX Aniversario de la inauguración de la exposición. Se llevaron a cabo las siguientes actuaciones:

- 25 de marzo. Evento conmemorativo
- Presentación del proyecto de incorporación de la bajo cubierta de la Catedral Nueva a la visita turística.

- 25 y 26 de marzo: precio reducido de la entrada (2€), guías y ambientación musical en el recorrido
- 27, 28 y 29 de marzo: visitas nocturnas guiadas a la bajo cubierta con precio reducido (6€).

- **Dinamización:** incorporación de un juego interactivo con la aplicación Daremapp de búsqueda de pistas, dirigido al público juvenil y familiar, en español e inglés.

- **Mejoras en la exposición:**

- Mantenimiento de los equipos audiovisuales y juego de luces
- Reposición de la señalización

- **Comercialización:**

- Visitas a la Carta para particulares y grupos en horario nocturno.
- Visitas Premium en colaboración con Hacienda Zorita
- Colaboración con el programa Activa Salamanca. Espacio de canjeo
- Venta de entradas en hoteles, www.vitorsalamanca.com y www.salamancaymas.es

- **Comunicación y promoción:**

- Actualización de contenidos en www.ieronimus.es y redes sociales
- Colaboración en viajes de familiarización de prensa, bloggers, operadores turísticos y viajes institucionales.
- Edición de material promocional para la programación de visitas nocturnas
- Reimpresión de material informativo

- Colaboraciones:

- Fundación Salamanca Ciudad Cultura y Saberes: visitas guiadas a escolares y visitas con profesor como guía. Participaron: 1388 escolares
- Día Internacional de los Museos. 18 de mayo. Jornada de puertas abiertas
- La Noche del Patrimonio. 17 de septiembre. Jornada de puertas abiertas
- Salamanca a Tope. Visita guiadas a jóvenes
- Día Mundial del Turismo. 27 de septiembre. Jornada de puertas abiertas
- Pet Friendly: acceso a mascotas de pequeño tamaño en soporte habilitado

4.1.1. Visitas nocturnas “Mientras la Catedral duerme”



Duodécima edición de la programación de visitas guiadas y Visitas a la Carta en horario nocturno, ambientadas con música y luz interpretativa en el interior de la Catedral Nueva.

Ampliación del calendario de visitas nocturnas desde el mes de febrero hasta diciembre.

Calendario y horarios:

Febrero. Sábado. Pases: 19:30h., 20:00h. y 21:30h. También 27 de febrero

Marzo, abril, mayo y junio. Sábado. Pases: 20:15h., 20:30h., 22:15h. y 22:30h. También 1 de mayo y 24 de junio. Del 8 al 17 de abril no hubo visitas por la celebración de la Semana Santa.

Julio y agosto. Viernes y sábado. Pases: 20:30h., 21:00h., 21:30h., 22:30h., 23:00h. y 23:30h. También 24 de julio y 14 de agosto.

Septiembre, octubre, noviembre y diciembre. Viernes y sábado. Pases: 20:15h., 20:30h., 22:15h. y 22:30h. También 11, 30 y 31 de octubre, 4, 5, 6, 7 y 8 de diciembre.

4.1.2. Visitas familiares en Navidad

Nueva oferta turística de visitas guiadas dirigida a familias con nuevos contenidos, relativos a la Navidad en la Catedral.

Calendario y horario:

Del 23 de diciembre al 6 de enero. De lunes a viernes. Pase: 18:30h.

Valoración: 120.300 personas han visitado Ieronimus durante el año 2022. La mayoría de ellas, 111.814 optaron por la visita en horario diurno, 5.625 personas en la programación nocturna, 179 personas en la programación familiar Navidad en Salamanca y 1.294 personas en Visitas a la Carta, horario nocturna.

4.2. Scala Coeli. Torres de la Clerecía



En colaboración con el equipo de la Universidad Pontificia de Salamanca, se realizaron las siguientes actuaciones e intervenciones:

- **Dinamización:** incorporación de un juego interactivo con la aplicación Daremapp de búsqueda de pistas, dirigido al público juvenil y familiar, en español e inglés.
- **Mejoras en la exposición:** mantenimiento de la señalización expositiva.
- **Información y promoción:**
 - Nueva web www.torresdeaclerecia.com
 - Reimpresión de material informativo
 - Colaboración en viajes de familiarización de prensa, bloggers, operadores turísticos y viajes institucionales.

- Comercialización:

- Venta de entradas en hoteles, www.salamancaymas.es y www.vitorsalamanca.com
- Colaboración con el programa Activa Salamanca. Espacio de canjeo

- Colaboración:

- Fundación Salamanca Ciudad Cultura y Saberes: visitas guiadas a escolares. Participaron: 406 escolares
- Día Internacional y Noche Europea de los Museos. 18 y 20 de mayo. Jornada de puertas abiertas
- La Noche del Patrimonio. 17 de septiembre. Jornada de puertas abiertas.
- Día Mundial del Turismo. 27 de septiembre. Jornada de puertas abiertas.

4.2.1. Visitas nocturnas



Enmarcado dentro de la oferta nocturna en el programa Salamanca Dorada, Azul y Verde durante el periodo estival.

Calendario: del 1 de julio al 4 de septiembre

Horario: Viernes y sábado de 21:00h. a 24:00h.

Valoración: 81.100 personas han visitado Scala Coeli, de las cuales, 79.288 lo han hecho en horario diurno y 1.406 personas en horario nocturno.

4.3. Museo Taurino



Propuestas de dinamización y promoción, además de coordinación de tareas de mantenimiento.

Se han realizado las siguientes actuaciones:

- Actualización de la alarma de seguridad

- Mejora en la atención:

- Accesibilidad Turística: edición de folleto de Lectura Fácil
- Pet Friendly: acceso con mascotas caninas

- Sede de Master Class Toros: jornadas didácticas para descubrir los secretos de la tauromaquia.

- Primera edición: de febrero a mayo. Participaron: 25 alumnos.
- Segunda edición: de noviembre a abril. Participaron 34 alumnos.

- Participación en las siguientes programaciones:

- Formación dirigida a guías turísticas
- Día Internacional de los Museos y Noche Europea de los Museos
- La Noche del Patrimonio
- Las Llaves de la Ciudad con la promoción al Escape Room
- Visitas guiadas accesibles

- Venta de entradas, además de en el propio Museo, a través de:

- Venta de entradas en www.salamancaymas.es y www.vitorsalamanca.com
- Colaboración con el programa Activa Salamanca. Espacio de canjeo.

Valoración: 5.217 personas han visitado el Museo Taurino, de las cuales 491 personas han participado en el juego de escape del Museo.

4.4. Monumenta Salmanticae



Dinamización del Centro de Interpretación del Patrimonio Arquitectónico y Urbano de Salamanca.

Se realizaron las siguientes actuaciones:

- **Visitas a la Carta:** demandadas por parte de instituciones, asociaciones, colegios, grupos y particulares

- Colaboración con otras instituciones:

- Salamanca Fundación de Cultura y Saberes: visitas de 539 escolares.

-Participación en los siguientes programas:

- Día Mundial de los Museos y Noche Europea de los Museos

- La Noche del Patrimonio

- Salamanca Dorada, Azul y Verde

- Día Mundial del Turismo

- Las Llaves de la Ciudad

- Navidad en Salamanca

- Visitas guiadas accesibles

- Mantenimiento en colaboración con los departamentos municipales de Limpieza, Mantenimiento, Medio Ambiente, Urbanismo y Salud Pública

Valoración: 15.691 personas han visitado Monumenta Salmanticae, de las cuales 539 personas han realizado el escape room.

4.5. Iglesia de la Vera Cruz



Acuerdo de colaboración con la Cofradía de la Santa Vera Cruz de Salamanca para la apertura del templo a la visita turística.
Participación en la conmemoración del IV Centenario de la imagen de la Inmaculada de Gregorio Fernández.

Actuaciones:

- Participación en las siguientes programaciones:

- Disfruta de Salamanca en Navidad
- Formación dirigida a guías turísticas
- Paseos por Salamanca. Recorrido conmemorativo al IV Centenario de la Inmaculada de Gregorio Fernández
- Salamanca Dorada, Azul y Verde
- La Noche del Patrimonio
- Las Llaves de la Ciudad
- Navidad en Salamanca

Valoración: 20.337 personas han visitado la Iglesia de la Vera Cruz.

4.6. Albergue de Peregrinos en la Vía de la Plata. Casa de la Calera



Gestión y mantenimiento del albergue municipal de peregrinos en colaboración con la Asociación de Amigos del Camino de Santiago – Vía de la Plata.

Valoración: 1.314 peregrinos han pernoctado en el albergue municipal.

4.7. Ruta Las Pequeñas Iglesias. De los orígenes de la ciudad

Promoción de las iglesias románicas del S.XI durante el periodo de repoblación de la ciudad: San Martín, San Julián, San Benito, San Juan Bautista de Barbalos, San Marcos, San Cristóbal, Santo Tomás Cantuariense y Santiago.



Se incorporaron los siguientes templos en las siguientes programaciones:

- Paseos por Salamanca: San Benito, San Julián, San Cristóbal y Santo Tomás Cantuariense
- II Festival Siglo de Oro: San Benito
- Programa de Apertura de Templos: San Martín, San Marcos, Santo Tomás Cantuariense y San Julián junto a otros templos de interés patrimonial

4.7.1. Programa de Apertura de Templos

La Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León, el Patronato Provincial de Turismo de Salamanca y la Diócesis de Salamanca organizaron el programa de Apertura de Templos para facilitar la visita interior de los templos de interés patrimonial en el periodo de la Semana Santa y verano.

Apertura en Semana Santa. Del 9 al 18 de abril. De 11:00h. a 14:00h. y de 16:00h. a 19.00h.

Financiado por Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

Apertura de Templos	Abrimos en Semana Santa
Templo	Visitantes
Iglesia de la Purísima	13.386
Iglesia de San Marcos	626
Iglesia de San Sebastián	7.985
Iglesia de San Julián	3.251
Iglesia de San Martín	23.571
Iglesia de la Vera Cruz	2.622
6 templos	51.441

Apertura en Verano. Del 12 de julio al 11 de septiembre

Financiado por Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León del 12 al 31 de julio y del 1 al 11 de septiembre; y por el Patronato Provincial de Turismo de Salamanca del 1 al 31 de agosto.

Apertura de Templos	Abrimos en Verano
Templo	Visitantes
Iglesia de la Purísima	21.121
Iglesia de San Sebastián	5.484
Iglesia de San Julián	6.218
Iglesia de la Vera Cruz	5.310
Iglesia Santo Tomás Cantuariense	4.109
Iglesia de Sancti Spiritus	2.078
6 templos	44.320

Valoración: 95.761 personas visitaron templos de la ciudad, destacando el periodo de Semana Santa con más de 51.441 visitantes entre los 6 templos.

4.8. Ruta Espacios entre abiertos. La Espiritualidad Femenina

Promoción de los conventos de órdenes religiosas femeninas que facilitan el acceso turístico al patrimonio que guardan dentro de sus muros.

4.8.1. Museo de Pintura Medieval de Santa Clara



En colaboración con la Fundación de las Edades del Hombre se organizaron las siguientes actuaciones:

- Puertas abiertas del 6 de diciembre de 2021 al 9 de enero. Recibió 2.799 visitantes
- Exposición de Exin Castillos y West en la que se incluía maquetas de edificios de Salamanca del 29 de noviembre al 20 de enero de 2023 en el coro bajo. Acceso gratuito. Recibió 4.899 visitantes.

- Participación en los siguientes programaciones:

- Disfruta de Navidad en Salamanca
- Formación dirigidas a guías turísticas
- Paseos por Salamanca
- Las Llaves de la Ciudad

Valoración: 5.152 personas visitaron este espacio. Además, 4.899 personas visitaron la exposición Exin Castillos y West. La Fundación Edades del Hombre agradece la incorporación de este espacio a las programaciones al ver incrementada su promoción y afluencia.

4.8.2. Casa de Santa Teresa



Promoción de la figura de Santa Teresa de Jesús dentro de los actos de conmemoración del IV Centenario de su Canonización y I Centenario de la designación de Doctora Honoris Causa por la Universidad de Salamanca.

En colaboración con las Siervas de San José se facilita el acceso a la visita turística con la incorporación de una auxiliar de sala desde el mes de septiembre y adaptación del horario de apertura al público:

Viernes de 17:00h a 20:00h.

Sábado, domingo y festivos de 10:00h. a 14:00h. y de 17:00h. a 20:00h.

Participación en los siguientes programas:

- Paseos por Salamanca. Recorrido "Santa Teresa de Jesús. Centenario de la concesión de Doctora Honoris Causa por la Universidad de Salamanca"
- Las Llaves de la Ciudad: dos visitas teatralizadas con la figura de Santa Teresa de Jesús en la Casa de Santa Teresa e Iglesia de Carmen de Abajo.

Valoración: 3.028 personas visitaron este espacio, de las cuales, 1.776 personas lo hicieron con visita teatralizada dentro de la programación de Las Llaves de la Ciudad.

4.9. Ruta Salamanca e Iberoamérica

Producto turístico que incluye los espacios patrimoniales vinculados a las relaciones entre Salamanca e Iberoamérica.

4.9.1. Cueva de Salamanca. Torre de Villena. La Cerca Vieja

Dinamización para facilitar el acceso al recinto. Se realizaron las siguientes actuaciones:

- Acceso al público desde el mes de junio con la apertura parcial del recinto: cripta y parte de la cerca vieja
- Actualización de la señalización y lona informativa con indicaciones de seguridad
- Visitas guiadas junto al Centro de Interpretación de las Murallas Salmantinas. Se incorporaron en los siguientes programas:
 - Salamanca Dorada, Azul y Verde
 - Día Mundial del Turismo
 - Las Llaves de la Ciudad
 - Navidad en Salamanca
- Mantenimiento de las instalaciones y de los recursos tecnológicos.



4.9.2. Convento de San Esteban

Mantenimiento de la intervención "Presencia y Acción Dominica" y el audiovisual del confesionario de Santa Teresa en el claustro del Convento de San Esteban como parte del recorrido turístico patrimonial.

Los Padres Dominicos colaboraron en las siguientes programaciones:

- Paseos por Salamanca. Recorrido Santa Teresa de Jesús
- Las Llaves de la Ciudad



4.9.3. Universidad Pontificia de Salamanca

La exposición “Vita Ignatti. Acción y Contemplación” se mantiene en el claustro como parte del recorrido turístico patrimonial de la Universidad Pontificia de Salamanca. Comparte espacios comunes, personal de atención y taquilla para la venta de entradas con Scala Coeli. Se comercializa la entrada conjunta en www.salamancaymas.es.

Valoración: 29.964 personas visitaron este espacio. La entrada conjunta con Scala Coeli la adquirieron 17.797 personas.



4.9.4 Cielo de Salamanca

Dinamización en el Cielo de Salamanca, que mantiene la intervención “Bajo un mismo cielo,” dentro de la programación estival Salamanca Dorada, Azul y Verde. Esta actuación se enmarca dentro de la promoción de la configuración planetaria en el cielo que se representa en la pintura de la bóveda realizada por Fernando Gallego, que se dió a finales de agosto, según el estudio del profesor de la Universidad de Salamanca Carlos Tejero. Un evento astronómico a destacar y al que se incluye la observación astronómica del cielo con telescopio en el Cerro de San Vicente.





03 | COMUNICACIÓN

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

03 | COMUNICACIÓN

Objetivos

Principales líneas de actuación

Actuaciones

1. Promoción y comunicación de productos turísticos, proyectos y eventos

- 1.1. Campaña promoción 2x1
- 1.2. México
- 1.3. Colaboración con la Universidad de Salamanca a través de Alumni
- 1.4. Convenio con Movelia

- 1.5. Turismo familiar
- 1.6. Salamanca para Comérsela
- 1.7. Lunes de Aguas
- 1.8. Vuelve Salamanca
- 1.9. Salamanca con todos los sentidos
- 1.10. Turismo y Deporte
- 1.11. Semana Santa
- 1.12. Festival Siglo de Oro en Salamanca
- 1.13. Cabalgaza
- 1.14. Dinamizaciones de Espacios
- 1.15. Viajes de prensa y asistencia a periodistas
- 1.16. Medios, envío de información y materiales

2. Comunicación y promoción On line

- 2.1. Portal Turístico www.salamanca.es

2.2. Aplicación turística “Salamanca Turismo”

2.3. Tour Virtual

2.4. Salamanca 360°

2.5. Salamanca y más

2.6. Tienda online

2.7. Otras herramientas de promoción online

3. Redes sociales y Marketing Digital

3.1. Redes Sociales

3.2. Marketing Digital

4. Edición de materiales

5. Comunicación en áreas específicas

5.1. Museo del Comercio y la Industria de Salamanca

5.2. Museo Taurino de Salamanca

- 5.3. Salamanca Ciudad del Español
- 5.4. Salamanca Film Commission
- 5.5. Salamanca Convention Bureau
- 5.6. Palacio de Congresos
- 5.7. Comercio y Promoción Económica

6. Redes Territoriales

- 6.1. Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España
- 6.2. Huellas de Teresa
- 6.3. Asociación Hispano Japonesa
- 6.4. Familias numerosas

7. Presencia en medios de comunicación

- 7.1. Medios nacionales
- 7.2. Medios internacionales

Objetivos

Durante el año 2022 se han retomado las acciones de comunicación previas al Covid19, sin restar importancia a las nuevas herramientas digitales que han cobrado especial relevancia el año anterior y que, una vez implementadas, suponen un canal habitual en la forma de comunicación, así como un punto de partida para el desarrollo de nuevas herramientas digitales de interacción con el público.

Se continúa reforzando el posicionamiento como destino turístico a través de acciones concretas destacando las diferentes campañas que, a lo largo del año, pone en marcha Turismo de Salamanca.

Principales líneas de actuación

Comunicación y Publicidad

Promoción Online: Portal turístico, aplicación turística, tienda online, redes sociales y otros

Comunicación de los principales programas y marcas del destino.

Relaciones con los medios de comunicación

Edición de nuevos materiales promocionales

Gestión del archivo fotográfico y de las imágenes

Atención de solicitudes de información, documentación, imágenes, etc.

Formación

Actuaciones

1. Promoción y comunicación de productos turísticos, proyectos y eventos

1.1. Campaña promoción bonos 2x1

Por segundo año consecutivo, se desarrolla esta campaña que tiene como objetivo apoyar al sector hotelero local y promover la estancia de turistas en la ciudad a través de la promoción de estos bonos.

Las acciones de promoción han sido las siguientes:

- Envío de información de la oferta a agencias de viajes
- Banner en billetes origen y destino Madrid.
- Rotulación trasera de 5 autobuses del grupo Avanza
- Reportaje 1 página y faldón promocional en El Periódico de Cataluña, especial Destinos. Fecha 31/03/2023.
- Campaña de promoción branded content en las cabeceras del grupo Alayans, campaña "Enamora y viaja". Fechas: del 15/07/2022 al 30/09/2022.
- Publireportaje a una página en la revista Hola Viajes. Fecha: 16/11/2022.
- Reportaje 2x1 promocional diario La Razón, especial primavera.
- Impresión 7.500 flyers "2x1 noches de hotel"
- Impresión 7.500 flyers "2x1 redescubre la ciudad"
- Promoción en redes de clubes deportivos de Salamanca a través de publicaciones en Twitter y promoción en prensa local. También vídeos promocionales para aficiones con la promoción 2x1.
- Contratación del servicio de posicionamiento SEO de la plataforma vitorsalamanca.com, desde la que se realiza la comercialización de la promoción 2x1, para mejorar el posicionamiento en buscadores.



1.2. México

Desde el Norte de México: arte, cultura y ciencia de la UANL en Salamanca

Del 4 al 7 de mayo de 2022 tuvo lugar el festival de la Universidad Autónoma de Nuevo León en Salamanca, con diferentes actos culturales en sedes de la ciudad y la Universidad de Salamanca.

Acciones de promoción:

- Se creó un logotipo para englobar las acciones conjuntas de promoción, comunicación y comercialización de México y Salamanca.
- Se realizó promoción de las actividades y una campaña marketing online y en medios de comunicación online.
- Creación de posters promocionales para su exhibición en ferias y eventos.
- Inserciones en diarios locales: Salamanca24horas, fechas: 04/05/2022 y 09/05/2022; La Gaceta de Salamanca en fechas 18/05/2022; Tribuna de Salamanca de fecha 03/05/2022 y Salamanca rtvaldia.
- Contratación de un espacio promocional en la emisora esRadio Castilla y León en un formato combinado incluyendo entrevista.



Promoción y comercialización de Salamanca en México

Esta promoción se realizó en el marco del Protocolo de Hermanamiento firmado con el Estado de Jalisco en FITUR 2020 con el objetivo de dar a conocer los atractivos del destino turístico en los principales mercados del país y posicionar la marca Salamanca en el mercado mexicano.

Acciones promocionales:

- Creación del logotipo “Salamanca, tu viaje de vuelta”, y aplicación a pósters con los mensajes “Patrimonio Mundial y Natural” con el que reflejar la vuelta a los orígenes de los charros salmantinos y mexicanos.
- La campaña promocional en México incluía destacadas acciones de marketing en redes sociales y medios, además de presentaciones tipo webinar o tipo speed networking y tianguis turísticos.

- Se enviaron materiales promocionales de la ciudad, tales como una presentación en Power Point, fotografías, videos, reportajes y carteles promocionales para ferias.



1.3. Colaboración con la Universidad de Salamanca a través de Alumni

El Ayuntamiento y Alumni reforzaron su colaboración con el fin de promocionar con acciones conjuntas la Universidad y la ciudad, a través del lema 'Salamanca es Universidad, es Salamanca' mediante tres proyectos concretos: los aniversarios Alumni bajo la marca "Salamanca Finde", el V Festival

Internacional de Ajedrez “Salamanca Cuna del Ajedrez Moderno” y el programa virtual “Quod Natura”.

“Salamanca Finde”

Iniciativa que atrae a la ciudad miles de exalumnos cada año. La intención es contactar con antiguos alumnos para convocarlos a visitar Salamanca junto a sus familias.

- El programa incluye además, la creación de eventos para celebrar los aniversarios de las diferentes promociones ofertando un paquete turístico que incorpore también visitas guiadas a los espacios patrimoniales o entradas a museos. El objetivo es doble, tanto ofrecerles una promoción atractiva como tratar de alargar su visita para llegar a esa barrera de los tres días de estancia media en nuestra ciudad.
- Promoción de la imagen de marca ‘Salamanca Finde’.

Festival Internacional de Ajedrez

El Festival de Ajedrez ‘Salamanca Cuna del Ajedrez Moderno’ llegó a su quinta edición con actividades durante todo el año.

Acciones promocionales:

- Contratación del diario Marca como Media Partner oficial del V festival de Ajedrez como un destacado reclamo en Salamanca. Se realizaron inserciones en el diario Marca los días 25, 26, 27, 28, 29 y 30 de octubre.
- Para la promoción y difusión de este evento se contrató la cobertura informativa en los medios locales.



Quod Natura

Programa presentado por Sergio Martín Herrera, periodista de RTVE e integrante de la Junta Directiva de Alumni-USAL, que se emite online a través del canal de YouTube de Alumni USAL.

Acciones promocionales:

- Emisión de 20 programas 'Quod natura non dat, Salmantica non praestat' retransmitidos a través de los canales YouTube y Facebook Live y en diferido mediante IGTV de Instagram.
- Gestión de espacios y entrevistas del programa presencial Quod Natura.



1.4. Convenio con Movelia

En el marco de colaboración con Movelia se llevan a cabo diferentes acciones de comunicación y promoción de eventos de interés en el canal de distribución y prescriptores a través de las herramientas de la plataforma de Movelia.

Las acciones de promoción están dirigidas a los usuarios del transporte en líneas regulares de autobús y a las agencias de viajes que utilizan Movelia para la reserva de billetes de autobús.

Acciones promocionales:

- Banner home, banner inferior y pantalla de espera "2x1 Salamanca te regala el doble"
- Impresiones acordadas: 565.000/ Impresiones alcanzadas: 549.611
- Publicidad en billetes de autobús destino Salamanca "App Salamanca Turismo". Impresiones alcanzadas: 13.121.
- Publicidad en billetes de autobús origen Madrid "Salamanca te regala el doble". Impresiones alcanzadas: 225.296.
- Impresiones acordadas: 25.000/ Impresiones alcanzadas: 237.417.
- Envíos a agencias de viajes "Salamanca, sí aquí es" 8.045 envíos.



1.5. Turismo Familiar

Como destino con el sello de Turismo Familiar, Salamanca promociona su oferta turística y cultural para realizar en familia. Se realiza la promoción y visibilidad de las actividades familiares de la oferta turística, así como promoción del turismo familiar en redes y reportajes.

Acciones promocionales:

- Promoción y visibilidad de las actividades familiares de la oferta turística.
- Con la imagen "Visita la ciudad jugando", se contrata un Banner home en la web "Salamanca y más".
- Creación del apartado "Juegos en familia" dentro de la web Salamancaymas para promocionar la ciudad a través de juegos y actividades para disfrutar en familia.
- Difusión de actividades familiares turísticas en el canal "Menuda es Salamanca".
- Promoción del turismo familiar en redes, reportajes...



1.6. Salamanca para Comérsela

En colaboración con el departamento de Comercialización se han desarrollado las diferentes acciones:

- Coordinación de la imagen del stand de Madrid Fusión.
- Presentación ante los medios locales de eventos con profesionales y patrocinadores.
- Cobertura online y promoción en redes.
- Contratación de una página promocional en el suplemento "Mas Gastronomía" del Diario Vasco.

- Promoción y difusión de la Semifinal del concurso Foro del Ibérico.
- Promoción y cobertura informativa en la feria de San Sebastián Gastronomika. Creación de la imagen e inserciones en el diario El Español y la web hostelerialsalamanca.es

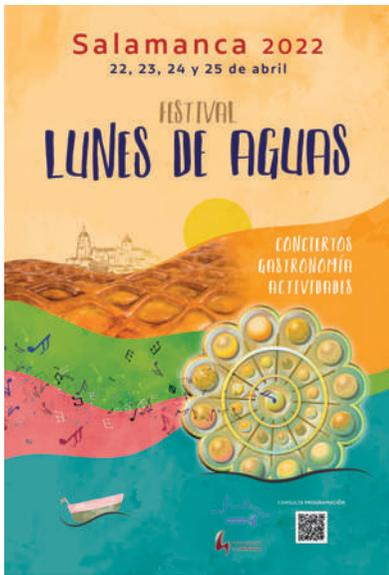


1.7. Lunes de Aguas

Declarada en 2020 Fiesta de Interés Turístico Regional, es un evento en el que se incorporan las tradiciones locales más singulares y participativas a la programación de la ciudad, además de promocionar el consumo del hornazo típico y dinamizar los espacios verdes de la ciudad.

Acciones promocionales:

- Creación de la imagen de la campaña promocional y adaptación de esta imagen a todos los formatos necesarios para su promoción en redes, web, prensa, mupis, carteles y trípticos.
- Promoción general de la festividad y actividades organizadas en www.salamanca.es, Instagram y Facebook de Turismo.
- Inserción publicitaria en la web www.hostelerialsalamanca.es.
- Inserciones en diarios los locales y regionales Salamanca 24 horas, La Gaceta de Salamanca y Tribuna.
- Realización del tríptico con el programa de actividades culturales, turísticas y gastronómicas
- Ruta de tapas en colaboración con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca.
- Vídeo promocional de la actividad.



1.8. Vuelve Salamanca

Objetivos:

Promoción de las actividades de ocio nocturno y de la imagen de la ciudad como destino de ocio nocturno de calidad y saludable para alargar la estancia del visitante.

Las actuaciones que se llevaron a cabo son las siguientes:

- En colaboración con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca (AEHS), un año más, se promueve la celebración del ciclo de conciertos bajo la denominación 'Vuelve Salamanca' para impulsar un ocio nocturno seguro, de calidad y que promocióne a los artistas locales.
- Promoción de los conciertos 'Vuelve Salamanca' en notas de prensa y redes. www.vuelvesalamanca.com
- Actualización mensual de la programación de la web www.salamancadenoche.es.

1.9. Salamanca con todos los sentidos

Objetivos:

A lo largo del año se han realizado numerosas acciones encaminadas a convertir la ciudad en un destino turístico y de ocio más inclusivo para todas las personas que viven y visitan la ciudad.

Actuaciones:

- Promoción en notas de prensa y redes sociales de la programación adaptada.
- Ampliación de materiales con información sobre accesibilidad y Lectura Fácil: Parque Arqueológico del Botánico, Cerro de San Vicente, Pozo de Nieve, Murallas y Cueva de Salamanca, Museo Taurino...
- Promoción de la aplicación turística accesible.

1.10. Turismo y Deporte

Un año más, se persigue promocionar Salamanca a través de los equipos deportivos de la ciudad.

Se ha ofrecido apoyo y promoción a los siguientes eventos deportivos:

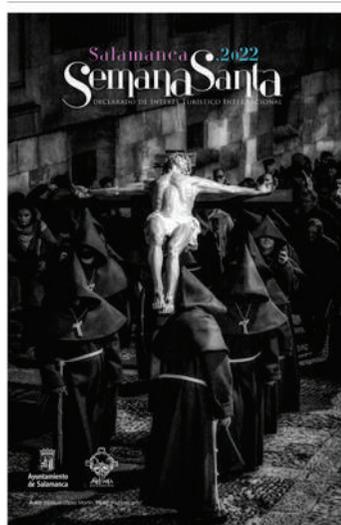
- Liga LAPI, torneo de pádel cuya final se celebró en Salamanca. Envío de fotografías y videos de la ciudad.
- Equipación del CB Tormes. Patrocinio del equipo de baloncesto con el logo de Turismo.
- Patrocinio Baloncesto Perfumerías Avenida.
- Creación de logotipo de la ciudad de Salamanca con el lema Patrimonio de la Humanidad para las camisetas de la equipación del Perfumerías Avenida.
- Imagen de Turismo de Salamanca en el frontal de camisetas y chaqueta oficiales de juego de Euroliga Femenina (máxima competición de baloncesto europeo). Logo de Turismo con link en la página web del club de baloncesto como patrocinadores.

- Imagen en la LED perimetral de Wurzburg durante los partidos en Salamanca (presenciales + TV + streaming) y en los dos vídeo marcadores del pabellón que emiten durante el descanso.
- Imagen en el photocall de la sala de prensa junto a los logos de los patrocinadores principales.
- 6º Torneo Internacional Ciudad de Salamanca de fútbol sala.

1.11. Semana Santa

Actuaciones:

- Diseño e impresión de diversos materiales de promoción como paneles, vinilos, cubos con imágenes e información ubicados en el centro de la ciudad y QR para la descarga de los recorridos procesionales.
- Decoración de espacios de la ciudad para promocionar la Semana Santa mediante la colocación de imágenes sobre la Pasión en tres puntos de la Rúa Mayor y en la Plaza Mayor.





- Diseño e impresión del programa de mano con los recorridos procesionales.



- Creación, textos y fotos de rutas nazarenas para incorporar a la APP, incluyendo traducción a cinco idiomas y vídeos en lengua de signos.
- Inserción de una página promocional de Salamanca en la revista Christus, que edita la Junta de Cofradías, Hermandades y Congregaciones de la Semana Santa.
- Colaboración con la tertulia Cofrade Pasión en la impresión de 3.000 ejemplares de la revista Pasión en Salamanca, incluyendo dos páginas promo-

cionales de Turismo.

- Adaptaciones de la campaña 2x1 para Semana Santa como reclamo para la atracción de visitantes a la ciudad.
- Contratación de una página promocional en la revista El Viajero de la promoción 2x1 especial Semana Santa.



- Organización y promoción del XXXVII Concurso de fotografías de la Semana Santa donde se elige el cartel oficial de la Semana Santa 2023 y la impresión y distribución de carteles.

1.12. Festival Siglo de Oro en Salamanca

Salamanca revivió el esplendor de los siglos XVI y XVII y su influencia en el mundo de la cultura con la celebración del segundo festival dedicado al

Siglo de Oro, celebrado del 1 al 26 de junio. Se programaron más de 30 actividades que incluyeron recreaciones en diferentes espacios de la ciudad, exposiciones, conciertos, desfiles, teatro, gastronomía o charlas.

El objetivo era consolidar la recreación del siglo de Oro como reclamo turístico a través de la muestra de las costumbres, vestimentas, gastronomía y divulgación de cultural de este periodo de máximo esplendor de España, que tuvo a nuestra ciudad como epicentro a través de su Universidad.

Actuaciones:

- Presentación de la programación ante medios de comunicación.

- Creación de imagen y materiales promocionales:

 - Mupis, tríptico, flyer, cartelería, cubos informativos, photocall.

 - Anuncios FB e IG.

 - Banners medios de comunicación

 - Cuña radio y spot

 - Rotulación en vinilo en Rúa Mayor, dos locales de la Plaza Mayor.

- Enlace a la página de reservas www.salamancaymas.es.

- Enlace desde destacado en salamanca.es a la web del evento.

- Campaña de marketing online para ampliar la difusión: campaña publicitaria en el diario digital Noticiassalamanca.com, Salamanca RTValdia, El Español, Tribuna, Salamanca 24h.

- Plan de medios para publicitar el evento: reportaje promocional en el Diario ABC, inserción de media página publicitaria en la revista XL Semanal,

El Norte de Castilla, La Gaceta, Cadena COPE, Radio Intereconomía, Onda Cero, Cadena Ser, La 8TV, TV CyL,



- Contratación del concierto del grupo Ensemble “Alla Antiqua”, diseño e impresión de flyers informativos con el programa y componentes del concierto de clausura celebrado en la Iglesia de la Purísima.

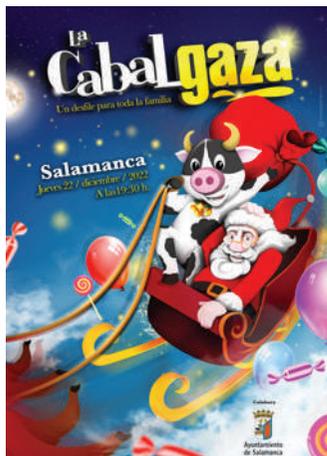
Valoración: implicación de la sociedad salmantina en las actividades y gran afluencia de participantes en las representaciones y citas organizadas.

1.13. Cabalgaza

El pasado 22 de diciembre, Papá Noel recorrió las calles de Salamanca por primera vez en una multitudinaria cabalgata con más de 300 personajes infantiles. Conocida como ‘Cabalgaza’, ya que está organizada por Leche Gaza, realizó un recorrido con carrozas por la zona centro donde su trineo desfiló junto a personajes emblemáticos de la Navidad. Se realizó la presentación de este evento que reúne cada año a miles de personas en otras capitales de la Comunidad como Valladolid, León, Palencia o Zamora, que este año se estrenó en las calles salmantinas.

Acciones promocionales:

- Difusión del evento en el circuito de mupis municipales.
- Promoción del evento e inserciones publicitarias en prensa local.
- Campaña de marketing digital en los principales diarios digitales de la ciudad.
- Cuñas radiofónicas y promoción del evento en radios locales.



1.14. Dinamizaciones de espacios

1.14.1. Paseos por Salamanca

Objetivos: conseguir la revalorización del patrimonio, bajo el lema 'El mejor vendedor de la ciudad eres tú', dando a conocer a los salmantinos la evolución de la ciudad a lo largo de los avatares históricos, de sus calles y urbanismo, para que se familiaricen con sus personajes y paisajes.

En esta edición se han programado 52 visitas en las que han participado 1.053 personas, con una media de 20 personas por pase. Un 27,25% de ellas se han beneficiado del programa de visitas accesibles (287 personas).

Actuaciones:

- Envío de notas de prensa con recordatorios de los Paseos.
- Diseño de materiales informativos tanto en flyers impresos como digitales.
- Impresión de 500 dípticos informativos.



1.14.2. Salamanca dorada, azul y verde

Objetivos:

Promoción de las actividades del programa cultural y turístico estival.

Actuaciones:

- Creación de la imagen de “Salamanca dorada, azul y verde”
- Presentación ante medios de comunicación en el Huerto de Calixto y Melibea.
- Materiales:

Edición de la programación, 5.000 unidades papel y digital.

Pegada de cartelería por la ciudad (500 unidades).

Señalización en espacios: enara, banderines en espacios arqueológicos, Monumenta Salmanticae y Museo Taurino.

Diseño y maquetación de cartel. Diseño, maquetación e impresión de 2.000 marcapáginas con información de los horarios y precios de las visitas nocturnas a Scala Coeli.

- Envío periódico de notas de prensa.
- Campaña de marketing online para reforzar la difusión.
- Programación de la reserva de visitas y actividades www.salamancaymas.es
- Promoción en página web de Turismo.
- Reportaje fotográfico.

Valoración: buena acogida entre el público tanto de la programación como del sistema de reserva de visitas.



1.14.3. Las Llaves de la ciudad

Objetivos:

Con el fin de acercar el patrimonio y la oferta cultural a todas las personas de la ciudad, el programa incluye visitas y paseos especiales accesibles a varios de los espacios, atendiendo a las diferentes capacidades. El Siglo de Oro y Santa Teresa fueron los protagonistas de la nueva edición de las Llaves de la Ciudad en la que se realizaron visitas guiadas y teatralizadas, además de paseos interpretativos por la naturaleza y juegos de escape.

Actuaciones:

- Creación de la imagen del programa 2022 y adaptaciones a diferentes formatos y soportes.
- Presentación del programa ante los medios de comunicación en la casa de Santa Teresa con representantes de algunos de los espacios monumentales que formaron parte de la programación.

- Inserciones publicitarias en prensa local.
- Materiales:
Folleto de la programación, 3.000 unidades
Banderines

Valoración:

El programa Las Llaves de la Ciudad se ha consolidado como una de las citas que acapara un mayor número de visitantes al aunar actividades culturales y de ocio en marcos únicos como son los espacios patrimoniales de la ciudad. Desde su puesta en marcha en el año 2008, un total de 100.301 personas han participado en este programa, que ha incluido desde su primera edición un total de 60 espacios patrimoniales.



1.14.4. Día Internacional de los Museos

El 18 de mayo del 2022 tuvo lugar el Día Internacional de los Museos bajo el lema “El Poder de los Museos”. Desde Turismo de Salamanca se elaboró un programa de actividades con jornadas de puertas abiertas, talleres, exposiciones y juegos.

El día 21 de mayo se celebró la Noche Europea de los Museos y para ello se abrieron los espacios en horario nocturno.

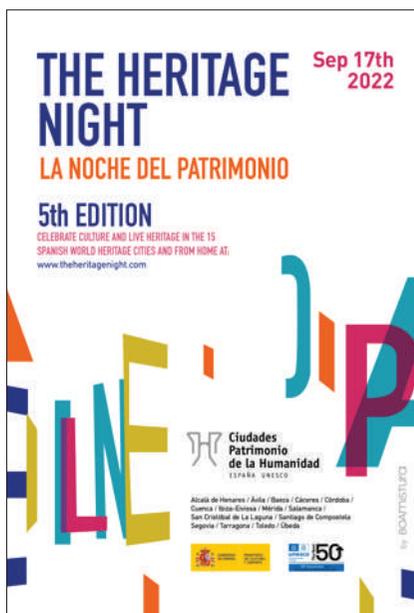
Actuaciones:

- Diseño del cartel promocional, folleto digital, gráficas para promoción en redes y banners.
- Difusión y promoción del evento en redes sociales.



1.14.5. Noche del Patrimonio

Amplia difusión en redes del evento, con la incorporación de la programación desarrollada en la ciudad para esta cita.



1.14.6. Día Mundial del Turismo, 27 de septiembre

Actuaciones:

- Diseño de imagen del Día Mundial del Turismo 2022 y tarjetón.
- Suplemento especial en La Gaceta de Salamanca.

- Tarjetón informativo con programación.
- Monitor en la oficina.
- Promoción en web y redes.

1.14.7. Monumenta Salmanticae. Centro de Interpretación del Patrimonio Arquitectónico y Urbano de Salamanca

Actuaciones:

- Notas de prensa y reportajes generales sobre el espacio.
- Actualización de materiales promocionales.
- Promoción en redes sociales.
- Promoción del espacio en el tour virtual.
- Promoción del espacio en materiales adaptados a lectura fácil.



1.14.8. Espacios arqueológicos:



Pozo de Nieve y restos del Convento de San Andrés.

Actuaciones:

- Promoción en notas y reportajes de visitas guiadas por arqueólogos.
- Promoción en redes.
- Diseño e impresión díptico espacios arqueológicos.
- Actualización del cartel informativo con los horarios de las visitas de cada temporada para la puerta de entrada.



Cerro de San Vicente.

Actuaciones:

- Comunicación a los medios de las actividades programadas en el Cerro y promoción en notas de prensa.
- Cartel informativo en la entrada al recinto.
- Impresión del folleto “Centro de Interpretación Cerro de San Vicente”
- Este espacio está incluido en la ruta del Patronato Provincial de Turismo sobre arqueología.
- Promoción en redes.



Centro de Interpretación de las murallas salmantinas Salmantica Sedes Antiqua Castrorum y Cueva de Salamanca.

Actuaciones:

- Creación de audioguía con locuciones de los carteles informativos.
- Comunicación a los medios de las actividades programadas en el espacio y promoción en notas de prensa.

- Material informativo.
- Cartel exterior con información de horarios.
- Promoción en redes.

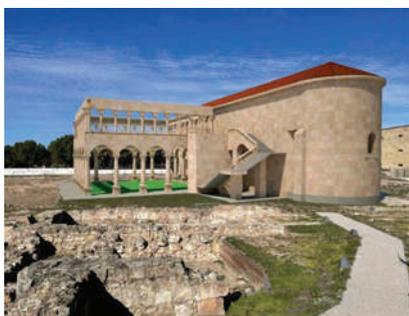


Parque Arqueológico del Botánico.

Actuaciones:

- Recreación digital con gafas 3D, microsite y video explicativo: promoción de la visita guiada al parque arqueológico del Botánico que permite a través de unas gafas 3D con un visor de realidad virtual, reproducir imágenes creadas por ordenador para visualizar “lo que existió” y “lo que existe.” Gracias a la recreación digital se puede ver en detalle cómo eran los edificios de este espacio destruidos en la Guerra de la Independencia.
- Diseño e impresión dípticos

- Comunicación a los medios de las actividades programadas en el espacio y promoción en notas de prensa.
- Promoción en redes.



1.14.9. Las Torres que nos miran: Ieronimus y Scala Coeli

Actuaciones:

- Creación de una gymkana a través de la app Daremapp para los espacios Scala Coeli y Ieronimus y su traducción al inglés.
- Promoción de las Torres de la Clerecía, Scala Coeli, y Ieronimus en el producto Las Torres que nos miran.
- Folleto informativo
- Impresión trípticos información y recorrido
- Envío de información y fotografías de Scala Coeli y Ieronimus a los periodistas que solicitan información sobre la ciudad.
- Lona acceso Scala Coeli con imágenes de la exposición y torres.



1.14.10. Palacio de Monterrey

Actuaciones:

- Promoción de las visitas al Palacio de Monterrey.
- Información sobre el Palacio de Monterrey y su vinculación a Santa Teresa de Jesús en la web salamanca.es.
- Promoción y difusión a través de las redes sociales y página web.



1.14.11. Iglesia de la Vera Cruz

Actuaciones:

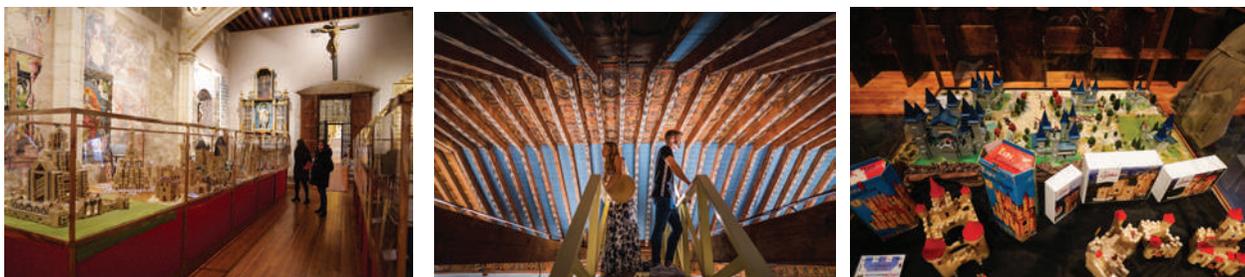
- Impresión del tríptico “Iglesia de la Vera Cruz. Pasión por el barroco”
- Promoción de las visitas y actividades en diferentes programas.
- Promoción en notas de prensa.



1.14.12. Museo de Pintura Medieval de Santa Clara

Actuaciones:

- Promoción del mes de puertas abiertas, del 6 de diciembre al 9 de enero de 2022, en el Convento de Santa Clara.
- Promoción y difusión en web y redes.
- Promoción exposición Exin Castillos



1.14.13. Otros Proyectos

Convenio taxistas:

Pegatinas con imagen de ciudad y tarifas de precios. Material turístico para ofrecer a los pasajeros.

Pet friendly

Ampliación de espacios de aceptación de mascotas y creación de espacios de espera para mascotas en espacios patrimoniales.

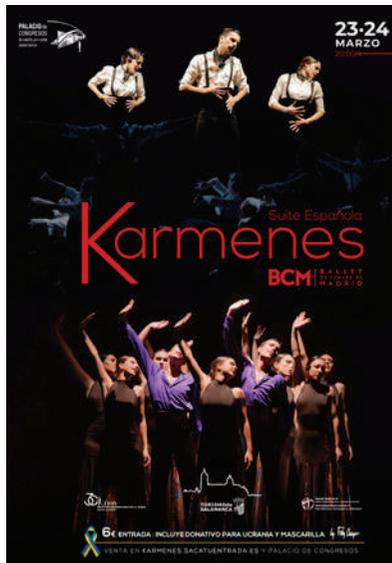
- Creación de cartelería
- Envío de notas de prensa
- Promoción a través de reportajes

Preestreno mundial del espectáculo 'Karmen-es', a beneficio del pueblo de Ucrania

Este espectáculo de danza tuvo lugar en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca y es destacable la importancia de su estreno por la repercusión que obtuvo Salamanca, teniendo en cuenta que la obra se representará en diferentes rincones del mundo en 2023.

Actuaciones:

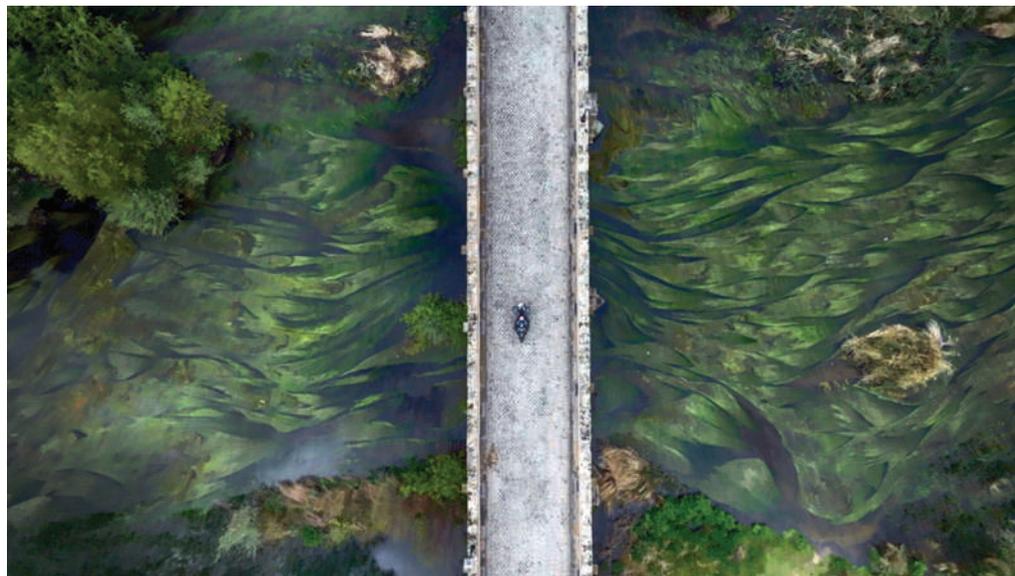
- Cuñas
- Banners
- Campaña medios impresos y digitales
- Circuito de Mupis municipales



Promoción como destino mototurístico

Turismo de Salamanca apuesta por la promoción de la ciudad como un destino mototurístico de referencia.

- Reportaje fotográfico en la revista Motoviajeros, envío de material y fotos
- Inserción de una página publicitaria.
- Vídeo promocional de un motorista en localizaciones de la ciudad



Autobuses del Grupo Avanza

Salamanca promociona su imagen en los autobuses del Grupo Avanza que conectan la ciudad con el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas. Cinco autobuses incluyeron vinilos decorativos de espacios como la Plaza Mayor, el Patio de Escuelas, Ieronimus o Scala Coeli.

Barrio del Oeste:

Promoción de la Galería Urbana y visitas guiadas y teatralizadas organizadas para dinamizar este barrio salmantino.

- Desplegable Galería urbana en español, inglés y francés.
- Incorporación de nuevas obras en las rutas de la Galería Urbana en español, inglés y francés.
- Actualización y mantenimiento de la app y web Galería Urbana.



Exposición en la Catedral-El Hombre misterioso

El 13 de octubre en la Catedral Vieja se inauguró mundialmente la exposición “The Mystery Man” sobre la Sábana Santa, tras 15 años de estudio y trabajo.

Actuaciones:

- Presentación en rueda de prensa y envío de notas de prensa.
- Diseño e instalación de una lona en la Plaza de Anaya.
- Instalación de 4 cubos promocionales en el centro de la ciudad.
- Promoción de la exposición en el circuito de mupis y pantallas de la ciudad.
- Vídeos promocionales.
- Cuadrípticos informativos
- Plan de medios: inserciones en prensa escrita y digital, cuñas en radio.





La Noche Internacional de Observación de la Luna

Nuevo evento de carácter inclusivo para reforzar en Salamanca el atractivo turístico de la astronomía. El día 1 de octubre de 20:00 a 23:00 horas en la Plaza Mayor, se celebró esta actividad anual organizada para el público a nivel mundial que fomenta la observación, apreciación y conocimiento de la Luna, así como su conexión con la ciencia y exploración planetaria de la NASA.

Actuaciones:

- Envío de notas de prensa y recordatorios periódicos.
- Promoción en redes sociales.

1.15. Viajes de prensa y asistencia a periodistas

Colaboración, información y asesoramiento a periodistas que visitan la ciudad:

Lydia Zimmermann, productora que visitó el Pozo de Nieve a fin de realizar una investigación para una película sobre el comercio del hielo en el siglo XVII.

Programa “Seguridad Vital” RTVE, febrero de 2022.

Programa TVE España Directo. Asistencia y asesoramiento para reportaje de la Plaza Mayor de Salamanca.

Augusto Lohmann, periodista que promocionaba los recursos de Salamanca dentro de una ruta que realizaba por destinos españoles.

1.16. Medios, envío de información y materiales

El departamento ha atendido las solicitudes de información y materiales de numerosos profesionales:

Gestión de entrevistas y reportajes solicitados por medios a guías, arqueólogos y profesionales colaboradores de las actividades organizadas desde Turismo.

Petición de fotografías de la Cadena hotelera Hospes.

Gaea Travel S.L. agencias de viajes y operadores turísticos. Envío de fotos para web.

Envío de información a Tendenciashoy, el portal de viajes, cultura y lifestyle del grupo editorial Economía Digital.

Envío periódico de información, fotografías y videos a las diferentes Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, Turespaña.

OET Argentina.

Envío de información a la Asociación de Familias numerosas.

2. Comunicación y promoción On line

La promoción online se realiza a través de diferentes canales de comunicación: las páginas web de la Sociedad www.salamanca.es, las redes sociales (Facebook, Instagram Youtube) y microsites.

Las aplicaciones para dispositivos móviles, que hacen más cómoda y agradable la visita de nuestros turistas, es otra de las herramientas que Turismo de Salamanca pone a disposición de los visitantes.

Junto a ello el envío de newsletter quincenal con oferta cultural y turística.

2.1. Portal Turístico www.salamanca.es

La web de Turismo ha sido una importante herramienta de comunicación del destino.

- Promoción de los recursos turísticos a través de la web.
- Promoción del destino a través de información práctica, videos, tour virtual.
- Banner pop up en la web con la promoción 2 x 1.



La web pública de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U. tuvo en 2022 210.883 usuarios, un 10,76% menos que en 2021. La duración media de una sesión es de 1:23 minutos.

Los países desde los que más usuarios ha recibido la página web www.salamanca.es han sido: España (con el 72,91% de los usuarios), Portugal (6,48%), Francia (3,93%), EE.UU. (2,76%), China (2,37%) y Alemania (1,47%). Por tercer año consecutivo, hay un número importante de usuarios vinculados a China.

2.2. Aplicación turística 'Salamanca Turismo'

Actuaciones:

- Campaña promocional de la app adaptado a diferentes formatos.
- Actualización de la agenda cultural y de ocio de la ciudad implementada en la app.
- Actualización de la app como herramienta destacada como guía de viaje oficial a la ciudad para los visitantes y la población local.
- Incorporación de cinco rutas nazarenas que recreaban la Semana Santa durante todo el año. Incluían itinerarios cofrades que divulgaban templos y enclaves procesionales, audio descripciones, imágenes, mapas y recomendaciones de recursos turísticos cercanos y su traducción al inglés, francés, alemán y portugués.





2.3. Tour Virtual

El tour virtual ha sido un eficaz escaparate ya que permitía la visita virtualmente, las 24 horas, los 365 días del año.



Ofrece:

- Tour de noche y tour virtual de día Salamanca360 (<https://salamanca360.com/>) 17 espacios de la ciudad a través de fotografías 360x180 en alta resolución.

Visitas: 12.910. Un 58,61% desde España, 14,51% desde EEUU, 3,15% desde Francia y 2,90% desde China.

Dispositivos: móvil 50,07%, ordenador 47,23% y Tablet 2,71%.

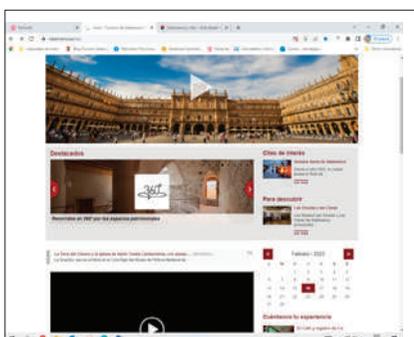
- Juego familiar con preguntas sobre la ciudad y audioguía, accesible.

2.4. Salamanca 360°

Herramienta que ofrece visitas virtuales a los siguientes espacios:

Cerro de San Vicente, Parque Arqueológico del Botánico, Pozo de Nieve, Ieronimus, Scala Coeli, Catedral Nueva y Vieja, Universidad, Convento de San Esteban y Museo de Pintura Medieval de Santa Clara.

-Acceso a través de 'Destacados' en la web salamanca.es.

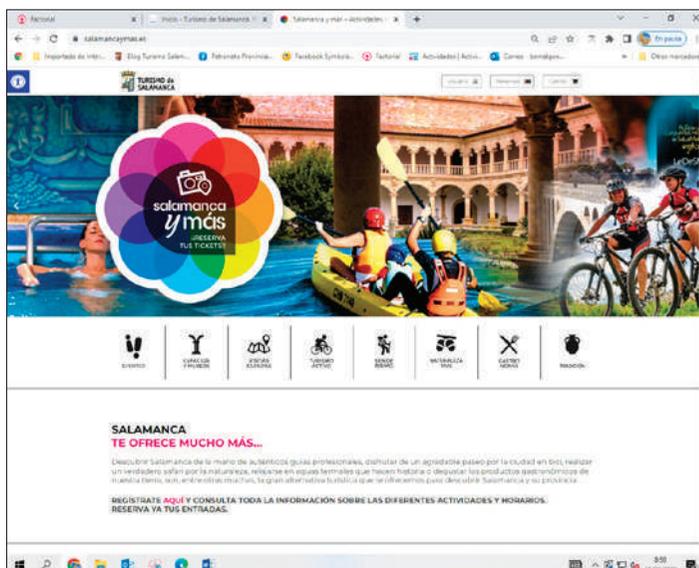


2.5. Salamanca y más

La web www.salamancaymas.es ofrece la comercialización online, además de facilitar la reserva de las actividades programadas por Turismo a lo largo del año.

Salamancaymas.es permite, asimismo, un acceso al registro de personas con necesidades especiales.

Acceso destacado al apartado juegos a través de la página inicial.



Datos visitas salamanca y mas

2.6. Tienda online

La Tienda de Turismo de Salamanca es el espacio online donde se pueden adquirir los productos de la tienda.

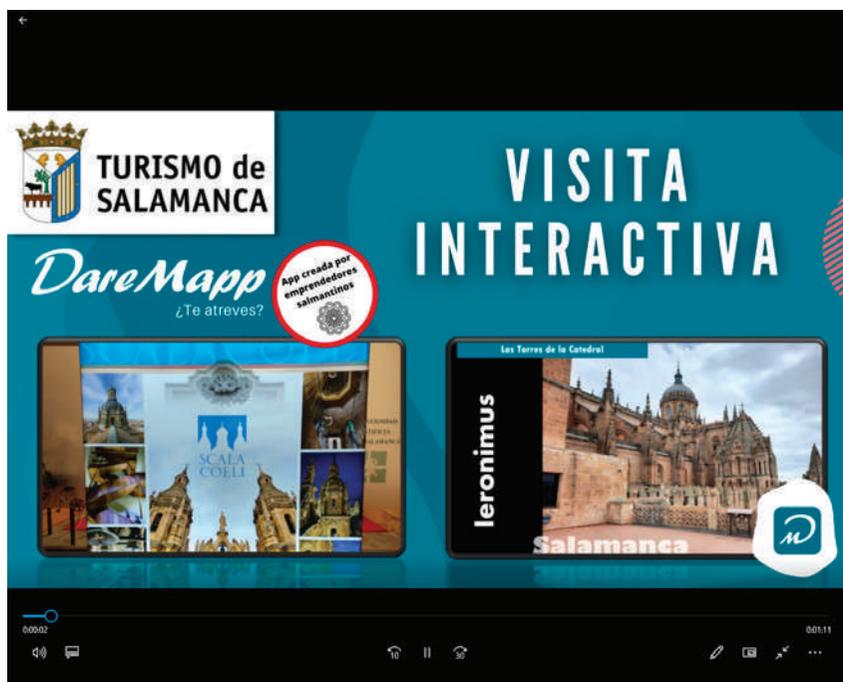
Con la dirección web www.latiendadeturismodesalamanca.com/es/net/org este año se han incluido productos nuevos y se han renovado las fotografías.



2.7. Otras herramientas de promoción online

- Blog de Turismo de Salamanca. Un espacio en la red para promocionar los recursos de la ciudad y compartir la oferta turística.
- <https://blog.salamanca.es/tag/salamanca/>
- Microsites dependientes de Turismo de Salamanca: Galería Urbana, Salamanca de noche, Museo Taurino, Torres de la Clerecía, Cerro de San Vicente, Vía de la Plata en Salamanca, Salamanca en detalles Kids...
- Newsletter quincenal con la oferta turística y cultural enviada a hoteles e interesados.
- QRs de acceso a la información online en los espacios turísticos, oficinas y materiales.
- Totems digitales. Permiten ofrecer información online en stands y otros espacios. Digitales, táctiles y dinámicos.
- Promoción Vítor Salamanca. La web www.vitorsalamanca.com es la plataforma a través de la que se comercializan los bonos 2x1. Servicio de posicionamiento y SEO de la web. Campañas de publicidad de la promoción de los bonos 2x1 con enlace a www.vitorsalamanca.es. Enlaces desde Vítor a www.salamanca.es y a la Tienda de Turismo.

- Una nueva aplicación móvil, DareMapp, dinamiza las visitas turísticas a Ieronimus y Scala Coeli. Los visitantes a estos dos espacios podrán realizar retos y juegos sobre los propios elementos patrimoniales, descubrir anécdotas sobre los mismos y compartir fotos en el lugar. La App está dirigida especialmente a un público familiar para descubrir los espacios patrimoniales.



3. Redes Sociales y Marketing Digital

3.1. Redes Sociales

La publicidad orgánica en las redes sociales es una destacada vía de comunicación entre el destino y el turista.

Objetivos:

Captación de nuevos seguidores.

Mejorar la calidad de nuestros seguidores.

Promoción de eventos.

Divulgación de contenidos.

Campañas específicas en periodos festivos y con programación.

Remarketing y fidelización.

Creación de audiencias.

Actuaciones:

- Con el objetivo de reforzar el posicionamiento del destino en redes, el departamento de comunicación sigue contando con la colaboración de los textos de Paco Cañamero.
 - Campañas específicas de difusión en redes sociales, como la presencia en ferias, nuevos productos turísticos, concursos o captación de seguidores.
 - Contratación de pago de publicidad en redes sociales.
- Seguidores Facebook: 41.000 Instagram:7.900.

3.2. Marketing Digital

Actuaciones:

- Cobertura Salamanca en FITUR 2022. Cobertura en fotografía y video para redes sociales.
- Difusión y publicaciones con cobertura en redes de Turismo de Salamanca. Difusión de presentaciones, autoridades, agenda...
- Difusión en web y RRSS en HosteleríaSalamanca.es. Publicación especial Salamanca en Fitur, cobertura y difusión de la feria y presentaciones en web y RRSS de www.hosteleriasalamanca.es
- Inversión publicitaria para la promoción de post en RRSS. Facebook Instagram en www.hosteleriasalamanca.es

4. Edición de materiales

Creación y actualización de los materiales promocionales de la ciudad para distribuirlos a través de diferentes vías: la Oficina de Información Turística, las ferias y eventos, la oficina de turismo online y canales digitales.

Creación de códigos QRs de acceso a materiales.

Mejora de la accesibilidad a través de enlaces a páginas en las que ampliar la información, iconos indicando accesibilidad de los espacios, lectura fácil, braille.

Traducción a idiomas.

Señalización de espacios.

Creación de contenido para redes sociales –imagen- bajo los valores de la sostenibilidad, accesibilidad, responsabilidad, digitalización, medio ambiente...

Edición de videos, spots y piezas promocionales de los principales espacios patrimoniales de la ciudad, presentaciones y de actuaciones destacadas.

Material Turístico

- Carteles para colocar en espacio con información sobre espacio DESA y uso de mascarillas.
- Lectura fácil: Museo Taurino, Pozo de Nieve, Cerro, Botánico y Cueva-muralla.
- Cartel uso mascarilla para oficina de turismo.
- Vinilo Aplicación turística para espacios.
- Vinilo Aplicación turística para bicicletas.
- Vinilo Desfibrilador para espacios.
- Flyers bonos 2x1. 7.500
- Flyers bonos 2x1 Redescubre la ciudad. 7.500
- Talonarios entradas Scala Coeli. 50.000
- Tríptico Iglesia de la Veracruz. 1.500
- Folleto Centro de interpretación Cerro de San Vicente
- Trípticos Scala Coeli. 20.000
- Dípticos Parque Arqueológico del Botánico. 5.000.
- Entradas conjuntas Scala Coeli y Vita Ignatti
- Dípticos visitas guiadas mayo y junio. Impresión de carteles. 2.000
- Folleto Las Llaves de la ciudad 2022. 3.000.
- Trípticos Festival Lunes de Aguas. 500
- Dípticos Paseos por Salamanca 2022. 500
- Carteles Salamanca dorada, azul y verde. 500
- Folletos Salamanca dorada, azul y verde. 5.000
- Materiales informativos: placas, vinilos, banderolas, soportes, cartelera, roll up, displays. Señalización de accesos y espacios patrimoniales.
- Guía Salamanca (folleto morado).7.500.

- Plano Salamanca plegado en inglés y francés. 15.000.
- Plano Salamanca plegado en español. 12.500
- Plano Salamanca plegado en alemán e italiano. 7.500
- Trípticos casa de Santa Teresa. 2.000
- Cesión de fotografías José Amador. 4.300.
- Mupis campañas promocionales.
- Pendrives serigrafiados con la marca Turismo de Salamanca. 500.
- Cartel de la Plaza Mayor. 2.000.

5. Comunicación en áreas específicas

5.1. Museo del Comercio y la Industria de Salamanca

Conjuntamente con la dirección del Museo se coordina:

- Gestión de notas de prensa.
- Preparación de ruedas de prensa y presentaciones.
- Promoción y difusión de las diferentes actividades en el museo a través de las redes sociales.



5.2. Museo Taurino de Salamanca

- Notas de prensa y presentación en el Museo.
- Promoción en redes sociales y ferias.
- Actualización de la web.
- Actualización de la cartelería.
- El Museo Taurino acogió la primera edición de “MasterClass TOROS”; jornadas didácticas para descubrir los secretos de la tauromaquia. Diez sesiones que tuvieron lugar todos los sábados, desde el 5 de marzo al 28 de mayo. Los alumnos matriculados participaban en las sesiones teóricas y asistieron a un tentadero que incluía el traslado a la finca.
- Grabación del programa especial “Toros con el Soro” en la feria taurina de Salamanca 2022 desde el Museo Taurino. Se bonificaron con 5 cuñas publicitarias que se emitieron durante el programa especial.



5.3. Salamanca Ciudad del Español

Desde Comunicación se trabaja con la dirección de la marca Salamanca Ciudad del Español a través de diferentes actuaciones:

- Elaboración de notas de prensa, así como supervisión de los diferentes materiales promocionales.
- Difusión a las diferentes acciones de promoción internacional realizadas por esta oficina en numerosos países a través de notas de prensa. También sobre los talleres y jornadas.
- Patrocinio del Foro del Español organizado por La Gaceta, donde se dio difusión y visibilidad a la marca Salamanca Ciudad del Español.
- A través de la Web Espanolensalamanca.com.
- Este año se puso en marcha la campaña “Familias Anfitrionas” para acoger a estudiantes de español. Para la difusión de este programa se editó un atractivo material promocional, que incluía la realización de un vídeo, spot y cartelería en mobiliario urbano.



5.4. Salamanca Film Commission

Campaña de Promoción del efecto de magia del ilusionista profesional Miguel de Lucas, “turismo de las emociones”. Consistía en la grabación y edición de tres vídeos con los que el ilusionista pretendía poner en valor toda la oferta turística y cultural de Salamanca de una forma inédita y sorprendente.

- Estrategia de comunicación en redes sociales y lanzamiento de vídeos con diversos cebos en las redes sociales de Miguel de Lucas y Turismo Salamanca.
- Envío de notas de prensa a los medios de comunicación de Salamanca y Castilla y León.
- Bajo la etiqueta #SalamancaMágica, que se incluyó en todas las publicaciones que se lanzaron desde los perfiles de Turismo del Ayuntamiento de Salamanca, Miguel de Lucas y ARG1 Comunicación.

Promoción de las II jornadas audiovisuales Salamanca Film Commission.



Inserción publicitaria en la revista Versión Original, en su número especial de mayo sobre Salamanca en el cine, promocionando asimismo la ciudad como destino de rodajes.

5.5. Salamanca Convention Bureau

En colaboración con la gerencia de esta oficina:

- Redacción de notas de prensa, actos de presentación en el Ayuntamiento, promoción de los eventos en medios y en redes sociales.
- Envío de datos, material gráfico y vídeos a periodistas.
- Gestión de entrevistas y reportajes.
- Envío de información y videos sobre Salamanca a los diferentes organizadores de congresos y eventos en la ciudad. Envío de contenidos y fotografías a Spain Convention Bureau para presentación genérica de España como destino MICE, envío de fotografías y textos para el apartado MICE de la web de la Junta de Castilla y León, ...
- Guía de destino y candidatura. Carpeta.



5.6. Palacio de Congresos

En colaboración con la dirección del Palacio:

- Promoción de Salamanca como destino de congresos, convenciones o eventos.
- Redacción de notas de prensa, promoción de eventos en medios y en redes sociales.
- Envío de datos, material gráfico y vídeos a periodistas.
- Gestión de entrevistas y reportajes.



5.7. Comercio y Promoción Económica

La colaboración del departamento de Comunicación con el área de Promoción Económica ha abarcado la coordinación con los técnicos en la elaboración de notas de prensa, ruedas de prensa y diferentes campañas de promoción.

6. Redes Territoriales

6.1. Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

- Difusión de las comunicaciones y notas de prensa procedentes del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.
- Envío de fotografías, videos e información de eventos de la ciudad para los diferentes reportajes, inserciones y presentaciones realizadas desde el grupo.
- Promoción en redes y la web salamancaymas de la Noche del Patrimonio el 17 de septiembre.

6.2. Huellas de Teresa

Participación en la I Asamblea General de las Huellas de Santa Teresa donde se estableció una estrategia común de marketing digital que trata de potenciar las 13 ciudades que forman parte de la red.

Campaña promocional en redes sociales, sorteo de estancias en las ciudades teresianas, así como lotes de productos.



6.3. Asociación Hispano Japonesa

Envío de video con declaraciones de personas que recomiendan visitar la ciudad.

[目的地の情報を探す](#)
[旅行代理店](#)
[ホテル](#)
[グルメ](#)
[ショッピング](#)
[タブラオ](#)
[フラメンコ](#)
[バス会社](#)
[美術館](#)
[ルート](#)

サン・エステバン修道院のファサード・テラス ~空へと開くミラドール~



サン・エステバン修道院の歴史的なモニュメントともいえる朝礼バルコニーは「歴史」、「芸術」、「信仰」への窓。この見学ツアーでは、回廊、聖歌隊、舞会などの修道院のさまざまな部屋へ訪れることができます。また、ブラテレスコ様式の最も美しいもの1つであるファサードにあるテラスへ上ることも可能。そこからは、大聖堂、ラ・クレシエンシア、旧市街の景色を眺めることができます。

入場料：日中のみ
 住所：Plaza del Concilio de Trento s/n

6.4. Familias numerosas

Concurso de fotos destinado a familias numerosas asociadas. Difusión en las redes sociales con el objetivo de incrementar seguidores y obtener visibilidad dentro de ese colectivo.

7. Presencia en medios de comunicación

La promoción en medios de comunicación de diferentes campañas, productos y eventos turísticos ha marcado buena parte del trabajo en el departamento de Comunicación. Varias han sido las campañas realizadas.

7.1. Medios nacionales

- Atención informativa y cobertura radiofónica en las plataformas de la empresa Rumbo Natura para la difusión de acciones de Turismo.
- Contraportada de la Revista Academia de la Diplomacia. (Tirada de 15.000 ejemplares), artículo del Concejal de Turismo y páginas de promoción de Turismo con sus fotos.
- Campañas de promoción de eventos en la plataforma Conciertos de Salamanca.
- Emisión de cuñas y cobertura informativa en la emisora Cope Salamanca.
- Especiales en El Mundo Castilla y León para la difusión y promoción del destino.
- Promoción de Salamanca en especiales del Grupo Promecal.
- Inserciones publicitarias en la web hostelería de salamanca.
- Emisión de cuñas publicitarias y cobertura informativa en la emisora local, regional y nacional Intereconomía.

- Spots promocionales en el canal de TV regional la 7.
- Spots promocionales en el canal de TV local La 8 Salamanca.
- Inserciones publicitarias de campañas promocionales, reportajes y cobertura informativa en La Gaceta.
- Inserciones publicitarias y cobertura informativa en el diario Noticias Castilla y León.
- Patrocinio del programa “Gente Viajera” de Onda Cero.
- Campaña publicitaria de tres meses incluyendo cuñas, entrevistas y microespacios en Onda Vasca.
- Colaboración anual con la plataforma “Viajar y Mucho Más” con reportajes, propuestas informativas y cobertura informativa.
- Inserciones publicitarias en el diario digital Salamanca RTV Al Día.
- Inserciones publicitarias campañas promocionales y cobertura informativa en el diario digital Salamanca 24 Horas.
- Emisión de cuñas y cobertura informativa en campañas promocionales en Cadena Ser Salamanca.
- Inserciones publicitarias, campañas y promoción de destino en Tribuna Salamanca. Reportaje Especial de Fitur en Tribuna Universitaria.
- Entrevista con el Concejal de Turismo en el canal Nacional 13TV.

7.2. Medios Internacionales

The Telegraph. El diario británico exalta esta ciudad “subestimada”: la llama “la Oxford española” <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/spain/spanish-cities-best-food-world-heritage-sites-tourist-free-summer-2022/>



04 | PROMOCIÓN

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

04 | PROMOCIÓN

1. Objetivos y líneas de trabajo

2. Canales de promoción del destino

2.1. Participación en ferias, Mercados de Contratación, Jornadas Comerciales, Viajes de Familiarización y Presentaciones.

2.1.1. Ferias.

2.1.2. Mercados de Contratación.

2.1.3. Jornadas Comerciales.

2.1.4. Viajes de Familiarización.

2.1.5. Presentaciones.

3. Promoción como miembro del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

4. Promoción del destino a través de productos específicos

4.1. Auto Res, S.L.

4.2. Movelia Tecnologías, S.L.

4.3. Compañía Aérea Volotea.

4.4. Asociación Hispano Japonesa de Turismo.

4.5. Federación Española de Familias Numerosas. Turismo Familiar.

5 Comercialización de Destino

5.1. Asociación de Agencias de Viajes de Salamanca (ASAV).

5.2. Grupo Andares. Estado de Jalisco (México).

6. Otros canales de promoción: agentes de viajes, turoperadores y prescriptores del destino

7. Colaboraciones con prescriptores del destino

7.1. Convenio Colectivo guías profesionales de turismo.

7.2. Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes (FECLAV).

8. Principales valoraciones

1. Objetivos y líneas de trabajo

La promoción y la comercialización turística revierten en la llegada de visitantes de diferente índole. El turismo incide en la sostenibilidad de la ciudad y en el apoyo que se presta a los diferentes sectores empresariales vinculados, de uno u otro modo, con la experiencia turística.

Las acciones que se desarrollan son muy diversas, como diversos son los actores que participan en la consecución de resultados, tanto en la promoción como en la comercialización del destino: desde la colaboración con otras áreas de la sociedad municipal o la consideración del producto turístico como contenido del destino hasta el trabajo con las diferentes marcas que igualmente se impulsan para la sostenibilidad turística. La promoción está vinculada a los servicios de atención, tanto en la Oficina de Información Turística, como en los diferentes espacios patrimoniales, que ejercen de embajadores en el destino.

Las diferentes líneas de actuación se canalizan a través de la participación en ferias, asistencia a mercados de contratación o workshops, jornadas de promoción, acogida de viajes de familiarización, realización de presentaciones, colaboraciones promocionales, etc. Todas las actuaciones tienen en cuenta la diversidad de públicos, la singularidad de cada mercado emisor y los productos locales contenidos en la oferta y la demanda.

Los objetivos están ligados a las siguientes premisas:

- La identificación de los mercados emisores para Salamanca, tanto para su consolidación y fidelización como para mostrar el potencial del destino.
- La identificación de los productos y servicios turísticos locales.
- La presentación e incidencia en aquellos mercados emergentes de interés para el destino.
- La identificación de los diferentes segmentos de público (cultural, religioso, vacacional, incentivos, congresual, idiomático, gastronómico, city break, etc.)

- El contacto directo con los comercializadores del destino: Agencias de Viajes y Turoperadores.
- Las acciones dirigidas al público final.

En las diferentes actuaciones se tienen en cuenta el mercado y público al que se dirigen, la distancia física entre el destino Salamanca y el mercado turístico, el conocimiento de los mercados internacionales en los que se viene trabajando (Europa, Asia, América), refuerzo del mercado nacional como principal emisor y establecimiento de colaboraciones para la promoción del destino en mercados emergentes como China, Sudeste Asiático o América Latina.

Las propuestas, los contenidos y los mensajes turísticos del destino, se adecúan y se cuidan dependiendo de la acción promocional incluyendo la oferta cultural, patrimonial, idiomática, religiosa, gastronómica, de naturaleza, de turismo activo o experiencias. De este modo, se establecen los canales para su comercialización, empresas privadas y agencias de receptivo principalmente, y se aprovechan las diferentes vías promocionales ya mencionadas: ferias, workshops, presentaciones, viajes de familiarización, contactos comerciales, etc.

2. Canales de promoción del destino

- Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León y el Patronato de Turismo de Salamanca en: ferias de turismo, jornadas comerciales, mercados de contratación y viajes de familiarización.
- Turespaña. Organismo gubernamental de Promoción Turística a través de su red de oficinas internacionales de turismo en el extranjero: ferias de turismo, jornadas comerciales, roadshows, viajes de familiarización para periodistas, reportajes.

- Como ciudad miembro del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE): ferias de turismo; presentaciones de los destinos dirigidas a profesionales del sector (turoperadores, agentes de viajes, periodistas y público final a través de workshops, ruedas de prensa, seminarios de formación, etc.); viajes de familiarización para periodistas, agentes de viajes, turoperadores, bloggers e instagramers.

La mayoría de estas acciones se llevan a cabo en el marco de diferentes convenios de colaboración firmados con organismos como Turespaña, Paradores de España o Iberia. Otras se enmarcan en colaboraciones puntuales con medios de comunicación y operadores turísticos.

- Desde la Sociedad de Turismo:

* Promoción del destino en colaboración con Oficinas Españolas de Turismo en el exterior: envío de material promocional, atención a las propuestas de viajes de familiarización y actualización de información referente a servicios y productos turísticos.

* Promoción del destino en colaboración con la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

* Promoción a través de acciones en el destino: eventos deportivos, festivales, ciclos culturales, etc.

2.1. Participación en ferias, mercados de contratación, jornadas comerciales, viajes de familiarización y presentaciones del destino

2.1.1. Ferias

Turismo de Salamanca promociona el destino y colabora estrechamente con el Patronato Provincial de Turismo mediante el envío de información general, así como a través de los servicios y productos turísticos privados ofertados tanto de la ciudad como de la provincia. Año marcado por la

intensa reapertura de los mercados turísticos y la celebración de ferias tras el parón ocasionado por la crisis provocada por la COVID'19:

Envío de material turístico acorde a la temática de la feria:

2.1.1.1. Feria FIO, Parque Nacional de Monfragüe, Cáceres (18 – 20 Febrero 2022).

2.1.1.2. Feria Navartur, Pamplona (25 – 27 Febrero 2022).

2.1.1.3. Feria BTL, Lisboa, Portugal (16 – 20 Marzo 2022).



2.1.1.4. Salon Mondial du Tourisme, París, Francia (17 – 20 marzo 2022).

2.1.1.5. Salon des Vacances, Bruselas, Bélgica (24 – 27 marzo 2022).

2.1.1.6. Feria B – Travel, Barcelona (1 – 3 Abril 2022).

2.1.1.7. Feria Expovacaciones, Bilbao (6 – 8 Mayo 2022).

2.1.1.8. Feria Aratur, Zaragoza (13 – 15 Mayo 2022).

2.1.1.9. Feria Turexpo, Silleda, Galicia (2 – 5 junio 2022).

2.1.1.10. Feria Ornitocyl, El Herradón de Pinares, Ávila (17 – 19 junio 2022).

2.1.1.11. Feria Global Birdfair, Ruthland Water, Reino Unido (15 – 17 Julio 2022)

2.1.1.12. Feria Festibike, Las Rozas, Madrid (9 – 11 Septiembre 2022).

2.1.1.13. Feria NATURCYL, Ruesga, Cervera de Pisuerga, Palencia (23 septiembre 2022).

2.1.1.14. Feria TTG Rimini, Italia (12 – 14 octubre 2022)

2.1.1.15. Feria Paestum, región de Campania, Italia (27 – 30 octubre 2022).

2.1.1.16. Feria World Travel Market, Londres, Inglaterra (7 – 9 Noviembre 2022)

2.1.1.17. II Convención Turespaña, Barcelona (3 – 5 Octubre 2022).

Participación en conferencias, mesas redondas y ponencias en las que se abordaron temas turísticos y situaciones de mercado, a nivel nacional e internacional. La última jornada se enfocó a reuniones con los Consejeros de Turismo de las diferentes Oficinas de Turismo en el Extranjero. Salamanca tuvo 15 reuniones con consejeros de turismo en el exterior, además de intercambio de información con otros profesionales del sector.



2.1.1.18. X Aniversario CEAV, Madrid (24 Noviembre 2022).

Encuentro con socios y partners de CEAV con motivo del X Aniversario de la creación de la Asociación. Cena con networking.

De todas las Ferias en las que hemos promocionado el destino, destacan por su relevancia, la feria internacional FITUR y la celebrada para el mercado de proximidad –INTUR:

2.1.1.19. Feria Internacional de Turismo, FITUR, Madrid (19 – 23 Enero 2022).

Numerosos encuentros promocionales y comerciales, firmas de convenios de colaboración con Movelia Tecnologías, firmas de convenios como

miembro del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad (Iberia, Paradores y Turespaña), presentación institucional de Salamanca: “Festival del Siglo de Oro”; como evento cultural para poner en valor esa época de la sociedad salmantina; y “Startup Olé Salamanca. Leading the feature”, evento que promocionará en la ciudad el desarrollo tecnológico y el apoyo en la generación de empresas. Se realizaron también encuentros y contactos comerciales con diversos turoperadores y empresas del sector mediante la participación en el espacio comercial de la Junta de Castilla y León con una mesa de contratación.

El mostrador del Patronato Provincial de Turismo de Salamanca, ubicado en el stand de la Junta de Castilla y León, contó con la atención de una informadora turística durante todos los días de la feria.



2.1.1.20. Feria INTUR, Valladolid (17 – 20 Noviembre 2022).

Única feria a la que Salamanca asiste con stand propio. Durante la misma, se llevaron a cabo dos presentaciones por parte del Alcalde de Salamanca: “El Lunes de Aguas”, declarada Fiesta de interés turística regional; y el “Plan de sostenibilidad turística de Salamanca”, sobre el que se empezará a trabajar en el 2023.

La participación en INTUR se inicia con la convocatoria para la contratación del stand promocional de Salamanca, la definición de los mensajes y contenidos promocionales, además de otras tareas propias de la logística que conlleva la feria, tales como la contratación del servicio de informadores y su correspondiente coordinación, traslados de material turístico, logística, etc.



2.1.2. Mercados de Contratación

2.1.2.1. Mercado de Contratación de Servicios Turísticos, Toro, Zamora (19 Mayo 2022).

Encuentro comercial entre Turoperadores y empresas e instituciones de Castilla y León. Asistencia de 26 turoperadores.

2.1.3. Jornadas comerciales / Workshops

2.1.3.1. Workshop en Madrid (3 Marzo 2022).

Jornada de medio día. Encuentro con cena con operadores y profesionales del sector. 94 asistentes.



2.1.3.2. Workshop en Castellón (6 Abril 2022).

Encuentro con comida incluida con operadores y profesionales del sector. 29 asistentes.

2.1.3.3. Workshop en Valencia (6 Abril 2022).

Encuentro con operadores y profesionales del sector con cena incluida. 74 asistentes.

2.1.3.4. Workshop en Alicante (7 Abril 2022).

Encuentro con operadores y profesionales del sector con comida incluida. 51 asistentes.

2.1.3.5. Workshop en Málaga (21 Abril 2022)

Encuentro con operadores y profesionales del sector turístico con cena incluida. 155 asistentes.



2.1.3.6. Workshop en Lisboa y Oporto (4 – 5 Mayo 2022)

Encuentro con operadores y profesionales del sector turístico con cena incluida. 83 asistentes.



2.1.3.7. Workshop en Bilbao (6 Octubre 2022).

Encuentro con operadores y profesionales del sector turístico con cena incluida. 72 asistentes.

2.1.3.8. Jornadas directas Varsovia, Polonia (26 octubre 2022).

Workshop con operadores y profesionales del sector turístico con cena incluida. 75 asistentes.

2.1.3.9. Jornadas directas Cracovia, Polonia (27 octubre 2022).

Workshop con operadores y profesionales del sector turístico con cena incluida. 26 asistentes.

2.1.4. Viajes de Familiarización celebrados en el destino

2.1.4.1. Viaje de familiarización para prensa, Pekín (24 – 27 marzo 2022). 2 periodistas. En colaboración con la Oficina Española de Turismo en Beijing. Turismo de Salamanca.



2.1.4.2. Viaje de familiarización Turoperador Sudamérica Buzz Travel (27 marzo – 1 abril 2022). 8 turoperadores. Turismo de Salamanca.

2.1.4.3. Viaje de familiarización editorial Japonesa “Akashi – Shoten” (5 – 7 Abril 2022). 2 periodistas. Turismo de Salamanca.

2.1.4.4. Viaje de familiarización Dublín: “Irish Independent & RTE World Report” (6 – 7 Abril 2022). 1 periodista. En colaboración con la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León. Turismo de Salamanca.

2.1.4.5. Viaje de familiarización programa de televisión holandesa “Wij zijn er bijna” (Mayo y Junio 2022). 5 periodistas. En colaboración con la Oficina Española de Turismo en La Haya. Turismo de Salamanca.

2.1.4.6. Viaje de familiarización para medio de Bruselas “Magazine KampeerToeristen” (18 mayo 2022). 2 periodistas. En colaboración con la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León. Patronato Provincial de Turismo de Salamanca.



2.1.4.7. Viaje de familiarización para prensa internacional. “Cultura, enoturismo y gastronomía” (4 – 6 junio 2022). 12 periodistas (Sao Paulo, Singapur, Dinamarca, Austria, Alemania, EEUU, Holanda, Japón, Irlanda, Francia, Portugal y Polonia). En colaboración con la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León. Turismo de Salamanca.

2.1.4.8. Viaje de familiarización Chicago: “Leisure Group Travel magazine” (5 – 6 junio 2022). Prensa dedicada a la Cultura y Enoturismo. 1 periodista. En colaboración con la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León. Turismo de Salamanca.

2.1.4.9. Viaje de familiarización Compañía Naviera Brittany Ferries (28 – 30 junio 2022). 3 pax. Viaje de prospección para incorporar Salamanca a su oferta comercializada. Turismo de Salamanca.



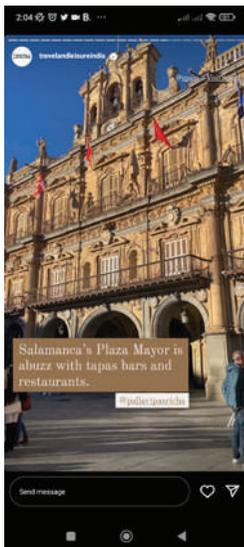
2.1.4.10. Blogtrip www.gatovadio.pt. Salamanca (14 - 16 octubre 2022). 3 pax. Especializado en turismo familiar. Turismo de Salamanca.

2.1.4.11. Viaje de familiarización periodista Frankfurt. Revista familiar “Eltern Family” (28 agosto 2022). En colaboración con la Oficina Española de Turismo en Frankfurt. Turismo de Salamanca.

2.1.4.12. Viaje de familiarización para periodistas internacionales Inauguración “The Mystery Man” (12 – 14 octubre 2022). Turismo de Salamanca.

2.1.4.13. Viaje de familiarización empresario Monterrey, México (19 – 22 octubre 2022). 3 personas. Turismo de Salamanca.

2.1.4.14. Viaje de familiarización OET Mumbai (5 – 7 Noviembre 2022). 2 periodistas. En colaboración con la Oficina Española de Turismo en Mumbai, India. Turismo de Salamanca.



2.1.5. Presentaciones del destino

2.1.5.1. Presentación buque "Salamanca" en el Puerto de Bilbao (29 marzo 2022). Barco de la Compañía Naviera "Brittany Ferries" dedicado a Salamanca y decorado con imágenes y guiños a la ciudad. Presentación a cargo del Director General de Brittany Ferries y el Presidente de la Autoridad Portuaria de Bilbao. Asistencia del Concejal de Turismo de Salamanca, la Gerente de Turismo de Salamanca y la Coordinadora de promoción de Turismo de Salamanca.



2.1.5.2. Acción comercial en Estados Unidos, en colaboración con las oficinas de Turespaña en Chicago, Nueva York y Dallas. Se realizaron varias presentaciones a agentes de viaje que trabajan con el mercado español. La organización de las jornadas estuvo a cargo de estas Oficinas de Turismo en el Exterior, contando todas ellas con gran afluencia de profesionales, quienes mostraron mucho interés en Salamanca. Los contactos comerciales se mantienen activos.

Presentación de Salamanca en Chicago, EEUU (15 Noviembre 2022). Drury Lane Theater & Events. En el marco de la feria MAST Sales Sensation se realizaron 2 presentaciones a dos grupos de agentes de viajes (25 – 30 personas cada grupo), tras una breve introducción de la Consejera de Turismo de Chicago. Por la tarde, se celebró el trade show con encuentros individuales con agentes de viajes. Posteriormente hubo cena – networking.



Presentación de Salamanca en Nueva York (16 Noviembre 2022). La Nacional Spanish Society. ASTA NY convocó a los agentes de viajes. Tras las presentaciones se celebró un cocktail – networking.



Seminario Formativo de Salamanca en Nueva York (17 Noviembre 2022). Oficina Española de Turismo de Nueva York. Seminario de 20 minutos de duración para la formación de jóvenes agentes de la Asociación de Agencias ASTA. Asistencia de unos 20 agentes.

Presentación de Salamanca en Dallas (18 Noviembre 2022). Meadows Museum. Presentación ante agencias de viajes e invitados del Museo. Tras las presentaciones, hubo una Actuación de Amador Rojas en colaboración con el Teatro Real, seguido de una comida networking con los asistentes.



3. Promoción como miembro del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

Como Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Salamanca es miembro activo de esta Red.

Salamanca ha sido representada en las diferentes actuaciones celebradas para la promoción de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España mediante diferentes soportes, en función de si la acción se desarrollaba en el destino o en origen. Las acciones de promoción han sido realizadas por el personal del grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, con sede en Avila, y en su mayor parte, en el marco de los convenios de colaboración suscritos por el Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España con Turespaña, Paradores de España, Iberia y otros colaboradores.

3.1. Feria FITUR, 19 – 23 enero 2022. Asamblea de Alcaldes del GCPHE en el stand de Castilla y León (Presidencia: Salamanca) Presentación del Plan Estratégico en el Stand de Turespaña y Presentación del Plan de Acción conjunto con Paradores.

3.2. Feria ITB Berlín, 9 – 12 marzo 2022. Evento online.

3.3. Seminario “La gestión de las Ciudades Patrimonio Españolas”, Salamanca, 10 – 11 marzo 2022.

3.4. Feria Salon Mondiel du Tourisme, París, Francia, 17 – 20 marzo 2022.

3.5. Feria Salon des Vacances, Bruselas, Bélgica, 24 – 27 marzo 2022. El último día presentación del mercado belga por la OET y recepción en la Residencia de la Embajadora Española en Bruselas.

3.6. Jornadas profesionales directas Miami, EEUU, 30 marzo – 1 abril 2022. Participación de 60 profesionales del sector turístico norteamericano.

3.7. Jornada sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible, Úbeda, 19 Abril 2022.

3.8. Presentación del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad en colaboración Paradores, Lisboa, 10 Mayo 2022). Presencia de 50 profesionales del sector turístico.

3.9. Presentación del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad en colaboración Paradores, México, 13 – 17 Junio 2022. Presentaciones a las principales agencias para el destino España: Viajes El Corte Inglés, Intermex, Felgueres. Reuniones con la Asociación de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial; Secretaría de Estado de las ciudades y estados Ciudad de México, Querétaro, Guanajuato, Monterrey; reuniones con Universidades de Nuevo León y CREA; y reuniones con empresarios.

- 3.10. Retransmisión del concierto extraordinario de la Orquesta Sinfónica de la Escuela Superior de Música Reina Sofía celebrado en la Plaza Mayor de Salamanca, 1 julio 2022. Presidido por la Reina Dña. Sofía.
- 3.11. Feria ILTM Singapur, China, 5 – 8 septiembre 2022.
- 3.12. Emisión del programa “Gente Viajera” de Onda Cero, 17 de septiembre. Emitido desde Salamanca con motivo de La Noche del Patrimonio.
- 3.13. “La Noche del Patrimonio”, las ciudades patrimonio muestran al mismo tiempo sus atractivos turísticos en jornadas nocturnas con música, apertura de espacios, puertas abiertas, conciertos, visitas guiadas, etc., 17 septiembre 2022.
- 3.14. Feria JATA, Tokio, 21 – 25 Septiembre 2022. Workshop previo a la feria con turoperadores y agentes de viajes japoneses.
- 3.15. Presentación del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad en colaboración con Paradores, Málaga, 22 septiembre 2022. Presencia de 50 profesionales del sector turístico.
- 3.16. II Convención Turespaña, Barcelona (3 – 5 octubre 2022). Presencia de 50 profesionales del sector turístico.
- 3.17. Encuentro con representantes de la Oficina del Historiador de la Habana, Salamanca. 11 octubre 2022.
- 3.18. Presentación nueva película del Grupo Ciudades Patrimonio en el Círculo de Bellas Artes, Madrid, 21 octubre 2022.
- 3.19. Presentación del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad en colaboración Paradores, Barcelona, 27 octubre 2022.

3.20. Feria WTM Londres, Inglaterra, 6 – 9 Noviembre 2022.

3.21. Emisión del programa de RNE de las mañanas de Pepa Fernández, Cáceres, 11 de noviembre 2022. Con motivo de la Asamblea.

3.22. Presentación del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad en colaboración Paradores, Tokio (Japón) y Seúl (Corea), 14 – 19 Noviembre 2022. Presencia de unos 70 profesionales del sector turístico. Se mantuvieron encuentros con el Turoperador Mikami, principal operador de este mercado; encuentro con el Ministro Consejero de la Embajada de España en Japón; encuentro con el Embajador de España en Corea.

3.23. Campaña de exteriores en Madrid, 1 – 31 de diciembre 2022. Circuito de pantallas digitales en quioscos de prensa, MK en el intercambiador de Príncipe Pío, pantallas digitales en el Palacio de la Prensa y en el teatro EDP Gran Vía.

3.24. Campaña de Comercialización con El Corte Inglés: acciones en prensa, circuito en centros El Corte Inglés (escaleras digitales, mupis), pantallas de delegación (451 pantallas), landing específica Ciudades Patrimonio, banner en landing “Escapadas”, Discovery Ads, newsletter a base de datos de clientes El Corte Inglés.

3.25. Edición de una guía Gastroturística de todas las ciudades patrimonio.

3.26. Campaña en Televisión: Planes Cuatro y Planes Gourmet (Mediaset).

3.27. Serie RTVE “Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad”. Serie documental en 4K.

3.28. Envío mensual de Newsletter en español e inglés.

4. Promoción del destino a través de productos específicos

4.1. Grupo Avanza S.A.

Turismo de Salamanca y el Grupo Avanza siguen manteniendo una estrecha colaboración en la que se esfuerzan por la recuperación del tráfico de viajeros y las frecuencias suspendidas con motivo de la pandemia. Para ello, se ha firmado un nuevo convenio de colaboración en junio de 2022 para lograr el pleno restablecimiento de las líneas Salamanca – Madrid – Salamanca. Las conversaciones y reuniones se han mantenido asiduamente para trabajar de manera conjunta en la promoción de este transporte como medio de llegar a la ciudad.



Una de las líneas que ha afectado al sector del turismo idiomático ha sido el trayecto entre Salamanca- Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid Barajas - Salamanca. Para ello, y por petición de las Escuelas de Español de la ciudad, se planteó la promoción de la ciudad en los autobuses que hicieran este trayecto durante los meses de verano, de junio a septiembre, restableciendo así esta conexión. Se vinilaron 5 traseras de autobuses promocionando

espacios patrimoniales de la ciudad como Las Torres de la Catedral, Las Torres de la Clerecía, el Patio de Escuelas o La Plaza Mayor y la campaña de promoción “Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad”

4.2. Movelia Tecnologías, S.L.

Renovación del Acuerdo de Intenciones entre Turismo de Salamanca y Movelia Tecnologías, S.L., rubricado ante los medios y con rueda de prensa en el marco de la Feria de Turismo FITUR, en Madrid. 21 de enero de 2022.

Esta plataforma, líder en comercialización de billetes de autobús, pone a disposición de Turismo de Salamanca sus canales de distribución para la promoción de la ciudad. Cuenta con más de 8.000 agencias on y offline, así como con los principales metabuscadores internacionales. La plataforma promociona los recursos turísticos de la ciudad también a través de su página web, en la que se comercializan los servicios de más de 80 empresas transportistas. La colaboración cuenta con acciones directas dirigidas a los usuarios de la plataforma.

Las acciones desarrolladas, en colaboración con el Dpto. de Comunicación fueron: banner Home rotativo, publicidad incrustada en los billetes de autobús en PDF destino Salamanca, cartelería online, promoción en pantalla de espera, newsletter exclusiva, newsletter de ofertas, promoción en el banner inferior, voucher de compra. Todas estas acciones serán desarrolladas en el capítulo correspondiente del Departamento de Comunicación.

4.3. Compañía Aérea Volotea

Por segundo año consecutivo, el aeropuerto de Salamanca recupera los vuelos regulares de la mano de la compañía aérea Volotea uniendo Palma de Mallorca y Salamanca durante toda la temporada de verano con dos frecuencias semanales, lunes y jueves. Este segundo año ha operado un 25% más de vuelos que en 2021, con una tasa de ocupación del 97% y 8.000 asientos ofrecidos.

Esta oportunidad de abrir un nuevo mercado en las Islas Baleares fue aprovechada por Turismo de Salamanca, manteniendo reuniones con la

compañía para generar una colaboración beneficiosa para ambas partes.

- Acuerdo de co-branding para promocionar Salamanca como destino en Redes Sociales, en las tarjetas de embarque y en las newsletter de sus clientes en temporada alta (meses de junio, julio, agosto, septiembre y principios de octubre).

4.4. Asociación Hispano Japonesa de Turismo

Turismo de Salamanca, como miembro de la Asociación Hispano Japonesa de Turismo, sigue apostando por el mercado japonés.

A través de la Asociación, que trabaja con los turoperadores más potentes de Japón, así como con los organismos oficiales japoneses, Salamanca puede alcanzar los objetivos planteados: aumentar el número de turistas japoneses en la ciudad, así como sus pernoctaciones.

Se han mantenido contactos con operadores de manera online, con los que ya se viene colaborando de manera asidua, como Mikami Travels. Se espera recuperar el 100% de las acciones en este 2023.

4.5. Federación Española de Familias Numerosas. Turismo Familiar

Uno de los compromisos de la ciudad sigue siendo el Turismo familiar. La estrategia turística de desarrollo y especialización en turismo familiar se definió a través de programas y actividades enfocados a turismo con niños y ocio en familia. En el marco de la certificación para la obtención del Sello de Turismo familiar en 2019, se implementaron algunas mejoras al objeto de contemplar las acciones ya desarrolladas para familias y mejorar las expectativas derivadas de un viaje familiar.

Acciones:

- Inclusión en el listado de entidades avaladas en www.familiayturismo.com.
- Posibilidad de usar la marca Sello de Turismo Familiar, con su logo, en los soportes comerciales, de marketing e informativos.
- Aparición en la newsletter mensual del Boletín de Turismo Familiar elaborada por la Federación Española de Familias Numerosas y enviada a todos los socios y nos socios (55.000 familias).

- Aparición en Redes Sociales de FEFN.
- Artículo en la revista de Familias Numerosas (semestral, enviada a los domicilios de los socios de la FEFN, con una tirada de 50.000 ejemplares).
- Acceso al estudio sobre pautas de consumo turístico de las familias numerosas en España, para dar soporte técnico al Sello de Turismo Familiar.
- Incorporación al Club de Producto Turístico reconocido y apoyado por la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda

Digital del Gobierno de España.

En colaboración con el Departamento de Comunicación para el contenido de los mensajes.

5. Comercialización de destino

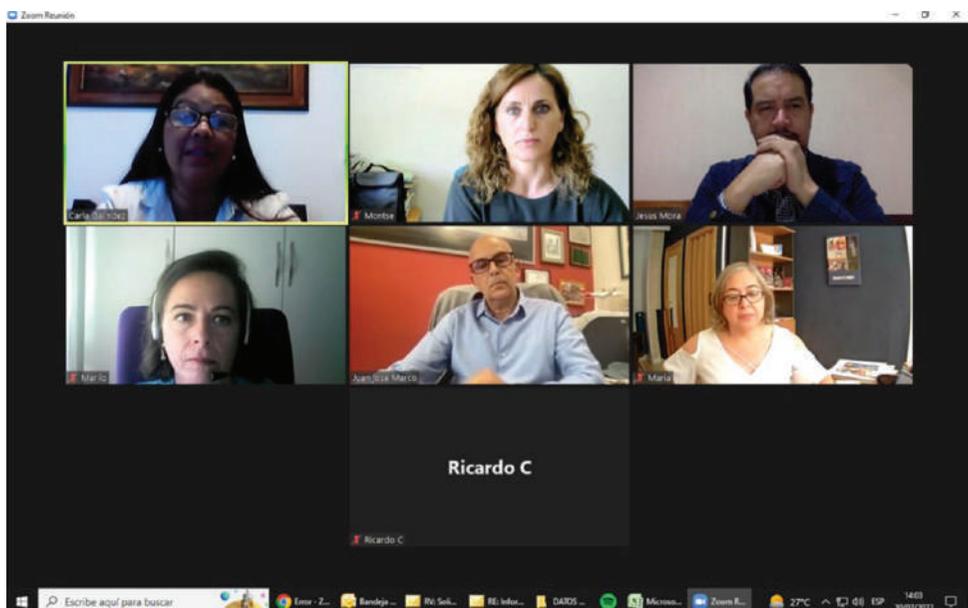
5.1. Asociación de Agencias de Viajes de Salamanca (ASAV)

Hemos seguido apostado por la comercialización de los productos y servicios turísticos con la colaboración de las agencias de viaje. En 2022 se firmó un nuevo convenio de colaboración con la Asociación Salmantina de Agencias de Viaje que permite dar continuidad al programa “Salamanca 2X1. Redescubre la ciudad”.

Destacan los siguientes compromisos:

- Aportación económica para continuar con la plataforma www.vitorsalamanca.com, en colaboración con alojamientos turísticos beneficiarios del programa bonos de hoteles 2x1 y la subvención de la oferta complementaria comercializada desde la misma plataforma, junto con la pernoctación en un alojamiento turístico de la ciudad, que integran el programa “Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad”.

Turismo de Salamanca realizó las acciones de promoción y comunicación del programa y del posicionamiento online de la plataforma, con el fin de impulsar las pernотaciones en la ciudad y el conjunto de la oferta complementaria del destino. Se colabora también en el asesoramiento para la creación de paquetes turísticos complementarios a la oferta de alojamientos turísticos y en la interlocución con los responsables y gestores de los diferentes recursos y productos turísticos.



- ASAV, a través de su comercializadora, sigue impulsando la web www.vitorsalamanca.com, dedicado exclusivamente a la comercialización del programa "Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad".

- ASAV comercializa la oferta turística de la ciudad: visitas guiadas, visitas a museos y espacios patrimoniales, rutas singulares y otros recursos complementarios.

- Difusión entre asociados, agencias de viajes de Castilla y León y otros comercializadores de “Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad”.

- ASAV facilitará a Turismo de Salamanca datos que informen sobre la evolución de la comercialización del producto “Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad”.

En el marco de la promoción de este programa y en colaboración con ASAV, se ha realizado promoción en cada una de las actuaciones realizadas en ferias, workshops, jornadas o mercados de contratación con el fin de dar más visibilidad a “Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad”; mejorar la comercialización del destino y apoyar a las agencias de viaje.

5.2. Acciones de promoción en México con el Grupo Andares, Jalisco

En el marco del Protocolo de Hermanamiento que se firmó con el Estado de Jalisco en FITUR de 2020, México ha sido uno de los países en los que se ha hecho, a lo largo del 2022, una inmersión promocional y de comercialización con el Grupo Andares de México:

ABRIL:

1. Generación de contenido y posicionamiento del destino.

- Creación de cuentas en RRSS y accesos directos por QR: www.instagram.com/tuviajedevuelta/, www.facebook.com/TuViajedeVuelta, <https://linktr.ee/tuviajedevuelta>.

Mensaje para la promoción: “Tu Viaje de Vuelta”

- Subastas publicitarias en Facebook: Se impulsan campañas en las redes para un mayor alcance, suma de seguidores, fans y conseguir más interacciones a nuestros espacios CTA.
- Inserción de Banner Medio en la Newsletter Destinos y Negocios. México y Latinoamérica. CTA: Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Fecha: 23 de abril. Alcance: 68 mil suscriptores + menciones en redes sociales. <https://destinosynegocios.com.mx/newsletters/18-2022.html>
- Artículo Medio en Magazine Destinos y Negocios. México y Latinoamérica. CTA: Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Fecha: 23 de abril. Alcance: 68 mil suscriptores + envíos masivos a base de datos + menciones en redes sociales. <https://joom.ag/M7p>.
- Presentación ante empresarios turísticos en la Cámara de Comercio de Guadalajara, Jalisco, sección especializada en agencias de viaje. Tema: Charrería Patrimonio Mundial. Origen del Charro mexicano y campaña “Tu Viaje de Vuelta” Fecha: Jueves 28 de abril. Perfil: B2B.
- Participación en la feria de los Asociados Representantes de Líneas Aéreas en Guadalajara “EXPO ARLAG” Fecha: Viernes 29 de abril. Perfil: B2B. Más de 400 participantes.
- Artículo Medio: Portal informativo Boarding Pax. Argentina y Latinoamérica. Objetivo: Concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica Fecha: 30 de abril. Alcance: 45 mil suscriptores + menciones en redes sociales. <https://www.boardingpax.com/salamanca-espana-comienza-a-promoverse-del-otro-lado-del-charco/>.
- Artículo Medio: Portal informativo Technocio. Colombia y Latinoamérica. Objetivo: Concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 01 de mayo. Alcance: 95 mil suscriptores. <https://technocio.com/salamanca-espana-comienza-a-promoverse-del-otro-lado-del-charco>.

- Artículo Medio: Portal informativo Colombia de Viaje. Colombia y Latinoamérica. Objetivo: concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 01 de mayo. Alcance: 85 mil suscriptores. <https://deviaje.com.co/salamanca-espana-comienza-a-promoverse-del-otro-lado-del-charco>.

- Artículo Medio: Portal informativo del Forum iberoamericano de Periodistas Turísticos. República Dominicana, Caribe, Centroamérica. Objetivo: concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 01 de mayo. Alcance: 120 mil suscriptores. <https://fipetur.net/salamanca-espana-comienza-a-promoverse-del-otro-lado-del-charco/>

- Artículo Medio: Portal informativo Traffic American. Ecuador, Perú, Brasil. Objetivo: concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 01 de mayo. Alcance: 84 mil suscriptores. <https://trafficamerican.com/ndp-salamanca-tu-viaje-de-vuelta/>

- Artículo Medio: Portal informativo "A un Viaje de Distancia". Colombia – Perú. Objetivo: concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 02 de mayo. Alcance: 52 mil suscriptores. <https://aunviajededistancia.blogspot.com/2022/05/salamancaespana-comienza-promoversedel.html#more>

- Artículo Medio: Portal informativo "MIX News". Colombia. Objetivo: concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 02 de mayo Alcance: 48 mil suscriptores. <http://www.mixnewscolombia.com/2022/05/salamanca-espana-comienza-promoverse.html#more>

- Artículo Medio: Portal informativo "La Revue Magazine". Colombia. Objetivo: concepto de la campaña y la promoción para diversos mercados de Latinoamérica. Fecha: 02 de mayo Alcance: 40 mil suscriptores. <https://larevue.com.co/salamanca-espana-comienza-a-promoverse-del-otro-lado-del-charco/>

MAYO:

1. Generación de contenido y posicionamiento del destino en Redes Sociales.
2. Presentación de destino en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León. Miércoles 18 de mayo. Se realizó desayuno en el Hotel Krystal Monterrey que contó con la asistencia de 38 participantes. El desayuno fue un plato típico de Nuevo León.
3. Presentación de destino en la Ciudad de México, capital de la República. Jueves 19 de mayo. Se realizó desayuno en el Hotel Benidorm en la Colonia Roma al que asistieron 40 agencias.



4. Entrevista para hablar del destino en el Programa: Pasajero a bordo TV. 20 de mayo. <https://fb.watch/djEtrLhwjZ/>

5. Participación en el Tianguis Turístico de México, la feria más grande del país donde se exponen los destinos del mismo. 22 – 26 mayo 2022. Se presenta el manual de experiencias Entre Charros y se le dedica espacio a Salamanca como parte fundamental de nuestra herencia cultural.

Participación en la presentación de “Mundo Charro”, un proyecto de parque temático que destacará la charrería mexicana ante visitantes residentes y extranjeros que visiten el destino Hidalgo, en el centro del país, promocionando la campaña “Tu viaje de vuelta” a fin de sumar acciones de promoción de ida y vuelta España – México

6. Creación de Manual promocional para agentes de viajes de “Entre Charros” <https://joom.ag/ffYd>

7. Nota de prensa en el medio: Newsletter Destinos y Negocios. México y Latinoamérica. Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Fecha: 26 de mayo. Alcance: 68 mil suscriptores + menciones en redes sociales. <https://destinosynegocios.com.mx/newsletters/24-2022.html>

8. Nota de prensa en el medio: Portal de noticias turísticas Boarding Pax – Argentina, Latinoamérica. Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Fecha: 28 de mayo. <https://www.boardingpax.com/salamanca-espana-nueva-propuesta-de-producto-turistico-para-viajes-desde-mexico/>

JUNIO - DICIEMBRE:

1. Reunión online entre Agencias Receptivas de Salamanca y el Grupo Andares para la presentación de productos turísticos con el fin de comercializarlos entre las agencias receptoras de México. 20 julio 2022.

2. Generación de Contenido y posicionamiento del destino. Se publicó nota de doble página en la revista Destinos y Negocios, edición agosto – septiembre: <https://joom.ag/L3Cd/p24>. Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. 20 de agosto 2022. Alcance: + 71 mil suscriptores + envíos masivos a base de datos segmentada.

2. Banner de anuncio en newsletter Destinos y Negocios. 28 de noviembre 2022. Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Alcance: + 71 mil suscriptores + menciones en redes sociales. <https://destinosynegocios.com.mx/newsletters/42-2022.html>

3. Mención invitación a Webinar de Salamanca, Newsletter Destinos y Negocios. 30 de noviembre 2022. <https://destinosynegocios.com.mx/newsletters/43-2022.html>. Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Alcance: + 71 mil suscriptores + menciones en redes sociales.

4. Se presentó un Webinar de reconexión con agentes de viajes interesados en las rutas a Salamanca, además de otros agentes nuevos. 8 de diciembre 2022.

5. Invitación a Fam Trip a Salamanca, Newsletter Destinos y Negocios. 12 de diciembre 2022. <https://destinosynegocios.com.mx/newsletters/45-2022.html>. Redes Sociales de @TuViajedeVuelta. Alcance: + 71 mil suscriptores + menciones en redes sociales.

6. Otros canales de promoción: agentes de viajes, turoperadores y prescriptores del destino

Las vías de promoción online, por correo postal, o a través de convenios de colaboración son necesarios para llevar a cabo acciones concretas. Se ofrece la garantía de información y soporte promocional para cuantos contenidos se precisen, así como facilidades turísticas en la ciudad de acuerdo a sus necesidades.

6.1. Colaboración con las Navieras, que incluyen Salamanca en sus cruceros. El año 2022 ha sido el de la recuperación de los cruceros y la afluencia ha vuelto a la normalidad. Se ha continuado trabajando con los responsables para la oferta de nuevos productos en la ciudad, gastronómicos y de experiencias.

6.2. Comercialización de productos y actividades turísticas realizadas por empresas del sector, tanto en la ciudad como en la provincia, a través de la plataforma www.salamancaymas.es.

6.3. Colaboración con Unionistas de Salamanca para sus sesiones de fotos con motivo de la presentación de su nueva equipación en algunos de los espacios patrimoniales de la ciudad (Ieronimus, Universidad).

6.4. Colaboración con el medio de TV "Fox Deportes" de EEUU para una visita guiada a la ciudad, 18 febrero 2022.

6.5. "Arte Mayor". Colaboración con la concejalía de Mayores para ofrecer visitas guiadas gratuitas por diferentes espacios arqueológicos de la ciudad durante la primavera: Cerro de San Vicente, Pozo de Nieve, Botánico, Centro de Interpretación de la Muralla y Cueva de Salamanca. Estas visitas estaban dirigidas a las Asociaciones y Centros de personas mayores de la ciudad. En total 8 Asociaciones hicieron las visitas con sus mayores.

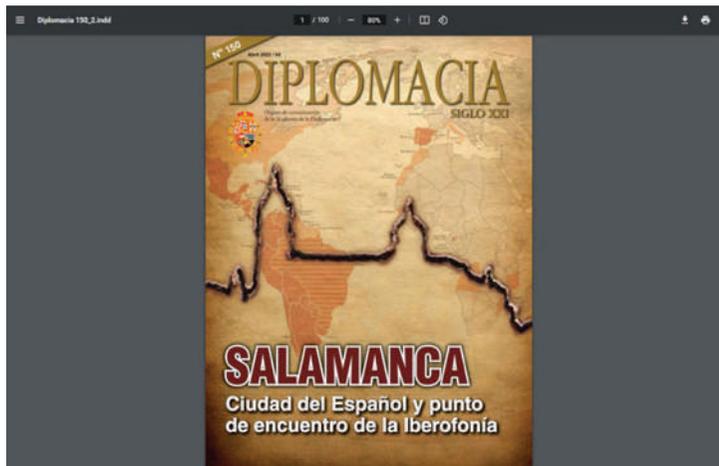


6.6. Colaboración con la Facultad de Derecho de la Universidad CEU San Pablo de Madrid en la organización de la estancia en la ciudad de grupos de excelencia en Grado de Derecho. 21 abril 2022.

6.7. Colaboración con las Cofradías y Hermandades de la Vera Cruz. Apoyo en las acciones en la ciudad para la promoción de la Vera Cruz y la Semana Santa salmantina.

6.8. Colaboración con la Universidad Autónoma de Nuevo León (México) en sus visitas y acciones en la ciudad. Abril 2022.

6.9. Colaboración con la Federación de pádel de Castilla y León en la organización del Campeonato de Menores TyC de Castilla y León y obsequio de trofeos. 23 – 25 abril 2022.



6.10. Colaboración en el Máster Final 2022 de la NACEX Liga LAPI en la ciudad de Salamanca, 5 junio 2022. Salamanca se convirtió en el epicentro del pádel celebrando la final de la liga y siendo referente deportivo. 800 jugadores disputaron esta final y se colaboró en el asesoramiento, las visitas guiadas, la logística para la entrega de premios, la promoción del turismo deportivo en la ciudad, etc.



6.11. Colaboración con el Torneo de Mus Salamanca, 20 mayo – 20 junio 2022.



6.12. Reportaje para turismo familiar en el portal de turismo: www.rutasenfamilia.com. <https://www.rutaenfamilia.com/salamanca-invita-tu-disfruta/>

6.13. Colaboración con el Seminario de Derechos Humanos en Regímenes Totalitarios, 14 – 16 octubre 2022. En colaboración con la Embajada de la República Checa, el Ayuntamiento de Salamanca, la Universidad de Salamanca y la Academia de la Diplomacia, se congregó en la ciudad a casi una veintena de embajadores de diferentes países que asistieron al Seminario y que convirtieron la ciudad en el epicentro de los Derechos Humanos. Se colaboró con el alojamiento, la visita guiada y la comida que tuvo lugar tras el Seminario.

Salamanca

Salamanca es una ciudad con una historia milenaria, situada en la ribera del río Tago. Su arquitectura es una mezcla de estilos, desde el románico hasta el barroco. La ciudad es conocida por su patrimonio cultural y su gastronomía.

Salamanca

Salamanca es una ciudad con una historia milenaria, situada en la ribera del río Tago. Su arquitectura es una mezcla de estilos, desde el románico hasta el barroco. La ciudad es conocida por su patrimonio cultural y su gastronomía.

Salamanca

Salamanca es una ciudad con una historia milenaria, situada en la ribera del río Tago. Su arquitectura es una mezcla de estilos, desde el románico hasta el barroco. La ciudad es conocida por su patrimonio cultural y su gastronomía.

Salamanca

Salamanca es una ciudad con una historia milenaria, situada en la ribera del río Tago. Su arquitectura es una mezcla de estilos, desde el románico hasta el barroco. La ciudad es conocida por su patrimonio cultural y su gastronomía.

6.14. Colaboración con el certamen de tunas femenino organizado por la tuna femenina de la Universidad de Salamanca, con motivo de su XXV aniversario. 4 – 5 noviembre 2022. Solicitud de permiso para la realización de pasacalles, ronda en el Ayuntamiento, patrocinio de Turismo de Salamanca y visita guiada por el casco histórico de la ciudad.

6.15. Colaboración con la Oficina Española de Turismo en Cantón, China para la elaboración de una guía turística dirigida al turista chino y para que el mercado español conozca mejor al viajero chino.

6.16. Colaboración con la revista holandesa “Bike Explorer”. Reportaje de Salamanca como parte de la Ruta de la Plata. <https://bikeexplorer.nl/>.

6.17. Colaboración con el Club Deportivo Baloncesto Tormes en la divulgación de sus partidos y dotación de material turístico para los equipos visitantes.

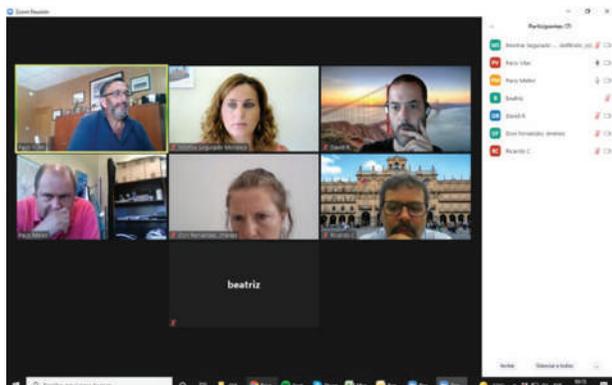
6.18. Colaboración con “El Museo del Turismo”. Entrega de documentos sobre la evolución del turismo en Salamanca. El Museo del Turismo tiene salas en lugares emblemáticos de diferentes ciudades en todo el mundo. Una de estas salas está en el hotel Abba Fonseca de Salamanca.

6.19. Colaboración con la Oficina Española de Turismo en París. Publicación de un reportaje de Salamanca sobre el español en la ciudad: “Salamanque, le plaisir d’apprendre l’espagnol”; en la revista Diplomacia. <https://t.co/m6DyzlRWFh>.

6.20. Colaboración con peña taurina de Pamplona. Visitaron la ciudad, fueron recibidos por el Concejal de Turismo y se intercambiaron detalles de ambas ciudades.

6.21. Reportaje de la provincia de Salamanca. Zonas de agua y balnearios en el portal turístico "Maskviajes.com": http://maskviajes.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3161:2022-07-31-18-09-28&catid=42:balnearios-urbanos&Itemid=132

6.22. Reuniones con RENFE Viajes, con el fin de insertar "Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad" en sus paquetes turísticos.



6.23. Colaboración con la OET de Frankfurt en la publicación de un reportaje sobre el Pozo de Nieve en Salamanca. Un boletín que llegó a 2.000 periodistas y agentes turísticos del mercado alemán: EINE WINTERREISE DURCH SALAMANCA ZUM BRUNNEN DES SCHNEES.

6.24. Colaboración con diversos congresos en la petición de descuentos para sus billetes de tren a Salamanca, a través de Renfe viajeros. Se beneficiaron 1.270 participantes:

- IX Congreso TTCC (Grupo Español de Tratamiento de Tumores de Cabeza y Cuello), 24 – 25 febrero 2022. 150 participantes.

- XXII Congreso Nacional de Estudiantes de Derecho, 16 – 20 marzo 2022. 120 participantes.

- VII Congreso Internacional Cofradías y Hermandades de Vera Cruz. IV Centenario de la Inmaculada Concepción. Gregorio Fernández 1622 – 2022, 29 abril – 2 mayo 2022. 400 participantes.

- VIII Congreso Internacional de Antropología AIBR “Creando Legados” Salamanca 2022, 12 – 15 julio 2022. 600 participantes.

Destacar, además, la colaboración con todos aquellos participantes susceptibles de ser prescriptores del destino que han visitado Salamanca por diferentes motivos o para asistir a eventos. Esta colaboración también ha consistido en proporcionar visitas guiadas a la ciudad, a determinados espacios, recepciones en el Ayuntamiento o la gestión de temas logísticos en la ciudad (como la autorización y coordinación con la policía local para aparcamiento de autobuses, permisos de ocupación en la vía pública, etc).

Peticiones de material turístico: 552.

- Peticiones alojamientos: 427.
- Congresos, eventos, reuniones, asambleas, jornadas, etc: 64
- Institutos, colegios, academias, etc.: 7
- Eventos deportivos: 5
- Grupos, Cruceros, etc.: 29
- Instituciones: 2
- Agentes de Viajes, turoperadores: 7

Solicitudes Visitas guiadas: 72.

- Congresos, eventos, reuniones, asambleas, jornadas, etc: 32
- Institutos, colegios, academias, etc.: 14
- Eventos deportivos: 5
- Programas, periodistas, etc: 3
- Asociaciones: 9
- Navieras, agencias de viajes: 3
- Instituciones: 6.

7. Colaboraciones con prescriptores del destino

7.1. Colaboración con los colectivos de Guías profesionales de turismo

Como colaboradores habituales de Turismo de Salamanca, se ha continuado trabajando estrechamente con los guías oficiales que trabajan en nuestro destino con el fin de aunar esfuerzos por la diferenciación de estos servicios y, sobre todo, por convertirlos en referentes de calidad para el conocimiento turístico de la ciudad.

La inclusión de los servicios de visitas guiadas en el programa “Salamanca 2x1. Redescubre la ciudad”, asociadas a las pernoctaciones en la ciudad, garantizadas, seguras y de calidad, se han continuado manteniendo en el año 2022. Además, se han gestionado programas turísticos en base al Convenio firmado para el impulso de las visitas guiadas y ayudar así en la recuperación del sector y en la temida proliferación de los free tours.

7.2. Convenio de Colaboración con la Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes

La Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes se decantó por Salamanca para la celebración de su VI Congreso FECLAV, del 25 al 27 de marzo de 2022. Los agentes de viajes de Castilla y León, disfrutaron durante dos días de un detallado programa de actividades para realizar en la ciudad: visita guiada por el casco histórico, visitas a espacios arqueológicos, cena de bienvenida en un espacio patrimonial, degustación de productos gastronómicos locales, recepción en el Ayuntamiento, y celebración de su Congreso. Esta colaboración se recogió en un Acuerdo de colaboración con Turismo de Salamanca entre el Presidente de FECLAV y el Concejal Delegado de Turismo el día 25 de marzo de 2022.



8. Principales valoraciones

Resumen de las actuaciones llevadas a cabo en el ejercicio 2022. Destacar la promoción del destino adecuada a las siguientes acciones, de entre las que destacamos:

1. Colaboración con los profesionales del sector para la comercialización de la oferta del destino, a través de la propuesta "Salamanca 2x1+Redescubre la ciudad" que ha permitido agilizar la recuperación del destino tras la pandemia covid19.

2. Promoción y apoyo a la comercialización en los mercados internacionales mediante las diferentes presentaciones y acciones realizadas. Acciones destacadas las realizadas en el mercado de Estados Unidos en colaboración con las EOT-Turespaña y las realizadas por primera vez en el mercado polaco, igualmente en colaboración con Turespaña.

3. Relaciones cada vez más estrechas con los profesionales y representantes de las agencias de viaje, a nivel local, regional y nacional. Participación en acciones comerciales con las agencias de receptivo o a través de acciones en el destino. Colaboraciones con CEAV, FECLAV y con ASAV.

4. Promoción de la mano de importantes colaboradores como Grupo Avanza Mobility, Movelia Tecnologías, Federación Española de Familias Numerosas, el Colectivo de Guías Oficiales de Turismo de Salamanca, Grupo Andares de México, etc.



04.1 | ANEXO. PETICIONES

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.



[Índice principal](#)

04.1 | ANEXO. PETICIONES

- 1.** Cursos de Especialización en Derecho de la Universidad de Salamanca. Enero. 150 participantes.
- 2.** Recepción Grupo Protocolo. 12 enero. 10 participantes.
- 3.** Visita profesores europeos Proyecto "Erasmus+". Febrero. 11 participantes.
- 4.** V Encuentro Hispano Luso de Psicología en la UPSA. 9 febrero. 150 participantes.
- 5.** Curso "X Jornadas Hispano Uruguayas sobre Sistema Penal". 14 febrero. 35 participantes.
- 6.** Visita estudiantes de intercambio Colegio Tordesillas Valladolid. 23 febrero. 18 participantes
- 7.** IX Congreso TTC (Grupo Español Tratamiento Tumores Cabeza y Cuello). 24 – 25 Febrero. 150 participantes.
- 8.** Circuito Nacional de menores TYC Premium Pádel. 25 – 27 febrero. 540 participantes.
- 9.** Evento familiar, enlace entre un salmantino y una finlandesa. Marzo. 35 participantes.
- 10.** Presentación Buque "Salamanca" Brittany Ferries. Marzo 2023. 25 participantes.
- 11.** Reunión Tribunal Consejo de Cuentas. 3 marzo. 20 participantes.
- 12.** Seminario Ciudades Patrimonio de la Humanidad. 10 – 11 marzo. 75 participantes.

- 13.** V Encuentro Hispano Luso “Múltiples espacios, una sola identidad” (Colegio Psicólogos). 11 marzo. 150 participantes.
- 14.** II Congreso Hispano Italiano del s. XVIII. 16 – 18 marzo. 100 participantes.
- 15.** XI Jornadas científicas de investigación sobre personas con discapacidad. 16 – 18 marzo. 520 participantes.
- 16.** XII Congreso Nacional de Estudiantes de Derecho. 16 – 20 marzo. 100 participantes.
- 17.** XIV Jornadas Técnicas Digitalización y Bibliotecas Municipales. 23 – 25 marzo. 80 participantes.
- 18.** Turistas Crucero Douro Spirit (alemanes e ingleses). 24 marzo. 200 participantes.
- 19.** Curso Cirugía Hospital de Salamanca. 24 – 25 marzo. 15 participantes.
- 20.** Visita Embajadora de Gran Bretaña. 25 marzo. 8 participantes.
- 21.** IV Encuentro Neumología – Medicina Familia. 25 – 26 marzo. 125 participantes.
- 22.** VI Congreso FECLAV. 25 – 27 marzo. 80 participantes.
- 23.** Jornadas de la Agencia Tributaria Española. 26 marzo. 100 participantes.
- 24.** Agentes de Viajes Turoperador Buzz Travel Sudamérica. 28 marzo. 8 participantes.
- 25.** Encuentro Internacional USAL. Abril. 12 participantes.

- 26.** Convención Ingenieros. 1 – 3 abril. 25 participantes.
- 27.** Evento DEOLEO (Hotel NH Palacio de Castellanos). 2 abril. 65 participantes.
- 28.** Turistas crucero Cruise Director Douro Azul (franceses). 6 abril. 60 participantes.
- 29.** Visitas inspección Universidad Autónoma Nuevo León. 18 abril. 2 participantes.
- 30.** Congreso MUNUSAL. 18 – 22 abril. 85 participantes.
- 31.** Turistas Crucero Douro Splendour (portugueses). 20 abril. 100 participantes.
- 32.** Jornadas GALEUSCA, facultad de Filología USAL. 20 – 21 abril. 10 participantes.
- 33.** Turistas crucero Douro Serenity (alemanes). 23 abril. 200 participantes.
- 34.** Turistas crucero Douro Splendour (ingleses). 27 abril. 102 participantes.
- 35.** Centro del Alzheimer (Salamanca). 29 abril – 1 mayo. 100 participantes.
- 36.** VII Congreso Cofradías y Hermandades Vera Cruz. 29 abril – 2 mayo. 350 participantes.
- 37.** Grupo Agencia de Viajes Madrid “Galápagos Otras Rutas S.L.U.” 30 abril. 60 participantes.
- 38.** Visita grupo escolares de infantil del Colegio Calasanz de Salamanca. Mayo. 190 participantes.

- 39.** Evento Universidad Autónoma de Nuevo león (México). 1 – 8 mayo. 10 participantes.
- 40.** Turistas crucero Douro Spirit (ingleses). 5 mayo. 100 participantes.
- 41.** Colegio Sagrada Familia. 16 mayo. 60 participantes.
- 42.** Visita grupo estudiantes franceses y profesores. 16 mayo. 55 participantes.
- 43.** Turistas crucero Douro Splendour (ingleses). 18 mayo. 90 participantes.
- 44.** Turistas Crucero (franceses). 18 mayo. 60 participantes.
- 45.** Grupo excursionistas 40 personas. 17 mayo. 40 participantes.
- 46.** Intercambio alumnos de español en Francia. 18 mayo. 33 participantes.
- 47.** Sección Relaciones Internacionales Base Aérea de Matacán (Salamanca). 18 – 19 mayo. 20 participantes.
- 48.** Jornadas internacionales de Avances en Audiología. 19 mayo. 120 participantes.
- 49.** Jornadas “Contratos Reservados a la Administración como apoyo a las Entidades del Tercer Sector”. 23 mayo. 60 participantes.
- 50.** Nineveh Academic Chair First Internacional Congress (Fac. de Filología. USAL). 23 – 25 mayo. 50 participantes.
- 51.** Turistas Crucero (Franceses e Ingleses). 25 mayo. 90 participantes.

- 52.** Turistas crucero Douro Cruiser (ingleses y alemanes). 25 mayo. 500 participantes.
- 53.** VII Simposio internacional sobre ideología, política y reivindicaciones en lengua, literatura y cine en español. 1 – 3 junio. 910 participantes.
- 54.** Cursos de Especialización en Derecho (Fundación General, de la Universidad). 1 – 17 junio. 100 participantes.
- 55.** Visita Estudiantes Cooper Union University y Escuela Técnica de arquitectura de Madrid. 3 junio. 20 participantes.
- 56.** III Congreso Nacional de Hermandades de la Sagrada Entrada Triunfal en Jerusalem. 3 – 5 junio. 100 participantes.
- 57.** Press Trip Cultura, Enoturismo y Gastronomía. 4 – 5 junio. 13 participantes.
- 58.** Final Torneo Pádel Liga LAPI 2022. 5 junio. 700 participantes.
- 59.** Turistas Crucero “Queen Isabel” (Agencia Rivages du Monde) (italianos). 8 junio. 30 participantes.
- 60.** Turistas Crucero “Navío Hotel Douro Spirit” (alemanes). 9 junio. 350 participantes.
- 61.** Turistas Crucero “SS Sao Gabriel” (Douro Azul) (ingleses). 9 junio. 54 participantes.
- 62.** Grupo turistas Tren Época Asociación Amigos del Ferrocarril. 11 junio. 250 participantes.
- 63.** Encuentro Asociación de Bolilleras. 11 junio. 350 participantes.
- 64.** Fam Trip Convention Bureau. 17 junio. 10 participantes.

- 65.** Turistas Crucero “Douro Serenity” (ingleses e italianos). 17 junio. 200 participantes.
- 66.** Global Summit Neurodegenerative Diseases. 21 – 24 junio. 300 participantes.
- 67.** Turistas Crucero “Douro Spirit” (Douro Azul) (ingleses). 23 junio. 100 participantes.
- 68.** Congreso “El Humanismo Latino en el Studium de Salamanca: Nebrija y Europa”. 23 – 24 junio. 9 participantes.
- 69.** Fam Trip Brittany Ferries. 28 – 30 junio. 3 participantes.
- 70.** Congreso Proyecto “Tarántula” Mina de wolframio Barruecopardo. 28 – 30 junio. 35 participantes.
- 71.** IV Seminario Iberoamericano Abogar y Juzgar en el S. XXI (USAL). 29 junio. 240 participantes.
- 72.** Turistas crucero agencia “Rivage du Monde” (ingleses). 29 junio. 35 participantes.
- 73.** Turistas crucero “Douro Spirit” (ingleses). 30 junio. 100 participantes.
- 74.** Máster en Discernimiento y acompañamiento (Escuela de Formadores Jesuitas). 1 julio – 2 agosto. 65 participantes.
- 75.** Torneo Internacional de Baloncesto Femenino. 3 – 6 julio. 100 participantes.
- 76.** XVII Coloquio Ibérico de Geografía (USAL). 4 – 6 julio. 190 participantes.
- 77.** VIII Congreso Internacional de Antropología AIBR “Creando Legados”
(USAL: Facultad Ciencias Sociales). 12 – 15 julio. 350 participantes.

- 78.** V Congreso Internacional en Políticas Públicas en defensa de la Inclusión, la Diversidad y el Género. 14 julio. 50 participantes.
- 79.** Grupo Internacional de Dominicas. 26 julio – 2 agosto. 56 participantes.
- 80.** Turistas crucero Queen Elisabeth (ingleses y franceses). 3 agosto. 100 participantes.
- 81.** Turistas Douro Splendor (ingleses). 10 agosto. 52 participantes.
- 82.** Turistas Crucero Douro Azu (ingleses y franceses). 17 agosto. 100 participantes.
- 83.** Turistas crucero “Spirit of Chartwell” (ingleses y franceses). 23 agosto. 100 participantes.
- 84.** Jornadas de Estudio de temas relacionados con la Liturgia. 23 – 25 agosto. 65 participantes.
- 85.** Turistas “Cruise Ruise du Monde” (ingleses y franceses). 24 agosto. 100 participantes.
- 86.** Press Trip OET Frankfurt. 28 agosto. 1 participante.
- 87.** “Thirteenth Biennial Iranian Studies Conference” (AIS2022).
Facultad Filología Clásica e Indoeuropeo. 30 – Agosto – 2 septiembre. 400 participantes.
- 88.** Turistas “Cruise Ruise du Monde” (ingleses y franceses). 31 agosto. 50 participantes.
- 89.** Turistas crucero Douro Azul. 7 septiembre. 100 participantes.

- 90.** Congreso Verbs Thought and Speech (USAL). 7 – 9 septiembre. 35 participantes.
- 91.** Congreso Gestores Administrativos. 12 – 13 septiembre. 300 participantes.
- 92.** Turistas crucero Douro Azul (ingleses y franceses). 15 septiembre. 100 participantes.
- 93.** IV Congreso Internacional de Didáctica de la Lengua (USAL). 21 – 23 septiembre. 35 participantes.
- 94.** Máster en estudios ingleses avanzados (Dpto. Filología Inglesa USAL). 26 septiembre. 40 participantes.
- 95.** Congreso SECOT en Valencia. 27 – 30 septiembre. 50 participantes.
- 96.** Jornada Gerencia de Informática de la Seguridad Social. 28 septiembre. 100 participantes.
- 97.** Congreso CINCOMA (Facultad Ciencias Sociales. USAL). 28 – 30 septiembre. 75 participantes.
- 98.** Congreso LIJtopías (USAL). 29 septiembre. 120 participantes.
- 99.** Visita clubes y asociaciones automovilísticas Portugal. 1 – 2 octubre. 18 participantes.
- 100.** VII Jornadas de la Red Española de Compostaje: Objetivo de Desarrollo Sostenible (USAL). 5 – 7 octubre. 100 participantes.
- 101.** Quantitative Methods and the COVID - 19 pandemic (USAL). 5 – 7 octubre. 100 participantes.
- 102.** Seminario Derechos Humanos (Embajadores). 14 octubre. 35 participantes.
- 103.** Jornada sectorial CRUE -TIC Salamanca (UPSA). 19 – 21 octubre. 200 participantes.

- 104.** Congreso Internacional Sebastián de Vivanco y la Música de su tiempo. 19 – 21 octubre. 60 participantes.
- 105.** III Congreso Internacional “En los márgenes de la literatura: Poder y Resistencia” (USAL). 20 – 21 octubre. 75 participantes.
- 106.** Congreso Envejecimiento y salud. 20 – 21 octubre. 600 participantes.
- 107.** XV Congreso nacional y VI Internacional Asoc. Estudios Japoneses en España (USAL). 26 – 28 octubre. 65 participantes.
- 108.** Cátedra Emprendedores (USAL). 9 – 11 noviembre. 150 participantes.
- 109.** III Congreso Nacional de Jóvenes Investigadores en Ciencia, Ingeniería y Tecnología de los Alimentos. 10 – 11 noviembre. 50 participantes.
- 110.** IV Congreso ITE + RD. 14 – 15 noviembre. 400 participantes.
- 111.** XIV Encuentro de Representantes de Estudiantes de Criminología (USAL). 16 – 19 noviembre. 25 participantes.
- 112.** Spanish & Portuguese Advanced Optical Microscopy Meeting. 23 – 25 noviembre. 200 participantes.

TOTAL PARTICIPANTES: **36.332**



05 | GASTRONOMÍA

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

05 | **GASTRONOMÍA**

- 1. Salamanca Para Comérsela**
- 2. Madrid Fusión 2022 - Alimentos de España**
- 3. San Sebastián Gastronomika 2022**
- 4. IV Semifinal Concurso Internacional de Cocina con Ibérico**
- 5. Otras actuaciones**

1. Salamanca Para Comérsela

Contenido Online

Web: www.salamancaparacomersela.com

RSS: <https://www.facebook.com/salamancaparacomersela>

Videos promocionales

En 2022 se llevaron a cabo contenidos audiovisuales de los establecimientos miembros del Club de Producto como herramienta de promoción. En esta temporada se ha intensificado la singularidad de los establecimientos, entrevistando a los propietarios y cocineros para destacar su profesión, conocimientos y experiencia.



La relación de establecimientos fueron: Ment by Óscar Calleja, Restaurante DOZE, Restaurante Tapas 3.0, Restaurante Pucela, Lilicook Gastrobar, La Vermutería del Lilicook, El Alquimista, ConSentido, En La Parra y La Sastrería del Mercado. Pendientes de publicación de la temporada, Grupo Gonzalo, Oroviejo, Vida&Comida y Bambú, Brasas y Tapas.

También se han emitido 5 programas especiales: 2 sobre la semifinal del IV concurso Internacional del Ibérico y 3 sobre Madrid Fusión – Alimentos de España, incluida la rueda de prensa de la presentación.



2. Madrid Fusión Alimentos de España

Del 28 al 30 de marzo de 2022 se celebró la XX edición de Madrid Fusión Alimentos de España. El stand de 24 m2 fue de nuevo el escenario para la elaboración de tapas y diferentes degustaciones por parte de los restaurantes participantes, contando además con una zona de exposición de productos.



Los restaurantes y empresas participantes fueron:

Lunes 28: El Mesón de Gonzalo -*Los callos ganadores del II Campeonato del Mundo*; Tapas de Gonzalo -*Espuma de farinato y su crujiente*; Oroviejo -*Papada ibérica "La Hoja del Carrasco" marinada, mandarinas y kikos*; Vida&Comida -*Saam de panceta ibérica "FISAN" con verduras encurtidas y miso*- y Pucela -*Mousse de queso de "Hinojosa" miel de Linares y crujiente de almendra*.

El martes 29: ConSentido -Frijuelo de carrillera interna ibérica de bellota "Ibéricos Montellano"-; DOZE -Ravioli de papada ibérica "La Hoja del Carrasco" rellena de risotto de meseta y quesos de "Hinojosa"-; Clavel 8 Brasa y Copas -Bocabit de carrillera ibérica "Ibéricos Garcigrande"-; La Tentación Wild Free -Airbag de farinato "HERGAHER"-; Tapas 3.0 -Turrón de pan de masa madre, chocolate, AOVE "Soleae" y sal de Añana- y La Sastrería del Mercado -Tarta de quesos de "Hinojosa" con migas de rosquilla de Ledesma-.

El miércoles 30: El Alquimista - Presa ibérica "La hoja del Carrasco," hornazo dulce de "Pastelerías La Madrileña," y humus de garbanzo de "Pedrosillo" y AOVE "AQ5-Sabores," Lilicook Gastrobar - Roast-pork ibérico de mogote de "Ibéricos Garcigrande," Lilicook Vermutería - Tartar de solomillo ibérico "FISAN" y vermut de la Sierra y Don Fadrique - Lomo de jabalí con mantequilla de bellota y verdura de invierno-.

La Hoja del Carrasco e Ibéricos Montellano fueron en esta ocasión embajadores del producto estrella de nuestra gastronomía además de la Marca de Garantía Hornazo de Salamanca, Denominación de Origen Arribes; Denominación de Origen Protegida Sierra de Salamanca y Coca-cola.



Cabe destacar en esta edición la candidatura de Carlos Hernández del Río, del restaurante ConSentido, al Premio Cocinero Revelación, un certamen que busca a los mejores cocineros jóvenes con talento y un proyecto propio y de Manuel Sánchez, Confiterías Santa Lucía, candidato en la final del I Concurso Valrhona a la Mejor Tarta de Chocolate.



3. San Sebastián Gastronomika 2022

Del 2 al 5 de octubre de 2022, el Centro Kursaal Elkargunea acogió XXV edición de San Sebastián Gastronomika. El stand de 18 m2 de Salamanca Para Comérsela fue el escenario de la degustación de tapas de los catorce restaurantes participantes.

Los restaurantes y empresas participantes fueron:

Lunes 3: *En la Parra - Bao de papada ibérica "FISAN"-; El Mesón de Gonzalo - Callos "Ganadores del II Campeonato del Mundo"; DOZE - Rosbif de presa ibérica "La Hoja del Carrasco" y caviar; Oroviejo - Buñuelo ibérico al palo cortado, presa a la brasa "La Hoja del Carrasco" y caviar - y Vida&Comida - Huevos rotos "FISAN"-.*



Martes 4: La Sastrería del Mercado - *Panceta ibérica "Jamones Blázquez" glaseada, pan brioche y mahonesa japo* -; Bambú, Tapas y Brasas - *Careta ibérica "La Hoja del Carrasco" japolimeña* -; La Jara - *Taco de tostón confitado con su piel crujiente, reducción de su jugo y mora* -; ConSentido - *Pastrami de mogote ibérico "Montellano", brioche "La Tahona Delicatessen" y encurtidos "ConSentido"* -; y Tapas 3.0. - *Tarta de queso de "Hinojosa"* -.

Miércoles 5: Pucela - *Steak tartar de "Ternera Charra MG"* -; El Alquimista - *Callos porque sí y "Garbanzo de Pedrosillo MG"* -; Lilicook Vermutería - *Tartar de solomillo ibérico "FISAN", crujiente de ibérico y gel de cítrico y jengibre* -; y Lilicook Gastrobar - *Mousse de "Queso Arribes de Salamanca MG", praliné de rosquillas de "Ledesma" y escamas de vino tinto "DO Arribes"* -.

Los ibéricos de La Hoja del Carrasco, que contó con un cortador de jamón, las Denominaciones de Origen Sierra de Salamanca y Arribes, junto a las Marcas de Garantía Hornazo de Salamanca y Quesos de las Arribes de Salamanca fueron también protagonistas.

4. Semifinal IV Concurso Internacional del Cocina con Ibérico

El IV Concurso Internacional de Cocina con Ibérico, cuyo objetivo es buscar la excelencia gastronómica con recetas singulares para promover la carne de ibérico, abrió el plazo de recepción de solicitudes el viernes, 4 de marzo, y finalizó el 13 de mayo.

Todas las propuestas recibidas se valoraron y calificaron por un jurado profesional, que seleccionó los diez platos semifinalistas en base a su originalidad, creatividad, presentación y elaboración.

Como en anteriores ediciones, se establecieron dos fases en el concurso: las semifinales que tuvieron lugar el 4 de julio en la Casa de la Tierra (Cámara de Comercio) de Salamanca, donde los 10 semifinalistas elaboraron sus recetas presentadas delante de un jurado profesional, compuesto por: José Carlos Capel, crítico gastronómico de 'El País', Raquel Castillo, periodista gastronómica "BonViveur", Rocío Parra, propietaria - Chef del restaurante 'En La Parra', de Salamanca una estrella "Michelin"; Óscar Calleja Chef del restaurante "Ment by Óscar Calleja" de Salamanca una estrella "Michelin" y Cristóbal Muñoz, Chef del restaurante 'Ambivium" de Peñafiel (Valladolid) una estrella Michelin".

Los finalistas fueron: Gonzalo Elena Melgar, del Restaurante Rivas; Javier Fuentes del Río, de Ibéricos Torreón; José Manuel Pascual González, del Restaurante Bambú, Tapas y Brasas; Sara Cámara Fernández, de Casa Pacheco, Laura Ramos Sánchez de Aire by Tapas 3.0., Alberto Montes Pereira, del Restaurante Atrio; Álvaro Abad García de El Plantío; Daniel López Vázquez, del Restaurante O Camiño do Inglés; Ignacio Caro Gómez, de Auroch Restaurante y José Moreschi, de Venta de Posa.

Siendo los finalistas dos cocineros salmantinos, José Manuel Pascual González, del restaurante "Bambú, Tapas y Brasa" y Gonzalo Elena Melgar, del restaurante "Rivas"; junto con Alberto Montes Pereira, del Restaurante "Atrio"; e Ignacio Caro Gómez, de "Auroch" Restaurante.

En la final, que se celebrará en la segunda jornada del IV Foro Internacional del Ibérico 2023, tendrán que elaborar la receta presentada con la que se clasificaron y de entre ellas se elegirá al ganador del concurso.

5. Otras colaboraciones

Recepción estrellas Michelin

Salamanca consigue su tercera estrella Michelin y por ello, el 17 de enero, se realiza una recepción para agradecer a estos tres chef Víctor Gutiérrez, Rocío Parra y Óscar Calleja su labor en la promoción de Salamanca como destino gastronómico de referencia.



Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca

Concurso y ruta de torrijas, del 8 al 17 de abril.

“XXI Concurso de pinchos;” del 18 al 26 de junio.

Ruta entre Panes, del 14 al 23 de octubre.

VIII Edición Setas Fusión, del 25 de noviembre al 4 de diciembre.

Festival Lunes de Aguas

Programación especial de promoción del Lunes de Aguas como Fiesta de Interés Turístico Regional, del 22 al 25 de abril, sorteo de productos y menús, y ruta de tapas.

I Congreso Internacional del Vacuno

Los días 25 y 26 de mayo, Salamanca acogió, el primer Congreso Internacional de Vacuno, una cita que reunió a los principales agentes de un sector, que se encuentra de plena actualidad social y que representa uno de los motores económicos del país. La cadena de valor al completo, la innovación, nuevas tendencias y las buenas prácticas fueron los ejes fundamentales del congreso.

Del 23 al 29 de mayo se organizó una gastro-ruta entre los establecimientos de la ciudad.

ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES

<p>BLANCO & NEGRO AL FONSO DE CASTRO, 8. SURTIPEDRO DE TERNERA.</p> <p>BUFFALO GUTENBERG, 19. MIRAFLORES DE LA SALA DE EMPLUDO DE ANGLÉS.</p> <p>CLAVEL, BRASAS Y COPAS PLAZA DEL CLAVEL 8. CARRILLANA DE TERNERA. GUBERNA. A. MESTIZO. ESTILO CON PANIBIENTE TRUFADA.</p> <p>CUATRO GATOS RUA MAYOR, 27. TERNERA ALA VILLA DE TERNERA.</p> <p>DIABLURAS GASTROBAR ASADILLA, 4. ALFONSO DE TERNERA. CROCANTÍ. CON MUSQUINA DE CACAHUETE.</p> <p>GALATEA PRIVADO, 11. ESCALONAS DE MELICHA. CON LASCAS DE QUESO Y REDUCCION DE PEDRO XIMÉNEZ.</p> <p>LA COCINA DE TONO ESPOZ Y MINA, 30. ENTORNA LA BRASA CON PURE DE AÑO BARRO Y TRONCHONES.</p> <p>LA FONDA DEL ARCEDIANO A REJA 7 10. PADO DE TORO.</p> <p>LA BASTRERÍA DEL MERCADO PLAZA DEL MERCADO, 10. TAPAS DE TERNERA CON SHIRAZ. ESCORCHADA Y EMULSION DE MOSTAZA.</p>	<p>LA VACAVIEJA ESPOZ Y MINA, 29. OJUELAS AGUDO.</p> <p>LILICOOK GASTROBAR ESPOZ Y MINA, 22. PIRAZ. POSTICO DEL CARRILLERAS DE TERNERA Y CREMA DE QUESO.</p> <p>LILICOOK VERMUTERÍA PLAZA SCAMPTON, 7. CURSO DE CALLOS Y MORROS DE TERNERA.</p> <p>LORIE PLAZA SAN JUAN BAUTISTA 10. MIRAFLORES DE LA SALA DE TERNERA. MOKUCHA O DE AUTENTICO BUDY.</p> <p>OROVIEJO PLAZA SAN BARTOLO, 6. TERNERA. VACA ASADO EN HIERRO DE LEÑA CON TARTAR DE CARVINETOS Y PAN AL GAS.</p> <p>TAPAS 3.0 SANCHO Z. VARELLA, 8. SHIRAZ. TERNERA CON MOSTAZA ANTIQUA.</p> <p>VALENCIA RESTAURANTE CONCEJAL, 10 JUNI. ESTORADO DE TORO.</p> <p>WINELOVERS VINOS, TAPAS Y ESCALONAS, 6. TERNERA. PURE DE BONATO Y DUMPLINGS.</p> <p>ZAZU PLAZA DE LA LIBERTAD, 8. RISOTTO DE TONDO DE TORO.</p>
--	---

WWW.SALAMANCAPARACOMERSU.LA.ES

Universidad Autónoma Nuevo León – Méjico

Del 4 al 7 de mayo, se realizó el festival “Desde el Norte de México: arte, cultura y ciencia de la UANL en Salamanca”. La gastronomía tuvo un papel relevante y se llevaron a cabo las siguientes actuaciones:

Charla “El maíz en la cocina tradicional de México” y degustación de platillos derivados del maíz, 4 de mayo. Muestra gastronómica mexicana 5 y 6 de mayo en el Mercado Central. Mesa de diálogo con Ayuntamiento: Intercambios con Salamanca, Ciudad Europea de la Cultura y el Conocimiento, donde se organizó un cóctel con producto local para promocionar la gastronomía salmantina.





“Taller Chiles, Moles y Salsas Mexicanas”, los días 8 y 9 de noviembre se impartió un taller formativo, a 30 cocineros de ‘Salamanca para Comérsela’, donde Gerardo Gustavo Morales Garza, director de la Escuela Industrial y Preparatoria Técnica Pablo Livas de la Universidad Autónoma de Nuevo

León; Ángel Isaac Mandujano González, chef y profesor de la escuela, y Andrick Jesús Rodríguez Mata, técnico en Gastronomía, impartieron clases para da mexicana.



Revista Beef

Colaboración con la revista Beef, que publicó en su número de enero un especial sobre el ibérico “Me gustan tus carnes... ibérico”



Revista Hola

Se organizaron dos viajes de prensa para la Revista Hola, uno en julio para el ¡HOLA! especial Cocina 2022 “Un producto mil recetas” sobre el ibérico y otro en septiembre para HOLA cocina Lifestyle “Donde comer bien en Salamanca” y “Comidas para Llevar”.



Inauguración Lonja – Huertos Urbanos

El 17 de septiembre se inauguró la Lonja de los Huertos Urbanos, una nueva infraestructura para el ocio saludable y la formación laboral asociados a la agroalimentación. Se realizaron demostraciones culinarias y talleres ambientales durante la apertura en horario de 11.00 a 20.00 h



VI Semana de las Legumbres

Del 21 al 27 de noviembre se celebró la VI Semana de las Legumbres. Se realizaron dos showcooking en los mercados municipales y una ruta donde participaron trece establecimientos del club de producto “Salamanca Para Comérsela”.

PROGRAMA

LUNES 21 DE NOVIEMBRE
12:00 Paseo saludable. Salida de la Plaza de Trujillo y llegada al Museo del Comercio. Visita guiada a la exposición **La Armaña, tierra binada** y posterior degustación de dulces elaborados con harinas de legumbres.
16:30 Visita al Centro de la Legumbre (Pajares de la Laguna) y cata de elaboraciones a partir de harina de legumbres.

MARTES 22 DE NOVIEMBRE
12:00 Paseo saludable. Salida de la Plaza del Liceo y llegada al Museo del Comercio. Visita guiada a la exposición **La Armaña, tierra binada** y posterior degustación de dulces elaborados con harinas de legumbres.
17:30 Taller de cocina en directo impartido por David Monaguillo en el Museo del Comercio.

MIÉRCOLES 23 DE NOVIEMBRE
12:00 Paseo saludable. Salida de la Plaza del Liceo y llegada al Museo del Comercio. Visita guiada a la exposición **La Armaña, tierra binada** y posterior degustación de dulces elaborados con harinas de legumbres.
17:30 Taller de cocina en directo impartido por David Monaguillo en ZOES.

JUEVES 24 DE NOVIEMBRE
12:00 Showcooking con legumbres en el Mercado San Juan a cargo del cocinero César Niño (Restaurante El Alquimista).
17:30 Taller de cocina en directo impartido por David Monaguillo en La Loria de los Huertos Urbanos.

VIERNES 25 DE NOVIEMBRE
12:00 Showcooking con legumbres en el Mercado Central a cargo del cocinero Jorge Lozano (Grupo Tapas).

Información e inscripción en las actividades.
 A través del email: omic@aytosalamanca.es
 O de forma presencial en el C.M.I. Victoria
 Adresado: Avenida de Villamayor, 71

ACTIVIDADES PERMANENTES DE LA SEMANA

Del 21 al 27 de noviembre - Ruta de las Legumbres por los establecimientos del Barrio del Oeste.
 - Platos de cocina y tapas con Legumbres en los restaurantes asociados al Club de producto Salamanca Para Comérsela.
 Del 21 de noviembre al 4 de Diciembre
 - Exposición fotográfica **La Armaña, tierra binada** en el Museo del Comercio.

RUTA POR LOS RESTAURANTES ADHERIDOS A SALAMANCA PARA COMERSELA

- 1 - Bambú, Bravas y Tapas - C. Pinar, 6
Alubias con bogavante y sendasulas
- 2 - Clavel B, Bravas y Copas - C. Clavel, 8
Fabes con chorizo y patata
- 3 - Casañedo - Fr. del Mercado, 8
Guiso de bollitos de pavo con crema de garbanzo de Pedrosillo con fideu (Reservado Restaurante Juliana)
- 4 - Diaburas Gastrobar - C. Acadería, 4
Garbanzos cremosos con setas
- 5 - DOZE - Pz. de la Isla de la Rúa, 3
Callos con garbanzos
- 6 - El Alquimista - Pz. de San Cristóbal, 6
Mantejas de oporto con longanizas y vinagreta de lenteja de la Armaña
- 7 - El Mesón de Gonzalo - Pz. Poeta Iglesias, 10
Garbanzos de Fuentesauco con carbenas y setas
- 8 - Fondón del Arcediano de Medina - C. Reja, 10
Alubias de La Grana con queso, chorizo ibérico y rabo
- 9 - La Jara - C. San Justo, 6
Garbanzos con callos
- 10 - La Sadrivela del Mercado - Pz. del Mercado, 8
Guiso de garbanzos con mercurio y cambrón de caparazón binado en tomata
- 11 - Origen - C. Sánchez Barbero, 11
Sofre un fondo de pavo de blancos "Arturo Sánchez" un guiso de garbanzos y hongos
- 12 - Tapas 3.0 - C. Sánchez Barbero, 9
Lentejas de la Armaña estofadas con oporto y longanizas
- 13 - Valencia - C. Concejo, 15
Gustarito pedrosillano con callos
- 14 - Bar Ave Fenix - Av. Villamayor, 76
Garbanzos a la marinera
- 15 - Bar Bonanza - Pz. Oeste, 6
Garbanzos con pulpo y chipirones
- 16 - Café Bar G28 - C. Götterberg, 28
Lentejas al G28
- 17 - Café Bar Kahwaili - C. Muñoz Torrero, 9
Garbanzos con callos
- 18 - Café Bar Lyon - C. Pedro Segovia, 1
Garbanzos y alubias
- 19 - Café Bar MT - Pz. Oeste, 4
Garbanzos con chorizo
- 20 - Café El Relinco - Av. Villamayor, 56
Cada día una legumbre
- 21 - Café Ruta A66 - C. Vilgado, 44
Garbanzos con longanizas
- 22 - D' Anís Restaurante Hamburguesería - C. Joaquín Costa, 14
Caparines con sacraimientos
- 23 - Gran Tasca Bar Manzano - C. Profesor Saiz, 14
Alubia blanca con almejas y relleno de marisco
- 24 - Harmony 3.0 - Pz. Carmelitas, 10
Garbanzos con gambas
- 25 - La Cocinita Mágica - C. Götterberg, 22
23 de noviembre a las 19:00h
Evento con la participación del Director Técnico de Legumbres de calidad. Degustación gratuita de crema de lentejas de la Armaña con calabaza y hummus de garbanzo de Pedrosillo. Estrada libre hasta completar aforo.
- 26 - María de la O Bar - P. Carmelitas, 14
Las lentejas de María
- 27 - Restaurante Mesón Oeste Bar - C. Fray Luis de Granada, 36
Lentejas, alubias, garbanzos
- 28 - Restaurante Montecarlo - P. Carmelitas, 64
Garbanzos de Pedrosillo con setas y longanizas

VI SEMANA DE LAS LEGUMBRES

Jóvenes Creadores – modalidad cocina

El 16 de junio a las 9.30 h se convocó al jurado de modalidad “cocina” para el XXI Certamen de Jóvenes Creadores, cuyo objetivo es premiar y promover la participación de los jóvenes en diferentes campos artísticos.

Torneo de Golf “3 bajo par Salamanca”

En octubre los días 14, 15 y 16, se celebró el torneo de golf “3 bajo par Salamanca”; jugándose bajo la modalidad de Stableford Individual Hándicap, en los tres campos de Golf de Salamanca.

Grabación TV Nacional China

Los días 22, 23 y 25 de noviembre, colaboramos en la grabación de un programa especial de promoción de la ciudad de Salamanca para la TV Nacional de China, donde la gastronomía y los productos locales formaron parte del programa.

Otras colaboraciones para la promoción de nuestra gastronomía realizadas durante 2022 fueron: Blogg-press “GatoVadio” – Portugal; Blogg-press periodistas India; Consejo Directivo CEAV; Seminario Derechos Humanos, Fundación Alicia Alonso; Congreso Mundial Investigación Artes Escénicas, Exposición Mystery Man; Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España; Presentación de la revista Versión Original.





06 | SALAMANCA CIUDAD DEL ESPAÑOL

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

06 | SALAMANCA CIUDAD DEL ESPAÑOL

1. Introducción

2. Servicios e Infraestructura

2.1. Oficina SCE

2.1.1 Nuevos materiales promocionales

2.2. Acreditaciones profesores de español

3. Actuaciones

3.1. En Destino

3.1.1. Adenda de Modificación del Convenio Asociación de Escuelas de Español

3.1.2. Campaña Familias Anfitrionas

3.1.3. VI Semana de las Legumbres

3.1.4. Actividades 2022

3.1.5. Patrocinio Planeta

3.1.6. Foro Gaceta

3.1.7. Recepciones

3.1.8. Envíos de información

3.1.9. Difusión. Revista Diplomacia

3.2 Promoción

3.2.1. Acciones inversas. Plan de Promoción. Viajes Familiarización.

3.2.2. Participación en las acciones internacionales de organizadas por la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León dentro del Plan del Español.

3.2.3. Patrocinio de la I Semana del Español de FEDELE (Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera). Madrid.

1. Introducción

El año 2022 vino marcado por una tendencia favorable en el sector del turismo idiomático después de dos anualidades condicionadas por la ausencia de matrículas. A pesar de este sesgo positivo, no se generaron unos datos convenientemente productivos, pero la facturación de las empresas de enseñanza de español en la ciudad logró alcanzar una cifra cercana al 60%, tomando como referencia la obtenida en el año 2019.

A las dificultades en la contratación de los grupos se sumó la pérdida de una parte importante de las denominadas “familias anfitrionas” lo que, junto con otros factores externos, contribuyeron a penalizar la llegada de estudiantes a nuestra ciudad. Uno de estos elementos negativos fue la falta de frecuencias y la prolongada duración de los transportes que comunican la ciudad de Salamanca con el aeropuerto de Madrid, punto estratégico de entrada del turismo idiomático.

A pesar de estos tres grandes desafíos, las previsiones a corto y medio plazo comenzaron a ser optimistas en el sector (aunque condicionadas a la evolución de la pandemia) y la solvencia en la contratación comenzó a vislumbrarse en un horizonte marcado por la recuperación de las cifras alcanzadas en 2019 y la ilusión de volver a inundar nuestra ciudad de estudiantes extranjeros.

2. Servicios e Infraestructura

2.1. Oficina SCE

Los datos de visitantes y las demandas de información en el año 2022 se vieron significativamente mejorados respecto a los obtenidos durante el año 2021. Los países de procedencia de los estudiantes que realizaron sus consultas en la oficina de atención experimentaron algunos cambios respecto a los principales países emisores ya que, aunque se mantuvo como principal país emisor los EE.UU, China vio relegada sustancialmente su

posición en el ranking, siendo sustituida por Italia y tomando nuevo protagonismo países como la República Checa, Alemania, Francia y Reino Unido.

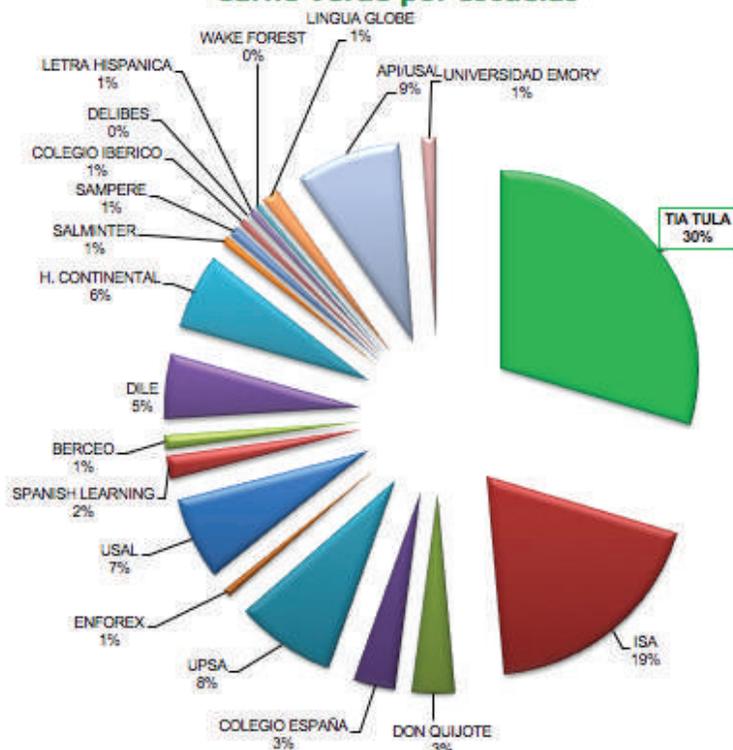
El mes en el que más consultas se atendieron en la oficina fue junio, seguido de los meses de septiembre y julio.

En cuanto al número de carnets editados para alumnos mayores de edad se evidenció un incremento del 281% respecto al año 2021, emitiéndose un total de 905 carnets para adultos. Y en relación a los carnets solicitados para estudiantes menores de edad, habría que destacar un espectacular aumento del 10633%, si comparamos los datos con los registrados en 2021, ya que en este año se realizaron sólo tres documentos acreditativos para alumnos de menos de 18 años, habiéndose alcanzado en el año 2022 la cifra total de 319 carnets.

Respecto al rango de carnets editados por escuelas e instituciones académicas, la que solicitó un mayor número de carnets de estudiantes fue el centro de español Tía Tula, seguido por ISA (International Studies Abroad), API (Abroad Programm International), Cursos de Lengua y Cultura Española de la Universidad Pontifica de Salamanca y Cursos Internacionales de la Universidad de Salamanca.

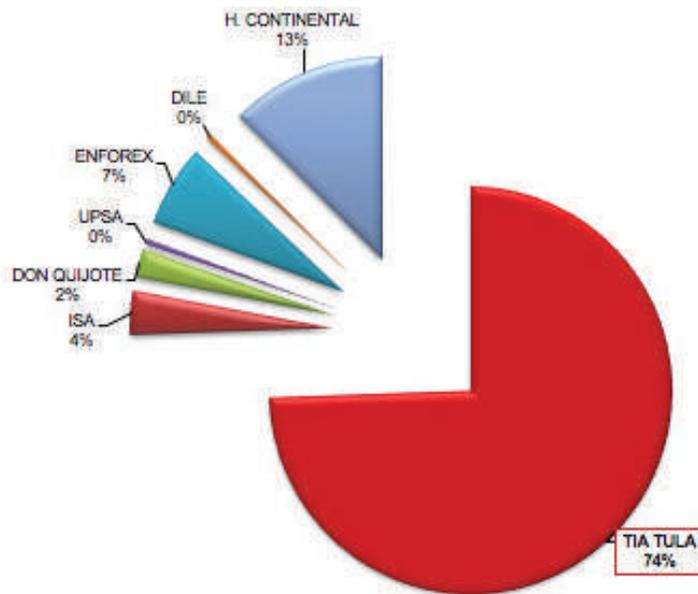
Como aspecto a destacar, en el año 2022 la Oficina de Atención al Estudiante de Español recuperó el espacio destinado a presentaciones de la ciudad para su uso acostumbrado, puesto que el aula había sido cedida durante los años 2020 y 2021 al departamento de Policía Administrativa (sito en la tercera planta del mismo edificio Gombau), con el fin de facilitar la atención de las consultas presenciales de los ciudadanos en el periodo de restricciones y medidas de prevención de contagio, durante la crisis sanitaria del COVID-19.

Carne Verde por escuelas



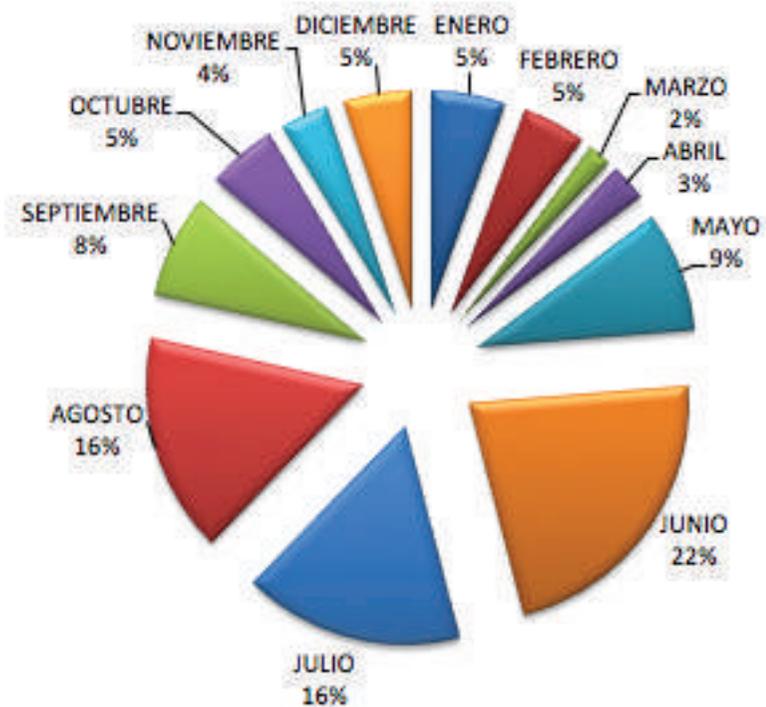
TIA TULA	268	30%
ISA	172	19%
DON QUIJOTE	31	3%
COLEGIO ESPAÑA	31	3%
UPSA	74	8%
ENFOREX	6	1%
USAL	61	7%
SPANISH LEARNING	17	2%
BERCEO	10	1%
DILE	48	5%
H. CONTINENTAL	56	6%
SALMINTER	6	1%
SAMPERE	8	1%
COLEGIO IBERICO	5	1%
DELIBES	2	0%
LETRA HISPANICA	5	1%
WAKE FOREST	4	0%
LINGUA GLOBE	13	1%
API/USAL	78	9%
UNIVERSIDAD EMORY	10	1%
Total	905	

Carne Rojo por escuelas



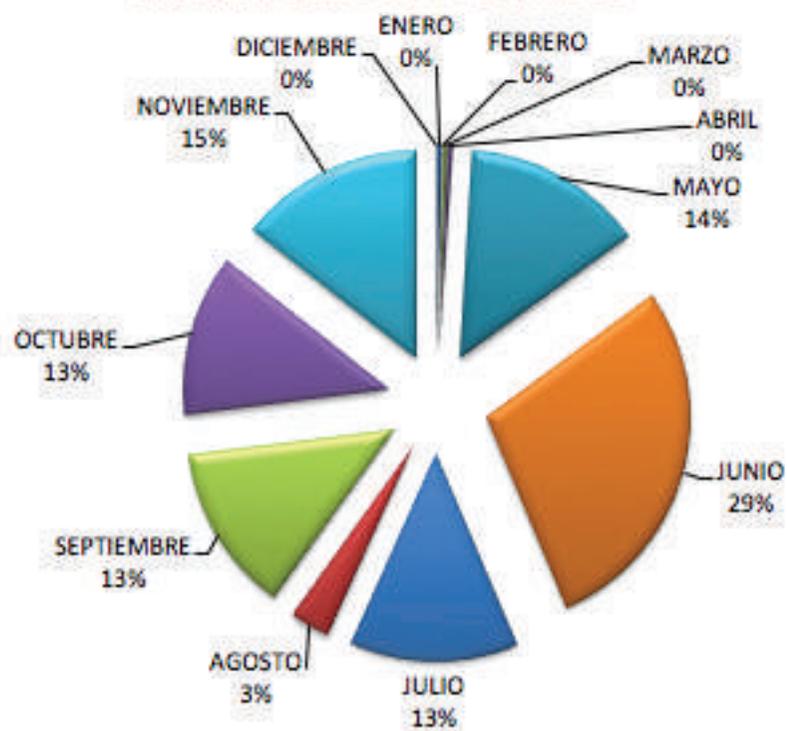
TIA TULA	172	54%
ISA	8	3%
DON QUIJOTE	5	2%
UPSAL	1	0%
ENFOREX	15	5%
DILE	1	0%
H. CONTINENTAL	29	9%
SPANISH LEARNING	64	20%
API/USAL	18	6%
MESTER	6	2%
	319	

CARNES ANUALES VERDES



ENERO	50	6%
FEBRERO	43	5%
MARZO	16	2%
ABRIL	25	3%
MAYO	81	9%
JUNIO	201	22%
JULIO	148	16%
AGOSTO	146	16%
SEPTIEMBRE	70	8%
OCTUBRE	47	5%
NOVIEMBRE	32	4%
DICIEMBRE	46	5%
TOTAL	905	

CARNES ANUALES ROJOS



ENERO	1	0%
FEBRERO	0	0%
MARZO	1	0%
ABRIL	1	0%
MAYO	45	14%
JUNIO	91	29%
JULIO	42	13%
AGOSTO	10	3%
SEPTIEMBRE	42	0%
OCTUBRE	40	0%
NOVIEMBRE	46	0%
DICIEMBRE	0	0%
	319	

2.1.1 Nuevos materiales promocionales

La gran demanda registrada, por parte de las escuelas de español y de los profesores ELE internacionales, de los materiales promocionales y didácticos editados por Salamanca, Ciudad del Español hizo necesaria la reedición de los siguientes folletos:

- Tríptico informativo del Carnet SCE
- Actualización del Plano de la ciudad para estudiantes SCE
- Folleto explicativo de la marca SCE
- Ruta-Gimkhana de la ciudad
- Bolsas promocionales de SCE
- Tríptico sobre la seguridad
- Libretas promocionales para profesores

2.2. Acreditaciones profesores de español

A lo largo de 2022 se han realizado un total de 36 nuevas acreditaciones para profesores de español, destinadas a ser utilizadas durante las denominadas “clases prácticas de arte” por la ciudad con estudiantes extranjeros. Estos datos suponen un aumento del 400% en cuanto al número de acreditaciones de profesores realizadas en 2021, que ascendían a un total de 9.

Los profesores para los que se han emitido acreditaciones procedían de diversos centros privados de enseñanza ELE, de universidades americanas y de entidades de movilidad académica internacional con sede en Salamanca (MESTER, DICE, DILE, SAMPERE, UNAMUNO, DELIBES, TIA TULA, EMORY UNIVERSITY, IES ABROAD).

3. Actuaciones

3.1. En Destino

3.1.1. Adendas de Modificación del Convenio de colaboración con la Asociación de Escuelas de Español adheridas a la marca Salamanca Ciudad del Español.

Dado que las condiciones desfavorables a las que se enfrentaba el sector en 2022 continuaban comprometiendo el mantenimiento y la sostenibilidad de las empresas, se consideró oportuno prorrogar el periodo de vigencia del convenio firmado el 23 de septiembre de 2020 y ampliado a lo largo del año 2021, extendiéndolo hasta el 31 de diciembre del año 2022 e incorporando además nuevas actuaciones y compromisos que respaldaran y atenuaran el impacto negativo de la pandemia en las empresas de enseñanza ELE.

Se mantuvieron las ayudas para reforzar la seguridad en los centros mediante la implantación de medidas higiénico-sanitarias, así como las acciones de promoción internacional del destino además del mantenimiento de la acreditación de calidad, emitida por el Instituto Cervantes y exigida para la pertenencia a la marca Salamanca, Ciudad del Español. Para financiar esta última subvención se comprometieron 75.000,00 euros, con un máximo de 5.000,00 euros por escuela, con el propósito de facilitar, tanto el pago de los cánones de renovación anual obligatoria, (correspondientes a las anualidades 2021 y 2022), como el pago por la emisión del informe de ratificación del contrato de acreditación.

Asimismo, en esta adenda se actualizó el Anexo I, respecto a la relación de los centros acreditados miembros de la marca Salamanca, Ciudad del Español, debido a la baja de la Academia ISLA, que entró en concurso de acreedores a principios del año 2021.

Adenda de modificación: Relación de Escuelas acogidas al convenio de colaboración:

Con fecha de 24 mayo se aprobó una nueva Adenda de Modificación del Convenio de colaboración con la Asociación de Escuelas de Español de Castilla y León, para la incorporación de la escuela “Lingua Globe”, que permaneció en la marca SCE entre 2010-2019, cuando suspendió temporalmente su actividad. Tras haber reiniciado su actividad en 2022, la escuela “Lingua Globe” volvió a formar parte de la Asociación de Escuelas de Español de Castilla y León, por lo que fue necesaria la modificación del Anexo I: Relación de escuelas miembros de la Asociación de Escuelas de Español de Castilla y León, adheridas a la marca Salamanca, Ciudad del Español.

El nuevo Anexo I quedó integrado por 16 escuelas:

1. Colegio Delibes
2. Colegio Ibérico
3. DICE Salamanca. Centro Didáctico de Español
4. DILE Cursos Internacionales de Español
5. Don Quijote Salamanca
6. Colegio Hispano Continental
7. Instituto Español de Salamanca Berceo
8. Letra hispánica
9. Lingua Globe
10. Spanish Courses Unamuno
11. Salminter. Escuela Salamantina de Cursos Internacionales
12. Estudio Sampere Salamanca
13. Tía Tula. Colegio de Español

14. Mester Spanish Courses
15. Colegio de España
16. Enforex

Adenda de modificación: Promoción internacional inversa.

La última Adenda de modificación del Convenio se firmó el 28 de septiembre y en ella se especificaban los aspectos relativos a la cláusula 2.2ª referente a las actuaciones de promoción internacional (Punto 3.2.1. de este informe).

3.1.2 Campaña Familias Anfitrionas

Los estudiantes de español que acuden a Salamanca para aprender y practicar el idioma buscan una inmersión total en la vida de la ciudad a través de la estancia en familias. Este es el tipo de alojamientos más demandado por los alumnos extranjeros, con más del 80 % de demanda, frente a las solicitudes de hospedaje en residencias.

Si la estimación de familias que acogían estudiantes extranjeros en Salamanca en el año 2019 se acercaba a las 1000, en el año 2022 se cifró en torno a las 350, lo que provocó que en los meses de mayor afluencia de estudiantes extranjeros del año 2022 (abril, mayo y junio), las escuelas tuvieran una considerable dificultad para poder responder a las necesidades de solicitudes.

Las razones para esta carencia de familias de acogida fueron varias:

El impacto de la pandemia provocó que muchas de estas familias tuvieran que buscar trabajos alternativos que permitieran otra forma de ingresos. Otras familias monoparentales, constituidas por personas jubiladas, ante la situación de emergencia sanitaria sobrevenida, se trasladaron de manera

definitiva a sus pueblos de origen y las que permanecieron en la ciudad acusaban un claro recelo en cuanto a la acogida estudiantes extranjeros, puesto que en el año 2022 se mantuvo todavía un escenario inestable respecto a la seguridad sanitaria.

Ante esta carencia de familias anfitrionas, se consideró necesario desarrollar la campaña “Familias Anfitrionas”; para impulsar la acogida de estudiantes de español en los domicilios familiares. La carencia de este tipo de alojamiento obstaculizaba la contratación de numerosos grupos, que volvían a solicitar estancias lingüísticas en hogares locales, una vez superadas las restricciones de movilidad internacional, y esta circunstancia perjudicaba tanto a los centros privados de enseñanza ELE, como a los Cursos Internacionales de Español de las dos universidades.



Recordar las numerosas ventajas que suponía el convertirse en familias anfitrionas.

La campaña, con presencia en diversos medios de comunicación, incluyó la realización de un vídeo, un spot publicitario, diseño de cartelería tanto impreso como digital.

Su objetivo era destacar que esta práctica aportaría una experiencia muy enriquecedora para toda la familia, creando vínculos afectivos que en muchas ocasiones permanecerían toda la vida.

También incluyó el diseño de un díptico informativo con un decálogo de buenas prácticas para las potenciales familias anfitrionas, en el que se incluyeron los datos de contacto de los 16 centros de español acreditados por el Cervantes, las dos universidades y 2 entidades de movilidad académica internacional, miembros de Salamanca, Ciudad del Español.

ESCUELAS:

ACADEMIA BERCEO, COLEGIO DELIBES, COLEGIO DE ESPAÑA, COLEGIO IBÉRICO, DICE. CENTRO DIDÁCTICO DE ESPAÑOL, DILE. CURSOS INTERNACIONALES DE ESPAÑOL, DON QUIJOTE / ENFOREX SALAMANCA, ESTUDIO SAMPERE, HISPANO- CONTINENTAL, LETRA HISPÁNICA, LINGUA GLOBE, MESTER, SALMINTER DE SALAMANCA, SPANISH COURSES UNAMUNO, TIA TULA.

UNIVERSIDADES:

CURSOS INTERNACIONALES -UNIVERSIDAD DE SALAMANCA- y UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

ENTIDADES DE MOVILIDAD ACADEMICA INTERNACIONAL

ACADEMIC PROGRAMS INTERNATIONAL (API) e ISA BY WORLDSTRIDES

INFÓRMATE EN ALGUNO DE ESTOS CENTROS

ACADÉMIA HEREDIA
C/ Pedro Cepa, 7
Flecha Chica
923 23 95 64
heredia@heredia.com

COLEGIO DEL BIER
Plaza de San Sebastián
11 Chera, 1
Sociedad
923 23 24 82
delbier@delbier.com

COLEGIO DE ESPAÑA
C/ Compañía, 65
Sociedad, Entero
923 23 17 88
info@colegioespana.com

COLEGIO BERGEO
C/ Pío Baroja, 27
Plaza de Castro, 9
Plaza Hernández
Educa Educa
923 23 23 98
info@colegioespana.com

DEC. CENTRO DIBUJADO DE ESPAÑA
C/ Álvarez de Sotomayor, 11
Germán Pizarro
923 23 23 49
info@decspana.com

DEC. CURSOS INTERNACIONAL DE DE ESPAÑA
Plaza del Oeste, 3
Sociedad
923 23 24 48
dec@decspana.com

DEC. DIBUJOS E IMPRESIONES SALAMANCA
C/ Pío Baroja, 3
Educa Educa / Análisis Biz
923 23 23 98
info@decspana.com

ESCOLIO SAMPERO
C/ Cuarta de San Juan
Entero Compañía
Entero Socio Pizarro
923 23 23 39
escolio@escolio.com

ESPAÑA CONTINENTAL
15 Chera, 1-17
Sociedad
Autónoma Vitoria
923 23 23 44
info@espana.com

LETRA HISPÁNICA
C/ Pío Baroja, 18
Sociedad
923 23 23 38
info@letrahispanica.com

LINGUA OLICO
C/ San Patricio, 9
Plaza Lucas González
Educa Educa
916 60 78 85
info@linguaolico.com

MESTER
C/ Alvarado Coronado, 4
536 12 81 11
mester@espana.com

SALINERO DE SALAMANCA
C/ Tercera, 25 P
Los 999 Pizarro
923 23 18 58
info@salinero.com

ESPAÑA COURSES UNIPUNO
Avda. Pío de España, 28-27
Análisis Biz
923 23 23 98
info@espanacourses.com

TIA TULA
C/ Pío Baroja, 25
Entero Novicio
923 23 02 63
tia@tia.com

PROGRAMA Familias anfitrionas
(de estudiantes de español en Salamanca)

DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA FAMILIAS ANFITRIONAS

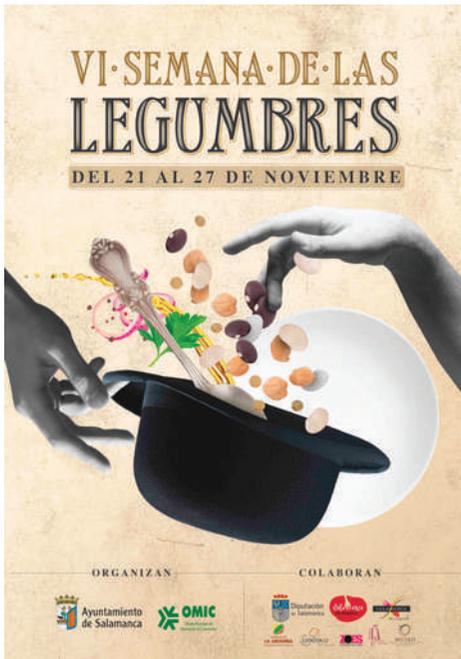
- 01** Los estudiantes internacionales que deciden alojarse en una familia de acogida buscan una experiencia auténtica. Las familias son el medio ideal de integración en el cultivo de su lengua y a través de las conversaciones, la comida y las experiencias compartidas.
- 02** La familia de acogida es embajadora cultural tanto de Salamanca como de España. Es la principal fuente de información para los estudiantes, por lo que es importante transmitir las tradiciones, las normas, la vida cultural, etc.
- 03** Los estudiantes internacionales están muy concienciados sobre la alimentación sana. La familia de acogida les proporcionará una dieta equilibrada y conocerá las dietas especiales que estos pueden seguir: vegetariana, vegana, sin gluten, sin lactosa, etc.
- 04** En la familia de acogida el estudiante tendrá una habitación agradable con todo lo necesario (ropa cómoda, juegos de baño, sábanas y mobiliario en condiciones: armario, mesa y silla de estudio, un fiador...). La habitación se limpiará al menos una vez por semana y se garantizará una buena conexión a internet en todas las ocasiones.
- 05** Los estudiantes que eligen alojarse con una familia de acogida, además de la experiencia cultural buscan también una inmersión lingüística. Es importante que las familias busquen puntos de conversación durante los momentos de convivencia.
- 06** La familia de acogida ofrecerá un entorno seguro y tolerante. Cada estudiante tiene un idioma y sabe de un comercio diferente. Algunos de los temas de conversación son la comprensión, la tolerancia y la empatía.
- 07** El modelo de estudio internacional va cambiando. Es importante que las familias de acogida estén actualizadas sobre temas de relevancia: Proyecto o curso de evaluación, diversidad, microgeneraciones, etc.
- 08** Para las organizaciones, las familias de acogida son una fuente de información valiosísima sobre los estudiantes. Es conveniente mantener una comunicación abierta e informarse siempre que su familia tiene algún posible problema con el estudiante.
- 09** La familia de acogida mantendrá su información actualizada siempre que el número de personas que componen la familia, mascotas, etc.). Es aconsejable que la información que recibe el estudiante antes de llegar a Salamanca sea lo más exacta posible.
- 10** Además de todo lo anterior, es importante que la familia de acogida disfrute de la experiencia acogiendo a estudiantes internacionales. De esa manera, todo lo demás surgirá de manera natural.



La campaña se presentó el 8 de noviembre de 2022 con un audiovisual de cerca de dos minutos de duración, del que se extraía un spot para la televisión local de 20 segundos, un anuncio en prensa escrita con faldón de 5x2, una cuña de radio de 20", el diseño para la cartelería de los mupi del circuito municipal, un díptico informativo, un banner y un landing page integrado en la web, con toda la información necesaria para contactar con las escuelas de español para extranjeros.

3.1.3. VI Semana de las Legumbres

La celebración de la VI Semana de la Legumbre 2022 de Salamanca tuvo lugar entre los días 21 al 27 de noviembre, como una apuesta de continuidad a las propuestas de ediciones anteriores, dibujando un amplio programa que estaba dirigido a sensibilizar a la sociedad sobre las ventajas nutricionales del consumo de legumbres, como producto de cercanía, saludable, nutritivo y tremendamente versátil.



En esta sexta edición, Salamanca Ciudad del Español volvió a colaborar en la organización de las actividades, brindando a los alumnos extranjeros una presencia especial y proporcionando además un autobús, con el fin de que pudieran visitar el Centro de la Legumbre de Pajares de la Laguna, lugar donde también disfrutaron de una cata de productos elaborados a partir de harina de legumbres.

También se ofreció un taller de cocina en directo, el martes día 22 de noviembre a las 17:30 h. en el Museo del Comercio, impartido por David Monaguillo.



3.1.4. Actividades 2022

Talleres gastronómicos para estudiantes extranjeros.

Lugar: ESCUELA DE HOSTELERÍA SALAMANCA-

Duración aproximada: 1'5 -2 h

Fechas:

-Taller 1: 18/05/2022 Horario: de 17:00 a 19:00

-Taller 2: 07/06/2022 Horario: de 18:30 a 20:30

-Taller 3: 21/06/2022 Horario: de 18:30 a 20:30

-Taller 4: 22/06/2022 Horario: de 18:30 a 20:30

Contenidos:

Taller 1: Elaboración de arroces (paella de pollo, de verdura y de marisco)

Taller 2: Elaboración de tortillas de patatas (con y sin relleno)

Taller 3: Elaboración de tapas típicas de Salamanca

Taller 4: Elaboración de tapas típicas de Salamanca

A la finalización de cada taller los alumnos degustaron las elaboraciones realizadas.

Número de Alumnos: 15-17 por grupo

Coste: Cada taller tuvo un coste de 450€.

Clases de Flamenco

Lugar: Espacio Joven C/ José Jáuregui

Duración: 1'5 h

Número de Alumnos: 20 estudiantes por clase.

Fechas y horarios:

- Martes 31 de mayo 18:00 a 19:30
- Martes 14 de junio 18:00 a 19:30
- Martes 28 de junio de 18:00 a 19:30

Clases de Teatro

Desde Salamanca, Ciudad del Español se recibió una propuesta de La Bulé Asociación Cultural, que se consideró novedosa e interesante para los estudiantes de español. Consistía en un taller de teatro impartido por actores profesionales que utilizarían textos de dramaturgos españoles del siglo XX mundialmente conocidos como Lorca, Valle-Inclán, Buero Vallejo, Jacinto Benavente, Miguel Mihura o Jardiel Poncela.

Se trataba de un curso práctico, en el que también se impartirían unas mínimas bases teóricas y la participación activa de los alumnos de español les acercaría a las artes escénicas y a la cultura española del siglo pasado.

Lugar: Espacio Joven C/ José Jáuregui, N° 16

Asistentes: máximo de 15 alumnos

Duración: 2 horas

Fecha: miércoles 15 de junio 17:00-19:00

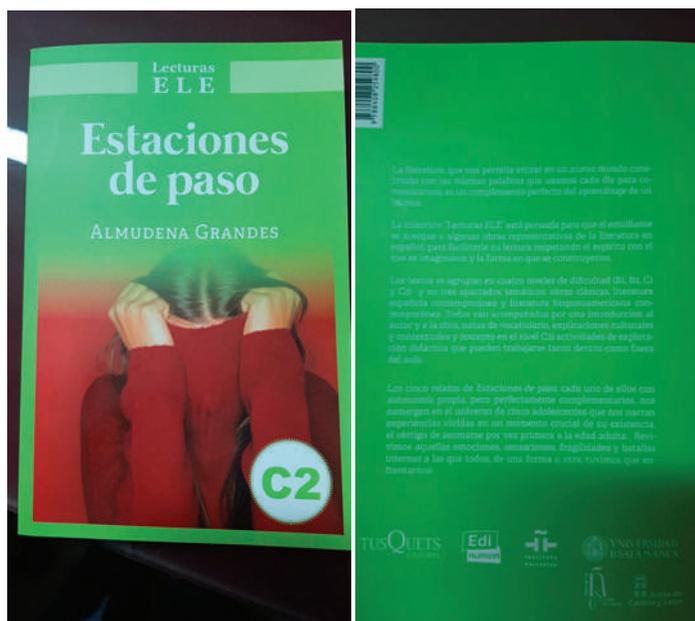
Precio: 250 € (I.V.A. exento).

3.1.5. Patrocinio Planeta

El Instituto Cervantes, los Cursos Internacionales de la USAL y las editoriales Edinumen (Editorial especializada en manuales para la enseñanza del ELE) y Planeta desarrollaron un proyecto de lecturas graduadas para estudiantes de los niveles B1, B2, C1 y C2 de español, que se incluirían en el catálogo de Planeta, y que junto con el prestigio académico de la USAL y la capacidad expansiva del Instituto Cervantes, contarían también con la distribución a través de la red especializada de Edinumen, convirtiéndose en una biblioteca indispensable para los estudiantes de nuestro idioma en todo el mundo.

Para poder llevar a cabo dicha iniciativa era necesaria la presencia de patrocinadores que facilitaran la viabilidad financiera del proyecto, cubrieran los costes iniciales y permitieran su distribución en la salida al mercado. Turismo de Salamanca, a través de la marca Salamanca, Ciudad del Español

decidió proporcionar el apoyo a esta iniciativa en forma de patrocinio, para los ejemplares que se imprimieran en los próximos dos años (la tirada inicial será de 15.000 ejemplares).



La Universidad de Salamanca fue la encargada de la selección de autores y títulos, desarrollando también los materiales pedagógicos que los acompañaban. Edinumen, por su parte, fue la responsable de la promoción comercial y el Instituto Cervantes tenía como cometido el distribuir estos materiales a sus 100 delegaciones mundiales. La editorial Planeta se encargó de adaptar las plataformas de consumo y promoción, así como de gestionar los derechos de los autores y desarrollar el modelo de negocio.

3.1.6. Foro Gaceta

Fecha: 13 Octubre 2022

Hora: 9:30

Lugar: Casino de Salamanca

Temática: “La pujante industria del español: oportunidades y retos”

Turismo de Salamanca patrocinó el “Foro GACETA del Español” que se desarrolló en el formato de desayuno informativo y que tuvo como ponente a D. José Luis García Delgado, catedrático experto en economía asociada al aprendizaje del español y ex rector de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. El encargado de presentar el acto fue el rector de la Universidad de Salamanca, Ricardo Rivero.



Coincidió con la semana de la inauguración del Centro Internacional el Español en la ciudad y en este foro se analizó el impacto que tiene para Salamanca la enseñanza e internacionalización del español y se afirmó que “la factoría de la industria del español, su corazón, debería estar en Salamanca”.

3.1.7. Recepciones

Durante este año 2022 se ofrecieron un total de 22 recepciones, casi un 250% más respecto al año 2021, que fueron demandadas por parte de las escuelas de español, las universidades y las agencias comercializadoras. Estas visitas estaban dirigidas a visitantes extranjeros de las más diversas procedencias: grupos de profesores, responsables académicos, periodistas, estudiantes y en definitiva a prescriptores de opinión. Todos ellos fueron obsequiados con una bolsa de bienvenida que incluía el material informativo, didáctico y promocional de la marca Salamanca, Ciudad del Español.

Las fechas y entidades solicitantes de las recepciones fueron las siguientes:

- 11 y 13 enero recepciones de Univ. Wake Forest (grupo neurociencias)
- 18 de marzo Colegio Ibérico (Italia)
- 21 de marzo Tía Tula (EE.UU)
- 18 de abril Colegio Unamuno (EE.UU)
- 17 de mayo Tía Tula (Alemania)
- 31 de mayo Univ. Wake Forest (EE.UU)
- 8 de junio Colegio Unamuno (Arizona, EE.UU)
- 20 de junio Colegio Unamuno (New York, EE.UU)
- 22 de junio DILE (Illinois EE.UU)
- 23 de junio DILE (Bethel University Minesota, EE.UU)
- 5 y 6 julio Universidades de Pensilvania EE.UU
- 7 julio Univ. de Rutgers (EE.UU)
- 21 de julio recepción del Alcalde alumnos de Brasil (Becas Banco Santander) y Univ. Lousiana

- 16 septiembre y 6 de octubre Spanish Learning (Chequia)
- 17 de octubre- Univ. Hungría
- 28 de Octubre Tía Tula (Francia)
- 8 de noviembre profesores de Chequia
- 15 de noviembre HACU (Hispanic Association of Colleges and Universities)



3.1.8. Envíos de información

A lo largo de 2022 se mantuvieron puntualmente informados todos los miembros de Salamanca, Ciudad del español, con frecuentes envíos de e-mails relativos a los eventos y las noticias de la ciudad que pudieran resultarles de interés.

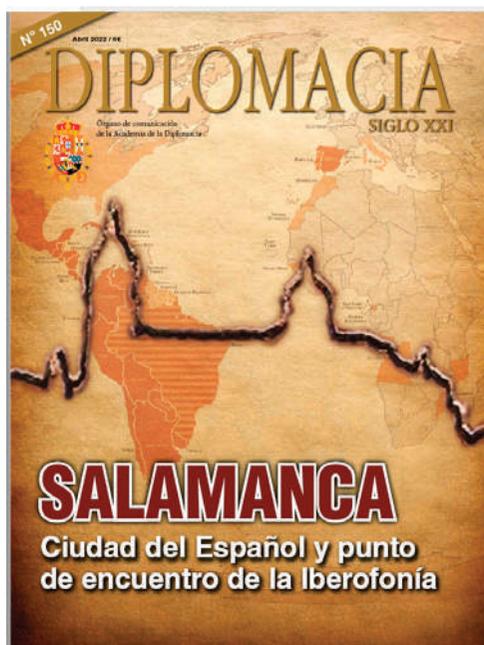
Estos son algunos de los ejemplos:

- Programa Cultura Virgen de la Vega
- Programación fiestas de San Juan Sahagun
- Festival Siglo Oro
- Salamanca Dorada
- Programación municipal de Navidad
- Espectáculo de grupo Azabache: Quejío
- Programas de actividades de la Filmoteca de Castilla y León
- Programas de cine en Versión Original de Cines Van Dyck

3.1.9. Difusión. Revista Diplomacia

La Revista Diplomacia Siglo XXI dedicó su número 150 a repasar la potencialidad de Salamanca en el ámbito de la enseñanza de la lengua española y las características históricas, culturales y geográficas que definen a la ciudad como punto de encuentro de la Iberofonía.

Dicha publicación fue presentada en el Real Casino de Madrid en un acto al que acudió el alcalde de Salamanca, Carlos García Carbayo, y en el que estuvo acompañado por el presidente ejecutivo de la Academia de la Diplomacia, Santiago Velo De Antelo; y por el director de Relaciones Internacionales de Funiber, Álvaro Durántez.



A la presentación, que se desarrolló bajo el título 'Salamanca: capital del español y punto de encuentro de la Iberofonía', asistieron también los embajadores de Guinea Ecuatorial, Miguel Enjang; de Cabo Verde, Ney Cardoso; de Guatemala, Mónica Bolaños; y de Mozambique, Manuela Dos Santos. Durante la presentación se destacó la importancia de la ciudad como uno de los principales referentes de España en turismo idiomático por el volumen de estudiantes anuales que recibe, lo que supone un notable impacto en la economía local, y no solo tiene reflejo en las escuelas de español, sino que produce beneficios transversales que favorecen a sectores como la hostelería, el comercio, el transporte o las familias de acogida. También se puso de manifiesto la creación de la marca 'Salamanca, Ciudad del Español', hace más de dos décadas y que supuso un proyecto integral que puso el foco en este sector empresarial y que contribuyó al despliegue de posteriores estrategias de promoción y de comercialización.

3.2 Promoción

3.2.1. Acciones inversas. Plan de Promoción. Viajes Familiarización.

El día 5 de junio de 2022 se convocó a las escuelas de español firmantes del convenio de colaboración, para plantear la propuesta de acciones directas de promoción internacional, que se desarrollarían en el último cuatrimestre del año. El plan se centra en mercados de gran interés para el sector, en países como Estados Unidos, Alemania, Suiza, Austria y Croacia, en los que se tendría presencia en ferias especializadas, con presentaciones del destino y público objetivo, profesores de ELE (Español como Lengua Extranjera), verdaderos prescriptores de opinión a la hora de decidir el destino para las estancias lingüísticas de los estudiantes de español.

Las escuelas asistentes a dicha reunión estuvieron de acuerdo en la selección de los mercados para este plan de promoción y destacaron la importancia de contar con el respaldo del Ayuntamiento de Salamanca, a través del Convenio, para promocionar la enseñanza del castellano en un escenario tan desfavorable; pero de la misma manera manifestaron la dificultad que supondría, para la mayoría de las empresas, la asistencia a estas acciones de promoción internacional a causa de sus evidentes problemas de liquidez, ocasionada por la drástica reducción del volumen de facturación durante los dos años de pandemia.

Posteriormente a esta reunión informativa se recibió una propuesta formal de la Asociación de Escuelas de Español, en la que se hacía referencia a las actuales dificultades económicas soportadas por las escuelas, que les resultaban incompatibles con la participación en el plan de promoción internacional, a pesar del gran interés de los mercados seleccionados, puesto que, aunque contarán con asignaciones que rebajaran los costes del viaje, para la mayoría de los centros resultaría inabordable tal esfuerzo económico.

En base a todo esto, las escuelas integrantes de la marca proponían una alternativa al plan de promoción planteado para 2022 con acciones de promoción inversa, consistente en viajes de familiarización para profesores de ELE, que desempeñaran sus funciones docentes en instituciones educativas en el extranjero, con el fin de darles a conocer de primera mano la excelencia del destino y la alta calidad de la oferta educativa de Salamanca. Para ello se contaría con los denominados “Cursos Formación de formadores”, en los que se brindarían nuevas herramientas didácticas y metodológicas a los docentes ELE, permitiendo además esta acción de promoción inversa la participación de todos y cada uno de los centros de enseñanza de español de la marca, con independencia de su volumen de facturación.



La propuesta fue aceptada y para su ejecución se desarrollaron las siguientes condiciones:

- La Sociedad Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U. asumiría los gastos, por un lado, de los cursos de formación de for-

madores impartidos por los centros ELE (con un coste fijo de 300 euros por profesor visitante) y por otro lado, el alojamiento de los profesores de español, durante su estancia en la ciudad de Salamanca, así como las posibles actividades extraacadémicas (ambos conceptos no podrían superar la cantidad de 300 euros por profesor). Dichos importes serían abonados directamente por parte de la Sociedad de Turismo a la empresa que desarrollara la correspondiente actividad.

- Las fechas de realización de estas acciones promocionales inversas estarían comprendidas entre los meses de agosto y diciembre de 2022.

- La captación y selección de los profesores visitantes sería realizada por parte de cada escuela, con un máximo de 10 profesores por centro.

- El requisito imprescindible para la aceptación de los profesores visitantes sería el que estuvieran en activo y que ejercieran su actividad docente en instituciones académicas y educativas en el extranjero; además de que no hubieran sido beneficiarios de cualquier otra subvención, sujeta a similares características, en la ciudad de Salamanca en los últimos tres años.

- Las solicitudes podrían ser presentadas exclusivamente por las escuelas de español incluidas del Anexo I de la Modificación de la Adenda del Convenio de Colaboración entre la Sociedad Municipal Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U. y la Asociación de Escuelas de Español de Castilla y León del 24 de mayo de 2022.

- Las escuelas de español solicitantes adquirirían también el compromiso de poner en conocimiento de los profesores invitados la procedencia de la acción promocional inversa y su finalidad de divulgación de la ciudad de Salamanca como referente en el turismo idiomático.

- En la documentación a presentar por parte de las escuelas participantes como solicitud de participación en este plan de promoción, era obligatorio incluir:

- Certificado expedido por la institución educativa a la que perteneciera el profesor invitado y en el que se acreditara que estaba contratado como docente de español como lengua extranjera (ELE).
- Copia de un documento de identidad válido (pasaporte) del profesor invitado.
- Los datos de contacto de los profesores invitados, el país de procedencia y las fechas de estancia en Salamanca.
- La factura de la matrícula del profesor para la realización del curso “Formación de Formadores” (de una semana de duración) en la correspondiente escuela de español de Salamanca.

De la misma manera quedaba expresamente prohibido y constituía motivo de desestimación inmediata de la solicitud, el requerimiento por parte de las escuelas participantes, a los profesores invitados, de cualquier tipo de suplemento extra en concepto de gastos de gestión o costes de inscripción.



Debido a las avanzadas fechas del calendario académico, en el momento de la aprobación de este plan de promoción, provocadas por la demora de las exigentes restricciones sanitarias en el ámbito educativo a nivel internacional, más de la mitad de las escuelas no pudieron participar en el programa, a causa de a la dificultad que suponía para algunos profesores invitados el desplazarse en el último trimestre del año; por lo que sólo fueron siete de las 16 escuelas, las que participaron en el programa de promoción, concretamente: Colegio Delibes, Colegio Ibérico, DICE, Hispano-Continental, Letra Hispánica, Tía Tula y Colegio Unamuno.

El número de profesores ELE visitantes en nuestra ciudad fueron 54.

3.2.2. Participación en las acciones internacionales de organizadas por la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León dentro del Plan del Español.

3.2.2.1. Promoción Presencial

Turin (Italia) 28 de mayo



Fecha: sábado, 28 de mayo

Horario: de 8:30 a 17:00h

Lugar de celebración: Convitto Nazionale Umberto I, Turín (Italia)

Asistentes: 87 profesores,

Representantes institucionales: Dña. Giulia Gugliemini Rectora del Convitto Nazionale Umberto I.

D. Pablo Blanco López. Asesor de Educación de la Consejería de la Embajada de España en Italia,

Amsterdam (Países Bajos) 17 de junio



Fecha: viernes 17 de junio

Horario: de 16:00 a 20:00h

Lugar de celebración: Extensión del Instituto Cervantes en la OBA. (Openbare Bibliotheek Amsterdam -Biblioteca Pública de Amsterdam)

Asistentes: 64

Representantes institucionales: D. Alberto Madrona, del Instituto Cervantes de Utrecht.

Londres (Reino Unido) 25 de junio



Fecha: sábado 25 de junio

Horario: de 8:00h a 17:00h

Lugar de celebración: Instituto Español Vicente Cañada Blanch de Londres.

Asistentes: 150 profesores de español de primaria, secundaria y educación de personas adultas.

Representantes institucionales:

D. José Antonio Benedicto Iruñ. Consejero de Educación en el Reino Unido e Irlanda

Javier Ramos Linares, Asesor de la Consejería de Educación

Ana María Alonso Varela. Asesora técnica de educación en Irlanda

David Stalley. Jefe del departamento de idiomas en Canterbury.

Nuria Capdevila Argüelles. Catedrática de estudios hispánicos y estudios de género en la Universidad de Exeter (Reino Unido) y doctora en estudios hispánicos por la Universidad de Edimburgo

Bruselas (Bélgica) XII Jornadas tecnológicas para docentes de ELE. 24 de septiembre



Fecha: 24 de septiembre

Horario: de 9:00h a 16:00h

Lugar de celebración: Odisee-KU Leuven del Campus de Bruselas

Asistentes: 70 docentes

Representantes institucionales: Dña. Belén Roza Asesora de Educación en la Consejería de la Embajada de España.

Cardiff (Reino Unido) 12 de noviembre

Fecha: 12 de noviembre

Horario:

Lugar de celebración: School of Modern Languages, Cardiff University

Asistentes: 50 docentes

Representantes institucionales:

María Antonia García Rolland Asesora de educación en la Consejería de la Embajada de España

Manchester “Spanish Day for teachers” (Reino Unido) 3 diciembre



Fecha: 3 de diciembre

Horario: de 9:00 a 16:30h

Lugar de celebración: Manchester Metropolitan University

Asistentes: 95 docentes

Representantes institucionales:

D. Javier Ramos Linares. Asesor de la Consejería de Educación

Dña. Carmen Herrero, fundadora de la Asociación Film in Language Teaching Association (FILTA)

3.2.2.2. Promoción On-line

I Talleres on line con profesores de Francia

Fechas: 26 y 29 de enero

Horario: Miércoles de 17:00 a 20:30 y Sábado de 10:00 a 13:00h

Demarcaciones participantes: Académies de Toulouse, Bordeaux, Montpellier, Nantes, Lyon, Poitiers, Clermont-Ferrand, Limoges, Mayotte, Corse, Polynésie Française

Participantes: 300 docentes

Representantes institucionales:

D. Yann Perron. Inspecteur général de l'éducation, du sport et de la recherche.

D. José Ramón González García. Director General de Políticas Culturales y Comisionado para la Lengua Española.

D. Fernando Puig de la Bellacasa. Consejero de Educación de la Embajada de España en Francia.

Jornadas didácticas en línea para profesores de español. Polonia

Fechas: 25 y 26 de febrero

Horario: viernes de 16 a 19:00h y sábado de 10:00 a 13:00h

Participantes: 250

Representantes institucionales:

Dña. Anna Susek. Asesora del O rdek Rozwoju Edukacji

Dña. Obdulia Taboadela Álvarez. Consejera de Educación de la Embajada de España en Polonia

Jornadas didácticas ELE en línea. Brasil

Fechas: 19 y 26 de marzo

Horario: de 9:00 a 12:00h

Participantes: 300

Representantes institucionales:

D. Pedro Cortegoso Fernández. Consejero de Educación de la Embajada de España en Brasil.

II Jornadas didácticas de español. Francia

Fechas: 30 de Marzo y 2 de Abril

Horario: Miércoles de 17 a 20:00h y sábado de 10:00h a 13:00h

Demarcaciones participantes: Académies de Guyane, Martinique, Guadeloupe, Strasbourg, Nancy- Metz, Reims, Dijon, Nice, Amiens, Rennes, Aix-Marseille, Grenoble, Lille

Participantes: 450

Representantes institucionales:

D. Yann Perron. Inspecteur général de l'éducation, du sport et de la recherche

D. Fernando Puig de la Bellacasa. Consejero de Educación de la Embajada de España en Francia.

Jornadas didácticas de español en línea. Australasia

Fechas: 5 de abril, 10 y 26 de mayo y 7 y 16 de junio.

Horario: de 8:00 a 10:00h

Demarcaciones participantes: India, Tailandia, Vietnam, Filipinas, Malasia, Singapur, Australia (MED/SID), Nueva Zelanda.

Participantes: 350

Representantes institucionales:

D. David Ferrán Priestley. Consejero de Educación en Australia

Dña. María Luisa Ochoa Fernández. Asesora de Educación en Melbourne

XII Encuentro de profesores ELE. Polonia

Fechas: 23 de abril

Horario: de 9:00 a 13:00h.

Participantes: 150

Representantes institucionales:

Dña. Obdulia Taboadela Álvarez. Consejera de Educación de la Embajada de España en Polonia

Curso ELE: Jornadas didácticas para profesores de español. Finlandia

Fechas: 7 de mayo

Horario: de 10:00 a 13:00h

Participantes: 85

Representantes institucionales:

Dña. Rosario Outes Jiménez. Consejería de Educación en Alemania, Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia

Dña. María Andrea Rodríguez Pardo. Consejería de Educación en Alemania, Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia.

Dña Linda Nurmi. Asociación de Profesores de español de Finlandia

Curso ELE: Jornadas didácticas de español en línea. EE.UU.

Fechas: 22 octubre

Horario: de 12:00 a 15:00h

Demarcaciones participantes: EE.UU. y Canadá.

Participantes: 500

Representantes institucionales:

Dña. Mar Sancho Sanz. Viceconsejera de Acción Cultural y Comisionado para la Lengua Española

D. Jesús Fernández González. Consejero de Educación de la Embajada de España en Estados Unidos y Canadá

III Jornadas didácticas de español. Francia

Fechas: 5 y 15 de octubre

Horario: miércoles de 17:00 a 20:00h y sábado de 10:00 a 13:00h

Demarcaciones participantes: Académies de Versailles, Créteil, Orléans-Tours, Rouen-Caen, Paris, La Réunion

Participantes: 450

Representantes institucionales:

D. Yann Perron. Inspecteur général de l'éducation, du sport et de la recherche

Dña. Mar Sancho Sanz. Viceconsejera de Acción Cultural y Comisionado para la Lengua Española

D. Fernando Gurrea Casamayor. Consejero de Educación de la Embajada de España en Francia

Curso ELE: Jornada didáctica de español en línea. Alemania

Fechas: 7 de octubre

Horario: de 16:00 a 19:00h

Participantes: 450

Representantes institucionales:

Dña. Irune Arratíbel Irulegui. Consejera de Educación de la Embajada de España en Alemania, Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia

Dña. Celia Cid Sánchez. Presidenta DSV Hesse

III Jornadas didácticas de español IV Jornadas de formación del profesorado de lengua y literatura de BACHIBAC. Francia

Fechas: 23 de noviembre

Horario: 16:30 a 19:00h

Participantes: 350

Representantes institucionales:

D. Jean-Charles Pineiro. Inspecteur général de l'éducation, du sport et de la recherche

Dña. Mar Sancho Sanz. Viceconsejera de Acción Cultural y Comisionado para la Lengua Española

D. Fernando Gurrea Casamayor. Consejero de Educación de la Embajada de España en Francia

En el año 2022, Salamanca Ciudad del Español participó activamente en las acciones de promoción previstas dentro del Plan del Español organizado desde el Comisionado para el Español de la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León y que son organizadas en colaboración con las consejerías de Educación de la Embajada de España en el exterior y las principales asociaciones de profesores de español. La presencia de la marca se mantiene tanto en los cursos de formación en línea, como en los talleres presenciales, todos ellos dirigidos a profesores de español de los más diversos mercados internacionales.

3.2.3. Patrocinio de la I Semana del Español de FEDELE (Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera). Madrid

En 1999, se inició, como una reunión profesional, el denominado FEDELE ANNUAL MEETING y a través de los años se convirtió en un acto imprescindible en las agendas de las empresas del sector, que servía como punto de encuentro para dar un repaso generalizado a las cuestiones organizativas y sectoriales durante todo un año de trabajo.



Esta edición surgió como una nueva versión optimizada y ampliada de lo que habían sido las sesiones de contactos comerciales, en la que además se ofrecía a los participantes un amplio programa social y cultural. Y dada su relevancia y la gran difusión internacional, Salamanca, Ciudad del Español decidió ser patrocinador de esta nueva edición y tener una presencia destacada adoptando las siguientes condiciones:

- Presentación de 5 minutos en la 'Bienvenida institucional'
- Una mesa en el área de exposiciones durante el workshop del evento
- Publicidad en el catálogo comercial digital (Media página a color)
- Participación en todas las actividades dentro del programa
- Inserción del logotipo en el roll-up del evento, en el photocall de la gala-festival, en el landing page del evento en la página web de fedele.org y en la particular del evento
- Inserción de publicidad y merchandising en la bolsa de bienvenida.
- Entrega de un premio en la gala-festival
- Patrocinio de las actividades digitales:
 - Vídeo promocional con un mínimo para ser difundido los días 17 y 18 de octubre durante las emisiones en directo de la Semana del Español.
 - Patrocinio de una de las páginas específicas dentro de la plataforma de la Semana del Español disponible desde el 1 de julio al 31 de diciembre.
 - Presencia en las redes sociales y publicaciones seleccionadas de FEDELE para anunciar la Semana del Español.

Post tour

Como complemento al patrocinio por parte de Salamanca, Ciudad del Español a la I Semana del Español de FEDELE, se organizó un post tour desplazando a cinco de los participantes, para que conocieran la ciudad de Salamanca.

El organigrama del Post Tour fue el siguiente:

Domingo 23 octubre

14:30h Salida de Madrid en transfer privado (recogida en los hoteles)

16:30h Llegada a Salamanca.

18:00h. Visita guiada por la ciudad -

21:00h Cena

Lunes 24 octubre

9:30h Visita a las escuelas de español de la ciudad participantes en la I Semana del Español. (Salida del hotel con un guía de SCE)

1- 9:30 a 10:30 Visita Lingua Globe -

2- 10:30 a 11:30 Visita Letra Hispánica

3- 11:30 a 12:30 Colegio Delibes

13:30h Comida

16:00h Visita a las Catedrales.

17:00h Visita a las torres de la Clerecía "Scala Coeli"

20:30h Cena

Martes 25 octubre

5:30h Transfer privado para las personas con vuelos con horario de mañana, con llegada directa a las diferentes terminales.

8:00h Viaje en bus (Compañía Avanzabus- Estación de Autobuses de Salamanca)– para las personas con vuelos por la tarde.



07 | SALAMANCA FILM COMMISSION

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

07 | **SALAMANCA FILM COMMISSION**

1. Introducción

2. Objetivos

3. Resumen cualitativo de actividades

4. Desarrollo de actividades

5. Conclusiones

1. Introducción

En el año 2022, con la vuelta a la normalidad, se ha empezado a recuperar el ritmo de los rodajes respecto al año anterior. Salamanca Film Commission registró en el año 2022 un total de 92 producciones.

Por tipo de documento audiovisual los más importantes fueron:

Televisión: Los programas internacionales: *The netherlands* (Holanda), *Reizen Lauwers Spain Portugal Tour* (Bélgica) *Ruta de la plata* (Japón), *Henri's Green Game Tour* (Bélgica) y *Casi hemos llegado* (Holanda).

Los programas producidos por RTVE y RTCyL: *Un país para leerlo*, *Seguridad vital*, *Los conciertos de La 2*, *Cultura dos*, *Pueblo de Dios*, *El gallo que no cesa*, *Aquí la tierra*, *Territorio toro*, *Me vuelvo al pueblo*, *Por mis fogones*, *Al Dente*, *Está pasando o El correvuela*.

Largometrajes: *Hekatombe* dirigido por Juan Figueroa, sobre la figura del pintor Ramiro Tapia; la finalización de rodaje y estreno en los cines Van Dyck del largometraje documental *Comuneros* y la ficción dirigida por Antonio Cuadri *Si todas las puertas se cierran*.

Los documentales ocuparon su espacio en el audiovisual salmantino con obras como: *Las edades del hombre*, *Lo que el mundo debe a Salamanca*, *San Juan de Ávila*, *Historia y patrimonio histórico del instituto Fray Luis de León*, *Tesoros y piedras*, *España directo. A la calle. Plaza Mayor*, *El arte de los pastores. Vidas, obras y creencias de los pastores salmantinos*, *Clásicos que quemaron rueda*, *100 años de fútbol en Castilla y León* u *Omnivore* realizado por Isabel Coixet.

Los vídeos promocionales e institucionales también tuvieron su lugar: el turismo, la cultura, la gastronomía y la promoción de los espacios más atractivos de la ciudad fueron los principales objetos de rodaje de las instituciones públicas. Destacan Salamanca un lugar donde cumplir sueños protagonizado por Miguel de Lucas o la *Fashion Films de la XXIV. Pasarela de la moda de Castilla y León*.

La producción de cortometrajes y anuncios publicitarios, incluidos los pequeños spots de comercios y empresas locales, han contribuido a que productoras locales como Atrusa Producciones, Isopro, Yipi Ka yei Producciones, Calle 37 o Empatía Studios encuentren su espacio en el mercado audiovisual.

Por otra parte se celebraron diversas actividades culturales ligadas al mundo de la imagen, como las II Jornadas Audiovisuales. Salamanca Film Commission celebradas en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León. Además se volvió a colaborar con el FICMA (Festival Internacional de Cortometrajes sobre Personas Mayores y/o Discapacidad) y se ha recuperado un evento, que por el arraigo que tiene en Barrio del Oeste, nos ha hecho especial ilusión: el Festival de Cine Corto en Vídeo de Salamanca: Corto España, tras su parón de tres años, en los que medió el impacto de la pandemia.

Desde el punto de vista de la promoción seguimos trabajando con los mecanismos habituales utilizados por Salamanca Film Commission, como la web, la atención personalizada, el trabajo con productoras madrileñas, el envío de información, los viajes de familiarización, la realización de un nuevo folleto más versátil, el estreno de nuestro vídeo de promoción y la participación en la segunda edición del Shooting Locations Market Place celebrado en Valladolid.

Por último, destacar que los excelentes resultados son fruto de la línea de trabajo que hemos llevado durante casi 20 años en Salamanca Film Commission: trabajar con cada rodaje como un documento audiovisual único, seriedad, honestidad, austeridad y discreción.



2. Objetivos

Desarrollar y mantener una industria audiovisual en la ciudad mediante la producción local y externa.

2.1 Objetivos generales

Promocionar Salamanca a través de las diferentes expresiones audiovisuales que existen (cine, publicidad, spots, fotografía, videoclips, vídeo industrial, internet...)

2.2 Objetivos específicos

- Hacer el trabajo más fácil a todas aquellas productoras que quieran desarrollar sus producciones en la ciudad.
- Informar a las productoras de todas las posibilidades que ofrece la ciudad.
- Coordinar todos los recursos, ya sean públicos o privados, demandados por las productoras.
- Ayudar a resolver las necesidades de las productoras en materia de servicios audiovisuales.
- Comprometer a la ciudadanía con los rodajes que se llevan a cabo en la ciudad.
- Potenciar la retroalimentación con otras Film Commission.
- Dinamizar proyectos universitarios.
- Inserción laboral.

3. Resumen cualitativo de actividades

Cada uno de los objetivos planteados anteriormente se hacen efectivos a través del desarrollo de las siguientes tareas o actividades.

3.1 Actividades orientadas a promocionar Salamanca

Material promocional:

- Web <http://salamancafilmcommission.com/>; con nuevos contenidos en el apartado de noticias y en Facebook.
- Nuevo folleto Salamanca Film Commission.

- Nuevo vídeo promocional Salamanca Film Commission.
- Recuperación, selección y realización de fotografías para identificar localizaciones, destinadas a profesionales del audiovisual.
- Atención directa a productoras, directores y distribuidoras. Entrevistas con productoras del medio audiovisual. Entrega de material promocional e informativo de Salamanca.
- Realización de viajes de familiarización y de localizaciones con los profesionales del sector audiovisual.

3.2 Actividades orientadas a facilitar el trabajo de las productoras

- Ayuda en producción.
- Acompañamiento en rodaje.
- Resolución de problemas.
- Tramitación de 331 permisos de rodaje.
- Tramitación de 170 permisos de circulación en zona peatonal de vehículos de rodaje.
- Tramitación de 360 permisos de aparcamiento de vehículos de rodaje.
- Tramitación de 41 permisos de corte de circulación.
- Tramitación de 73 permisos especiales (rodajes con armas, fuegos artificiales, menores, etc.).
- Derivación hacia los recursos adecuados.
- Préstamo de oficina de producción.
- Realización de cartas de apoyo a rodajes en sus diferentes fases de producción.
- Realización de notas de prensa en colaboración con el Departamento de Comunicación.



3.3 Actividades desarrolladas con el fin de informar, orientar y asesorar a las productoras sobre todas las posibilidades que ofrece la ciudad

Información sobre:

- Los servicios prestados por Salamanca Film Commission
- Las características y peculiaridades de las localizaciones.
- Las peculiaridades de cada permiso de rodaje.
- Empresas y recursos de Salamanca
- Las características de Salamanca (clima, extensión, infraestructuras, etc.)

Orientación y asesoramiento acerca de:

- Los días idóneos para el rodaje.
- Localizaciones.
- Recursos de la ciudad.
- Problemas que se pueden plantear.
- Responsables de localizaciones de titularidad no municipal.

3.4 Actividades orientadas a la coordinación de los recursos públicos y privados de la ciudad

Reuniones de coordinación con la Policía Local de Salamanca:

- Solicitud de los permisos de rodaje, aparcamiento y circulación en la vía pública.
- Información detallada de aquellas peculiaridades del rodaje que podrían afectar la circulación de vehículos o personas.
- Información de todas aquellas actividades de la productora que requieran de la presencia de la autoridad pública.
- Apertura de aquellos espacios que actualmente están cerrados al público.
- Reuniones con el servicio municipal de mantenimiento, limpieza y alumbrado público.
- Solicitud de material de mantenimiento.
- Información de aquellas actividades de la productora que requieran de la presencia del servicio de limpieza.

Mantenimiento, renovación y gestión de las bases de datos de:

- Técnicos del Sector Audiovisual.
- Figurantes.
- Actores.
- Empresas del sector audiovisual.
- Personal no cualificado (carga y descarga, seguridad, modelos, azafatas, etc.).
- Otras empresas (catering, hoteles etc.).
- Recursos dependientes de instituciones públicas (Universidad, Ayuntamiento, Instituciones Religiosas, Hospitales...).
- Entrevistas y reuniones con empresarios del sector hostelero y la restauración.
- Reuniones con los principales grupos de teatro de la ciudad.
- Derivación hacia los recursos y/o servicios de Salamanca que más se adecuen a las necesidades de cada productora.
- Reunión con diferentes instituciones de la ciudad: USAL, UPSA, Diputación Provincial, Catedral, Convento de San Esteban...

3.5 Actividades orientadas a potenciar todos aquellos recursos audiovisuales en los que la ciudad es deficitaria

Búsqueda en las comunidades autónomas de Madrid y Castilla y León de proveedores e inversores no disponibles en la ciudad.

3.6 Actividades orientadas al compromiso de la ciudadanía con los rodajes en Salamanca

Informar a la ciudadanía de los rodajes que se producen en la ciudad.

Movilizar a la ciudadanía para participar en los casting promovidos por las productoras.

Informar a la ciudadanía de los cortes de tráfico y posibles molestias ocasionados por los rodajes.

3.7 Actividades orientadas a potenciar la retroalimentación con otras Film Commission:

Celebración de reuniones profesionales, con otras oficinas Film Commission y con organizaciones de Film Commission nacionales e internacionales. Entre estas reuniones, se mantiene el contacto habitual con Association of Film Commissioners International, European Film Commission, Spain Film Commission, Film commission de Castilla y León.

En estas reuniones es habitual el intercambio constante de información y contactos, para potenciar los rodajes en nuestras localizaciones.

Participamos en el curso de formación organizado por Spain Film Commission, celebrado en Ávila.

4. Desarrollo de actividades

4.1 Mantenimiento y desarrollo de la representación de Salamanca Film Commission en Madrid

El mantenimiento del número de rodajes se debe en gran medida a las acciones comerciales que se realizan desde el enlace de Salamanca Film Commission en Madrid, quien está en contacto continuo con productores del sector. La colaboración de Manuel Sanabria permite el contacto con

profesionales, información actualizada de nuevos proyectos, asistir a eventos, reuniones y estrenos en los que se decide gran parte de las producciones audiovisuales. Este modelo de trabajo comercial, en el que Salamanca fue pionera, está siendo imitado por otras film commissions.

Los trabajos que se desarrollan desde Madrid son los siguientes:

- Información y presentación a productoras sobre el funcionamiento de Salamanca Film Commission y los servicios que se prestan.
- Visitas comerciales a las productoras afincadas en Madrid.
- Atención directa a las productoras afincadas en Madrid: información y asesoramiento a productoras.
- Coordinación en los viajes de familiarización.
- Apoyo en la producción a los rodajes salmantinos, desde Madrid se trata de cubrir todos aquellos aspectos en los que la ciudad es deficitaria (actores, iluminación, sonido...).
- Apoyo en la organización de eventos (jornadas, charlas, festivales...)
- Reuniones con productoras y profesionales del medio:
- Reunión con Nacho Velilla. Coproductor de la recientemente galardonada con 9 Goyas *As bestas* y de la serie para Atremedia *La ruta*.

- Reunión en el mercado Iberseries con la guionista y productora argentina Natacha Caravia, productora de series de éxito en Iberoamérica como Yosi o El espía.
- Reunión con el guionista y productor ejecutivo Fran Carballal, actualmente jefe de desarrollo de la productora Plano a plano. Ha trabajado en proyectos como Toy Boy, o Servir y proteger. Reunión con la productora Lola Moreno, profesional con más de 25 años de experiencia. En la actualidad está grabando una película sobre la vida de Jesús y ha establecido contacto con la productora mirobrigense Stellarum Films.
- Reunión con la guionista y productora de ficción y entretenimiento Lidia Corral. Actualmente está trabajando en la nueva edición del programa Un, dos, tres. Se está trabajando con ella para que el episodio piloto se grabe en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León.
- Reunión con el realizador y editor Manuel Huelva, profesional con más de 25 años de experiencia, actualmente trabajando en Fuerza de paz. Reunión con el line producer Mark Albella, actualmente contratado por la productora francesa Federation, tiene en cartera diferentes proyectos para Netflix o Prime Video.
- Reunión con la representante y productora ejecutiva de Ídolo Films Paloma Tejero, actualmente preparando el rodaje de la película Hotel Bitcoin. Reunión con el guionista y productor ejecutivo Oscar D. Gómez. Guionista de series como Bajo la red (RTVE) o Los artistas (Cadena VIX, USA), actualmente está preparando la serie documental sobre el rock hispano Los audaces.
- Reunión con el guionista Germán Aparicio, que ha trabajado en series como Todo por el juego, Pequeñas incidencias o Cuerpo de elite y que actualmente está desarrollando una serie para Netflix.
- Reunión con el realizador y productor ejecutivo Joaquín Llamas, que ha liderado decenas de series como Los Nuestros (Tele 5), Sé quién eres (Tele 5), o Sequía (TVE)
- Reunión con el director de producción Félix Rodríguez, quien ha trabajado en decenas de largometrajes y series de televisión, como 30 monedas

(HBO), Bienvenidos a Edén (Netflix), Venus (Jaume Balagueró), o Sobreviviré (A.Albacete) y se encuentra preparando una nueva película para Tele 5 y una serie de gran presupuesto para EEUU.

- Reunión en el mercado Conecta Fiction con el productor argentino Leo Lavazza, actualmente preparando la serie para Amazon Méjico Un hijo cualquiera.

- Reunión con la guionista y productora ejecutiva Rocío Martínez, creadora de series como El internado o Tierra de lobos.

- Reunión con el jefe de localizaciones Antonio Gomez, actualmente trabajando en la búsqueda de localizaciones para la serie Los Artistas. Además va a llevar a cabo localizaciones para la nueva película del director Rodrigo Cortés.

- Reunión con el realizador Oriol Ferrer, quien ha dirigido series como Pulseras Rojas, Isabel, o Estoy Vivo. En el 2022 dirigió la serie Entrevías (Tele 5) y arrancará el rodaje de la tercera temporada en el 2023.

- Reunión con la guionista Isa Sánchez, guionista de series como El ministerio del tiempo, Centro médico, o Malaka y que en la actualidad se encuentra escribiendo una serie sobre Federico García Lorca.

- Reunión con Rodrigo Sorogoyen (As bestas, Antidisturbios, El Reino...), uno de los directores más importantes de la industria nacional, recientemente galardonado con 9 Goyas por su último largometraje.

- Reunión con el jefe de producción Enrique Montoto, con el objetivo traer el rodaje de la serie Los artistas. Se ofrecen diferentes hoteles como posible localización para el rodaje de parte de la serie aunque finalmente decide grabar en el hotel Eurostar de Toledo (se ahorran costos en dietas, viajes y alojamientos).

- Diversas reuniones con Joseba Fiestras con la intención de que traslade la celebración de su exitoso FESTIVAL a Salamanca.



Asistencia a estrenos y eventos:

A continuación, se detallan los eventos o estrenos a los que ha sido invitada Salamanca Film Commission en Madrid en calidad de entidad relacionada con la industria audiovisual. En estos actos se entablan contactos y conversaciones para futuros rodajes y colaboraciones.

- Asistencia a los Premios Jose María Forqué, celebrados en Madrid en el mes de diciembre en IFEMA.
- Asistencia al Festival de Sitges durante el mes de octubre.
- Asistencia al Mercado Iberseries, celebrado en el mes de septiembre en el Matadero de Madrid. Se trata de la segunda edición de este evento, al que acuden productores, cadenas y profesionales tanto de España como de varios países latinoamericanos.
- Asistencia al Conecta Fiction celebrado en Toledo. Se trata del mercado de televisión más importante de España, al que acuden durante tres días profesionales y cadenas de todos los lugares del mundo, especialmente España, Latino América y EEUU.
- Asistencia en septiembre al FesTVal de Vitoria, festival al que un año más acuden los profesionales más importantes de la televisión nacional.
- Asistencia en noviembre al estreno de As bestas, la nueva película de Rodrigo Cortés, en los cines Verdi de Madrid.
- Asistencia al estreno de la serie de Atresmedia La ruta, escrita y dirigida por el realizador y guionista Borja Crespo.
- Asistencia a la premiere de la película en el cine Ideal de Madrid Los renglones torcidos de dios, dirigida por Oriol Paulo.
- Asistencia al estreno del cortometraje Suelta, debut en la dirección del actor ganador de un Goya, Javier Pereira. El estreno se realiza en los cines Paz de Madrid.

- Asistencia al estreno de la película *Argentina 1985*, en los cines Verdi de Madrid. Dirigida por Santiago Mitre.

- Asistencia a la premiere de la película *Voy a pasármelo bien*, en el cine Callao de Madrid. Dirigida por David Serrano.

Otros.

- Varias reuniones con Geraldine Gonard, directora del festival Conecta Ficción. Este festival se ha convertido con los años en el mercado/festival de televisión más importante de España. Es un festival itinerante que se desarrolla cada año en una ciudad, eso sí, a un coste elevado de contratación.

- Tras celebrarse en ciudades como Santiago de Compostela o Pamplona, en el 2022 se ha celebrado en Toledo, ciudad con la que han firmado su permanencia durante 3 años. Gonard ha mostrado su interés en trasladar futuras ediciones a Salamanca, por lo que se siguen manteniendo conversaciones para lograrlo.

- Apoyo en la preparación, gestión y producción de las II Jornadas Audiovisuales. Salamanca Film Commission.

- Búsqueda de Festival de Televisión para Salamanca. Gracias a reuniones y gestiones de años anteriores, se ha logrado que la empresa organizadora del Festival de Vitoria desarrolle en exclusiva una propuesta de festival para Salamanca, aprovechando su know-how en la organización de este tipo de eventos.

- Apoyo en la realización de los proyectos *España*, plató de cine (conferencias) y *Un país para rodarlo* (serie documental). Ambos proyectos optan, para su financiación, a parte de los fondos europeos concedidos a Spain Film Commission.

Elaboración y desarrollo de distintas propuestas de concursos, festivales y eventos promovidos desde Salamanca Film Commission.

- Ayuda y asesoramiento en el posible rodaje de la segunda temporada de la serie *Sequía* que RTVE tiene previsto producir durante el año 2023.

4.2 Soportes promocionales

- Guía de Producción y Localizaciones Film Cities.
- Web: Realización y selección fotos de los diferentes rodajes realizados en la ciudad; actualización las bases de datos, contenidos, noticias; reorganización del apartado de localizaciones.
- Inclusión en redes sociales. Facebook, potenciado durante el periodo de confinamiento.
- Nuevo folleto promocional Salamanca Film Commission.
- Nuevo vídeo promocional Salamanca Film Commission. Visionado: <https://www.youtube.com/watch?v=oAEuvCFPYSs>

4.3 Viajes de familiarización

- Viaje a Salamanca de Raul García, jefe de producción del programa Un país para leerlo.
- Viaje a la ciudad de Rubén D.Ortega y Paco Pavón director de fotografía y director de producción del largometraje Si todas las puertas se cierran.
- Viaje a la ciudad de Estefanía Luyk, productora de Fashion Films de la XXIV. Pasarela de la moda de Castilla y León.
- Viaje a Salamanca de Argimiro Pérez, productor de Salamanca un lugar donde cumplir sueños. Miguel de Lucas.
- Viaje a la provincia de Joaquín Llamas, productor ejecutivo y realizador de la serie Sequía.
- Viaje a Salamanca de Pedro del Río, director de la serie documental de De perdidos al cine.
- Viaje a Salamanca de Aty Soesbergen, jefa de producción del programa Casi hemos llegado.
- Diversos viajes a Salamanca de Mariona Carrera, productora y propietaria de la productora de services publicitario B-mount.

4.4 Viajes promocionales

Los viajes más importantes realizados este año han sido los siguientes:

- Feria de Teatro de Castilla y León. Ciudad Rodrigo.
- Participación en la cuarta mesa redonda de la octava edición del FICEE (Cine Educativo y Espiritual de Ciudad Rodrigo) Rodajes de cine opción de desarrollo.
- Asamblea anual de Spain Film Commission celebrada en Madrid.

4.5 Spain Film Commission

Continuamos con los trabajos iniciados en 2015, aprovechando los incentivos fiscales del 35% a producciones extranjeras, aprobados por el Ministerio de Hacienda.

Trabajos con el portal web Shooting in Spain en el que se han incluido localizaciones, vídeos, información sobre la ciudad...

Reunión en Madrid en la que se informa a los miembros de Spain Film Commission de la llegada de fondos europeos.

4.6. European Film Commission

European Film Commission continúa con su actividad en los principales festivales internacionales de cine, poniendo a disposición de los socios un stand en estos eventos, de tal manera que se puede asistir presencialmente o mandar material publicitario. Desde Salamanca Film Commission se procede al envío de material informativo.

4.7. AFCI

Continúa la escasa solicitud de localizaciones desde esta institución.

4.8. Otras actuaciones

Dentro de las diferentes posibilidades de promoción se sigue optando por la austeridad y buscando vías cuyo coste sea cero.

Trabajo continuado con los diferentes medios de comunicación.

Renovaciones en las principales guías de producción on-line y boletines de noticias relacionadas con el audiovisual.

Colaborar en la organización de la séptima edición del FICMA (Festival internacional de cine sobre personas mayores y/o discapacidad), festival de gran aceptación en la ciudad, cuya organización corresponde a FAMASA y a los grupos de voluntariado de la Universidad de Salamanca. Para las proyecciones fueron necesarios los siguientes trabajos:

Selección, contratación y gestión del presentador del evento, Mariano Venancio.

Organización del evento.

Asesoramiento en la producción.

Diversas notas de prensa.



Tras tres años de parón debido a la pandemia, se ha recuperado la organización en el Barrio del Oeste el Festival CortoEspaña, uno de los mejores festivales cinematográficos a nivel nacional, que este año contó con más de 400 asistentes, llenando por completo el aforo disponible. Se realizaron 4 proyecciones (más de 20 cortometrajes) en el mes de junio. En esta ocasión, el público pudo ejercer de jurado en las diferentes proyecciones. Por supuesto, se sigue contando con la colaboración de la Asociación ZOES, bar El Granero y Javier Díez P.C. para la realización del evento. El nombre adoptado por la ciudad para el festival es Cine corto de Verano de Salamanca.

Para las proyecciones fueron necesarios los siguientes trabajos:

- Organización del evento.
- Pago de los derechos de emisión.
- Asesoramiento en la producción.
- Asistencia a todas las proyecciones realizadas los jueves en la Plaza del Oeste durante
- Pago de cartelería.
- Diversas notas de prensa.
- Publicidad.
- Papeletas de votación.
- Recogida y recuento de papeletas.



Participación en el segundo Shooting Locations Market Place, organizado en Feria de Valladolid. El evento es una feria de localizaciones en el que se reúne a los principales localizadores nacionales e internacionales. En torno a la propia feria se realizan numerosas actividades como conferencias y workshops.

Organización de las II Jornadas Audiovisuales. Salamanca Film Commission, continuación de las jornadas Narciso Ibáñez Serrador: Historias para no olvidar realizadas en el año 2021 en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León y que tuvieron una audiencia de 1.800 asistentes. Las jornadas estuvieron compuestas de las siguientes actividades.

El día 23 de noviembre se celebró la mesa redonda Las mujeres en el audiovisual español, dinamizada por el actor/presentador Carlos Urrutia, en la que los asistentes pudieron disfrutar de las experiencias y anécdotas de las ponentes. En la mesa participaron la actriz, guionista y realizadora Vanesa Romero, la productora y abogada Paloma Tejero y las directoras y guionistas Carol Rodríguez y Marina Sereseky.

El día 24 de noviembre se celebró la mesa redonda Los guionistas en el cine y la televisión en la que los asistentes pudieron conocer la importancia del guion en el proceso de creación audiovisual. En la mesa participaron los guionistas José Camacho, Ángela Obón, Enrique Lojo y Marina Rodríguez.

El sábado 26 de noviembre se proyectó la opera prima del reciente ganador de varios premios Goya Rodrigo Sorogoyen: Madre. La celebración de las jornadas se difundieron entre el público universitario, grupos de mayores, asociaciones...Acudieron más de 500 personas.



5. Conclusiones

El año 2022 prácticamente ha supuesto la vuelta a la normalidad del audiovisual salmantino, los objetivos para el año 2023 deben tener una línea continuista:

Atender y atraer el mayor número de producciones, convirtiendo la ciudad en un espacio amable para el desarrollo de obras audiovisuales. Aprovechar la buena disposición del Palacio de Congresos a la hora de realizar eventos relacionados con el audiovisual; darles continuidad y organizar las III Jornadas Audiovisuales. Salamanca Film Commission.

Una vez recuperado el Festival de Cine Corto en Vídeo de Salamanca: Corto España, dar continuidad al evento y acercar las proyecciones de corto-

metrajes al aire libre.

Recuperar, en la medida de lo posible, los rodajes de carácter internacional.

Seguir trabajando con los diferentes mecanismos de promoción: oficina de Madrid, OETs, asociaciones del sector (AFCI, EFC y SFC), localizadores, viajes de familiarización y contactos con asociaciones profesionales del sector audiovisual.

Continuar con la renovación de materiales.



07.1

ANEXO. RODAJES

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

07.1 | ANEXO. RODAJES

Índice

1. Televisión

- 1.1 Un país para leerlo.
- 1.2 Seguridad vital.
- 1.3 Los conciertos de La2. Cantar de amores. Escenas de zarzuela.
- 1.4 Los Conciertos de La2. IX Ciclo de Música de cámara en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.
- 1.5 El correvuela.
- 1.6 Pueblo de Dios.
- 1.7 Al dente.
- 1.8 Página dos.
- 1.9 The netherlands.
- 1.10 Agrosfera. Turismo rural, Cepeda.

- 1.11 Me vuelvo al pueblo (Villoria).
- 1.12 Territorio toro.
- 1.13 Reizen Lauwers Spain Portugal Tour.
- 1.14 De perdidos al cine. Continuación 2021.
- 1.15 La Ruleta de la fortuna.
- 1.16 El gallo que no cesa.
- 1.17 Culturas 2.
- 1.18 Por mis fogones.
- 1.19 Está pasando.
- 1.20 Aquí la tierra.
- 1.21 Ruta de la plata.
- 1.22 Henri's Green Game Tour.
- 1.23 Casi hemos llegado.

2. Videoclips

- 2.1 Carameloraro. Todo a deber.
- 2.2 Claudia Ortega.
- 2.3 Fran Colmenero. Salamanca.
- 2.4 Rodrigo Cuevas. Barbián.
- 2.5 Minha Mae.

- 2.6 Gabriel Calvo.
- 2.7 Voces de Salamanca.
- 2.8 Los Mejía. Las 13 rosas.
- 2.9 The Black Chillies. Hammond Larry Is Back

3. Documentales

- 3.1 Las edades del hombre.
- 3.2 Lo que el mundo debe a Salamanca.
- 3.3 San Juan de Ávila.
- 3.4 Historia y patrimonio histórico del instituto Fray Luis de León.
- 3.5 Señorías.
- 3.6 Los 90 años de historia de la Unión Deportiva Salamanca (actualización).
- 3.7 Tesoros y piedras.
- 3.8 España directo. A la calle. Plaza Mayor.
- 3.9 El arte de los pastores. Vidas, obras y creencias de los pastores salmantinos.
- 3.10 Clásicos que quemaron rueda.
- 3.11 100 años de fútbol en Castilla y León.
- 3.12 Omnivore.

4. Cortometrajes

- 4.1 El huésped.
- 4.2 Querida Hania.

- 4.3 Gestación.
- 4.4 Ahora tú.
- 4.5 Dócil.
- 4.6 Donde no alcanza la luz.
- 4.7 El cumpleaños.
- 4.8 El último cigarrillo.
- 4.9 Esa voz.
- 4.10 Fobia social.
- 4.11 La primera parada.
- 4.12 Tren de vuelta.
- 4.13 Navidad en 60 segundos.
- 4.14 Aldeaseca.
- 4.15 La última cena.
- 4.16 Almuerzo.

5. Publicidad

- 5.1 Miss España.
- 5.2 Sistema solar. Ciudad Rodrigo.
- 5.3 Escape City Box.
- 5.4 Colegio Calasanz.
- 5.5 XIII Carrera de los 1000 pasos.

- 5.6 Premio tauromaquia de Castilla y León.
- 5.7 Ciclo Con_ciertos Encuentros en Biblioteca Pública de Salamanca, Casa de las Conchas.
- 5.8 Grease.
- 5.9 Premios Carbajosa empresarial.
- 5.10 Restaurante El Trashoguero.
- 5.11 Restaurante Consentido.
- 5.12 Gala del Amor y del Humor 2022.
- 5.13 Restaurante Igueldo.
- 5.14 Pastelería La madrileña.
- 5.15 Salamancaq.
- 5.16 Akademy.
- 5.17 Barrio del Oeste.
- 5.18 Promoción eventos Méjico.

6. Internet

- 6.1 Salamanca un lugar donde cumplir sueños. Miguel de Lucas.
- 6.2 Capataces. Jes Martins
- 6.3 Walking Tour.
- 6.4 Zorito y Doug.
- 6.5 Flota Idónea. El piano flotante.
- 6.6 Salamanca para enamorarse.

6.7 Fashion Films de la XXIV. Pasarela de la moda de Castilla y León.

7. Fotografía

7.1 Versión original (V.O.).

7.2 Motoviajeros.

8. Vídeo arte

8.1 Performance. Bellas Artes (Facultad).

8.2 BMX. ¿Seguimos?

9. Largometrajes

9.1 Comuneros.

9.2 Hekatombe.

9.3 Si todas las puertas se cierran

10. Estadísticas

10.1 Espacios de rodaje

10.2 Permisos tramitados

10.3 Difusión

10.4 Tipo de documento audiovisual

10.5 Resumen económico

1. Televisión

1.1 Un país para leerlo



Género audiovisual: Televisión, cultura, literatura.

Productoras que realiza la serie: XL Producciones para RTVE.

Fechas de rodaje: 18 a 25 de mayo de 2022.

Presentador: Mario Obrero

Invitados: Rodrigo Cortés y Nerea Blanco.

Sinopsis: Un país para leerlo es un magacín literario en el que se descubre la historia y el panorama literario español. El programa presentado por el carismático y joven poeta Mario Obrero, nos traslada cada día a una ciudad para conocer a las grandes figuras de la literatura, talentos emergentes, lugares en los que se gestaron y escribieron grandes obras, clubes de lectura sorprendentes, librerías llenas de magia, novedades editoriales y contenidos relacionados con el mundo de la lectura.

Impacto directo: 12.000 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: 22 de diciembre de 2022.

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Duración del capítulo: 30 minutos.

Notas de rodaje: Los protagonistas del programa de Salamanca fueron Rodrigo Cortés y Nerea Blanco.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Calles.

Museos (DA2, Museo del Comercio, Casa Lis, casa Museo Unamuno).

Teatro Liceo.

Plaza Anaya.

Plaza Mayor.

Parque de los Jesuitas.

Edificio Histórico de la Universidad.
Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.
Documentación.
Realización de carta de recomendación.
Nota de prensa.
Información sobre la ciudad.
Apoyo en logística.
Apoyo en producción.
Apoyo en rodaje.
Permiso de circulación en zona peatonal.
Permisos de estacionamiento.
Corte de vía pública.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
DA2.
Calle Compañía.
Plaza Mayor.
Plaza Anaya.
Rúa.
Casa de las Conchas.
Pacios de Escuelas.
Salas Históricas de la Universidad.
Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.
Parque de los Jesuitas.
Plaza de Burgos.

1.2 Seguridad vital



Género audiovisual: Televisión, automóvil, circulación.

Productora que realiza el programa: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: 16 de febrero de 2022.

Presentador: Carlos García-Hirschfeld.

Sinopsis: Seguridad vital es un programa de servicio público. A través de distintos espacios como entrevistas, reportajes, laboratorios o testimonios, Seguridad Vital difunde en un tono riguroso y entretenido los principales valores de la seguridad vial y la movilidad sostenible.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: 6 de marzo de 2022.

Difusión de la serie: Nacional, RTVE.

Duración del capítulo: 60 minutos.

Notas del programa: el director y presentador Carlos García-Hirschfeld se desplaza a la ciudad donde describe situaciones que se dan en el día a día de la circulación. Para el rodaje hubo que hacer un estudio junto a policía Local de las diferentes vías donde poder grabar situaciones de riesgo en la circulación.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Catedrales.

Ieronimus. Museo de la Historia de la Automoción.

La Salina.

Parador.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Diferentes vías circulatorias en las que poder grabar situaciones de riesgo.

Plaza Anaya.

Exteriores ciudad.

Panorámicas.

Campus.

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Realización de cartas de recomendación.
Diversos permisos de aparcamiento.
Diversos permisos de circulación en zona peatonal.
Reserva de espacio de aparcamiento.
Corte de circulación a peatones.
Corte de circulación a vehículos.
Nota de prensa.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Calle Compañía.
Plaza Mayor.
Plaza Anaya.
Rúa.
Casa de las Conchas.
Catedrales.
Ieronimus.
Museo de la Historia de la Automoción.
Colegio Mayor Nuestra Señora de Guadalupe.
Puente Romano.
Río Tormes.
Calle Rector Esperabe.
Calle Compañía.

Calle del pintor Vela Zanneti.

Parador.

La Salina.

1.3 Los Conciertos de La2. Cantar de amores. Escenas de zarzuela



Género audiovisual: Televisión, música.

Productora que realiza el programa: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: 15 de julio de 2022.

Dirección: Maestro Víctor Pablo Pérez.

Intérpretes: Mezzosoprano María José Montiel, barítono Sebastià Peris como solistas, cantante Candelaria de la Serena, actriz y cantante Chelo Vivares, cantante Helena Amado, cantaora Mayte Maya, bailaora y cantante Raquel Valencia y pianista Tatiana Studyonova.
Sinopsis: La Orquesta y Coro RTVE interpreta Cantar de amores. Escenas de Zarzuela, desde la Plaza Mayor de Salamanca.
Impacto directo: 15.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: 16 de julio de 2022 (diferido).

Difusión del programa: RTVE.

Notas del programa: el concierto se programó dentro de los actos de celebración del 20º aniversario de la presidencia de la Capitalidad Europea de la Cultura y coincidiendo con el V Centenario de la muerte de Nebrija.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor, puntos aéreos, posiciones de cámara.

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Diversos permisos de estacionamiento.

Reservas de espacio.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Mayor.

1.4 Los Conciertos de La2. IX Ciclo de Música de Cámara en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad



Género audiovisual: Televisión, música.

Productora que realiza el programa: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: 1 de Junio de 2022.

Dirección: Andrés Salado.

Intérpretes: Pianista Tomás Alegre.

Sinopsis: el concierto de la Orquesta de Cámara Freixenet de la Escuela Superior de Música Reina Sofía contó con la asistencia de los 15 alcaldes y alcaldesas de las ciudades españolas con el sello UNESCO, que al día siguiente celebraron su asamblea general en

Salamanca. Al evento acude la Reina Sofía.

Impacto directo: 15.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: 1 de junio de 2022 (directo).

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Duración del programa: 10 programas de 45 minutos.

Notas del programa: al evento acude la Reina Sofía.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor, puntos aéreos, posiciones de cámara.

Información general sobre la ciudad.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Mayor, puntos aéreos, posiciones de cámara.

1.5 El correvuela

Género audiovisual: Televisión, equitación, mundo rural.

Productora que realiza el programa: RTVCyL, producción propia.

Presentadora: María Nieto.

Fechas de rodaje: 1 de junio de 2022.

Sinopsis: la vaca morucha es una raza autóctona de la provincia de Salamanca especialmente adaptada por su carácter para la cría en extensivo en dehesa y zonas de montaña. El Correvuela lo ha comprobado en la finca de San Pedro de Rozados (Vecinos).

Impacto directo: 100 euros.

Impacto indirecto

Difusión del programa: Autonómico RTVCyL.

Duración del programa: 45 minutos.

Emisión: 8 de junio de 2022.

Intervención de Salamanca Film Commission

Documentación.

1.6 Pueblo de Dios

Género audiovisual: Televisión, religión.

Productora que realiza el programa: RTVE producción propia.

Fechas de rodaje: Febrero de 2022.

Sinopsis: el programa se desplaza hasta Salamanca para mostrar la vida que llevan las monjas pertenecientes a la orden dominica, la oración y la vida contemplativa que rodean al Monasterio de Santa Maria de las Dueñas.

Impacto directo: 1.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Duración del programa: 60 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Calle Compañía.

Diversas calles del casco histórico.

Patios de Escuelas.

UPSA.

Diversos permisos de aparcamiento.

Asesoramiento en rodaje.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Rúa.

Casa de las Conchas.

Patios de Escuelas.

Panorámicas.

Huerto de Calixto y Melibea.
Calle Compañía.

1.7 Al dente



Género audiovisual: Televisión, gastronomía.

Empresa que realiza el programa: Isopro Producciones.

Fecha de rodaje: A lo largo de 2022.

Impacto directo.

4.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Falso directo, RTVCyL, todo el año.

Difusión del programa: Autonómico.

Notas del programa: Al Dente con diez años en antena se ha convertido en un clásico y una referencia dentro del mundo gastronómico televisivo.

Intervención de Salamanca Film Commission

Apoyo en la producción.

Logística.

Permiso de aparcamiento.

Permiso de circulación en zona peatonal.

1.8 Página dos

Género audiovisual: Televisión, cultura.

Empresa que realiza el documental: RTVE para La2.

Fecha de rodaje: Septiembre de 2022.

Presentador: Oscar López

Sinopsis: Página dos realiza un mapa literario de la ciudad.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Notas del programa: el espacio lleva 16 temporadas en antena y es todo un clásico de la programación de RTVE. Esta es la quinta visita que el programa hace a Salamanca.

Duración del programa: 60 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Anaya.

Casa Museo Unamuno.

Patios de Escuelas.

Panorámicas.

Librería letras Coesarias.

Plaza Mayor.

1.9 The netherlands

Género audiovisual: Televisión, turismo.

Empresa que realiza el programa: 3 OP Reis para BNN TV 1 Reseacher (Holanda).

Fecha de rodaje: Marzo de 2022.

Presentadora: Sari Jacobs.

Sinopsis: The netherlands es uno de los programas de turismo más importantes emitidos en Holanda. La presentadora Sari Jacobs es una de las presentadoras más prestigiosas de la televisión holandesa. En el programa muestra el patrimonio, la gastronomía y el ocio de la ciudad.

Impacto directo: 10.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: Septiembre de 2022.

Difusión del programa: Internacional, BNN TV 1 (Holanda).

Duración del programa: 56 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Calle Compañía.
Diversas calles del casco histórico.
Patios de Escuelas.
UPSA.
Hostelería (bares de ocio nocturno, pinchos, restaurantes...)
Información general sobre la ciudad.
Documentación.
Diversos permisos de aparcamiento.
Diversos permisos de circulación en zona peatonal.
Carta de apoyo.
Acompañamiento en rodaje.
Apoyo en la producción.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Plaza Anaya.
Calle Libreros.
Casa de las Conchas.
Patios de Escuelas.
Edificio Histórico de la Universidad de Salamanca.
Biblioteca general Histórica de la Universidad de Salamanca.
Panorámicas.
Plaza Mayor.

Museo Casa Lis.

Torres de la Clerecía. Ieronimus.

Catedrales.

Espacios hosteleros.

1.10 Agrosfera. Cepeda

Género audiovisual: Televisión, mundo rural.

Productora que realiza el programa: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Sinopsis: el programa hace un recorrido por los diferentes negocios rurales que han surgido tras la pandemia en la zona de Cepeda.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: 26 de marzo de 2022.

Difusión del programa: Nacional La2. Web de RTVE.

Duración del programa: 12 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la provincia.

1.11 Me vuelvo al pueblo (Villoria)

Género audiovisual: Televisión, mundo rural.

Productora que realiza el programa: RTVCyL, producción propia.

Fechas de rodaje: Agosto de 2022.

Presentadora: Miriam García.

Sinopsis: Ángel Martín ha vuelto a su pueblo para convertirse en emprendedor rural. Él es de Villoria pero con veinticuatro años decidió marcharse a Madrid donde siempre se ha ganado la vida como fontanero. Ahora, de vuelta a sus raíces, ha inundado de buenos aromas la provincia de Salamanca. Junto con su primo, Juanma García, ha puesto en marcha, Café Tormes.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Estreno: 27 de septiembre de 2022.

Difusión del programa: Autonómica. RTVCyL y web.

Duración del programa: 45 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la provincia.

1.12 Territorio toro

Género audiovisual: Televisión, tauromaquia.

Productora que realiza el programa: RTVCyL, producción propia.

Fechas de rodaje: Todo el año.

Presentadora: Víctor Soria.

Sinopsis: Territorio toro es el programa de actualidad taurina de la provincia de Salamanca. Cada martes, Víctor Soria recoge las imágenes más relevantes de los festejos celebrados y debate con los protagonistas de la fiesta. Por el estudio pasan ganaderos, toreros, jóvenes promesas y subalternos para dar una completa visión del mundo de la tauromaquia.

Impacto directo: 1.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: Todos los martes.

Difusión del programa: Autonómica. RTVCyL y web.

Duración del programa: 50 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la provincia.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

1.13 Reizen Lauwers Spain Portugal Tour

Género audiovisual: Documental, turismo.

Productora que realiza el documental: Mire Onlie (canal streaming).

Presentador: Maurice Van Dessel.

Fechas de rodaje: Marzo.

Sinopsis: el presentador Maurice Van Dessel recorre los espacios más emblemáticos de la ciudad.

Impacto directo: 15.500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del documental: Internacional (Bélgica).

Estreno: Por determinar.

Duración del documental: 60 minutos.

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Puente Romano.

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Anaya.

Catedrales.

USAL.

UPSA.

Casa Lis.

Convento de San Esteban.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Contacto con hoteles y espacios hosteleros de la ciudad.

Diferentes reuniones con Policía Local.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Scala Coeli.

Ieronimus

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Plaza Anaya.

Catedrales.

Convento de San Esteban.

1.14 De perdidos al cine. Continuación 2021

Género audiovisual: Documental.

Productora que realiza el documental: Plan Secreto.

Fechas de rodaje: Abril.

Sinopsis: el proyecto audiovisual televisivo recorre las salas de cine existentes y desaparecidas en diversas ciudades de Castilla y León.

Impacto directo: 40.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Por determinar.

Duración del documental: 60 minutos.

Difusión del documental: Por determinar.

Notas del documental: El trabajo comenzó a grabarse en 2021 y continuó en 2022.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Anaya.

Catedrales.
USAL.
UPSA.
Puente Romano.
Casa de las Conchas.
Edificio histórico de la USAL.
Calle Libreros.
Información general sobre la ciudad.
Diversos permisos de estacionamiento.
Diversos permisos de circulación en zona peatonal.
Documentación.
Información en diversos espacios hoteleros.
Información sobre salas de cine desaparecidas en la ciudad.
Carta de recomendación.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Scala Coeli.
Ieronimus
Diversas calles del casco histórico.
Plaza Mayor.
Pacios de Escuelas.
Calle Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Plaza Anaya.

Calle Libreros.

1.15 La Ruleta de la Suerte

Género audiovisual: Televisión, entretenimiento, concurso.

Productora que realiza el programa: Martingala, para Antena 3.

Fechas de rodaje: Enero.

Presentador: Jorge Fernández.

Sinopsis: el violinista Javi Lin, que se dio a conocer por llegar a las semifinales del programa televisivo Got Talent España, comenzó febrero probando suerte en “La Ruleta” junto con otros dos concursantes, Sandra y Álvaro.

Impacto directo: 500 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Febrero de 2022.

Difusión de la serie: Nacional, Antena 3.

Duración del capítulo: 60 minutos.

Notas del programa: el joven músico salmantino Javi Lin participa en el popular concurso emitido por Antena 3. Un equipo de la productora se desplazó a Salamanca para grabar una presentación de Javi Lin

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Plaza Anaya.

1.16 El gallo que no cesa

Género audiovisual: Televisión, cultura, patrimonio, historia.

Productoras que realiza la serie: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Sinopsis: España es uno de los países del mundo con más bienes declarados Patrimonio de la Humanidad, 49 si sumamos los bienes culturales, los naturales y los mixtos. El programa visita tres de estos lugares reconocidos por la UNESCO: Salamanca, A Coruña y la

Sierra de Tramontana y lo hace de una manera especial, a través de sus mujeres.

Impacto directo: 12.000 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: 14 de febrero de 2022.

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Duración del capítulo: 60 minutos.

Notas de rodaje: las vacceas, las mujeres de un pueblo celtíbero que habitó estas tierras en la Edad de Hierro, son las protagonistas del programa.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Calles.

Museos (DA2, Museo del Comercio, Casa Lis, casa Museo Unamuno).

Plaza Anaya.

Plaza Mayor.

Edificio Histórico de la Universidad.

Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.

Cerro de San Vicente.

Documentación.

Realización de carta de recomendación.

Información sobre la ciudad.

Apoyo en logística.

Apoyo en producción.

Apoyo en rodaje.

Permiso de circulación en zona peatonal.

Permisos de estacionamiento.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Calle Compañía.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Rúa.

Patios de Escuelas.

Salas Históricas de la Universidad.

Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.

Cerro de San Vicente.

Catedral Vieja.

1.17 Culturas 2

Género audiovisual: Televisión, cultura, magazine.

Productoras que realiza la serie: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: Abril de 2022.

Sinopsis: el magazine es un espacio que trata de reflejar la actualidad, con el objetivo de captar las tendencias culturales, las líneas de pensamiento que van vertebrando la sociedad que construimos.

Impacto directo: 12.000 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: Mayo de 2022.

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Duración del capítulo: 60 minutos.

Notas de rodaje: el programa hace una panorámica cultural de la ciudad, las nuevas tendencias, los museos o el Barrio del Oeste forman parte de la fotografía.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Calles.

Museos (DA2, Museo del Comercio, Casa Lis, Casa Museo Unamuno).

Plaza Anaya.

Plaza Mayor.
Edificio Histórico de la Universidad.
Barrio del Oeste.
Documentación.
Realización de carta de recomendación.
Información sobre la ciudad.
Apoyo en logística.
Apoyo en producción.
Apoyo en rodaje.
Permiso de circulación en zona peatonal.
Permisos de estacionamiento.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Calle Compañía.
DA2.
Casa Lis.
Rúa.
Pacios de Escuelas.
Salas Históricas de la Universidad.
Plaza Mayor.
Plaza Anaya.

1.18 Por mis fogones

Género audiovisual: Televisión, gastronomía.

Empresa que realiza el programa: RTVCyL, producción propia.

Fecha de rodaje: A lo largo de 2022.

Impacto directo.

15.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Falso directo, RTVCyL, todo el año.

Difusión del programa: Autonómico.

Notas del programa: Por mis fogones demuestra que la cocina puede ser una actividad verdaderamente divertida y una excusa fenomenal para relajarse y olvidar las preocupaciones. Además, también puede ser un buen lugar para las confidencias. Cada semana, por el Espacio Al Punto pasa un personaje de actualidad que además de acompañar a Lidia y Luis en la elaboración de un rico plato, nos descubre las facetas más interesantes de su vida.

Intervención de Salamanca Film Commission

Apoyo en la producción.

Logística.

Permiso de aparcamiento.

Permiso de circulación en zona peatonal.

1.19 Está pasando

Género audiovisual: Televisión, magazine.

Empresa que realiza el programa: RTVCyL, producción propia.

Fecha de rodaje: A lo largo de 2022.

Impacto directo.

25.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Directo, RTVCyL, todo el año.

Difusión del programa: Autonómico.

Notas del programa: Los reporteros de CyLTV acercan la última hora de lo que sucede en las nueve provincias de Castilla y León, contado de una forma amena y analizado por periodistas y expertos en cada materia.

Intervención de Salamanca Film Commission

Apoyo en la producción.

Logística.

Permiso de aparcamiento.

Permiso de circulación en zona peatonal.

1.20 Aquí la Tierra

Género audiovisual: Televisión, mundo rural.

Productoras que realiza la serie: RTVE, producción propia.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Sinopsis: El programa viaja hasta Tamames, para descubrir cómo se prepara un auténtico manto embuchado.

Impacto directo: 1.200 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: Diciembre de 2022.

Difusión del programa: Nacional, RTVE.

Duración del capítulo: 3 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Información sobre la provincia.

1.21 Ruta de la Plata

Género audiovisual: Televisión, turismo.

Empresa que realiza el programa: Documentary Japan Inc. Para la televisión pública japonesa NHK.

Fecha de rodaje: 24 a 27 de septiembre de 2022.

Sinopsis: La televisión pública japonesa analiza el Camino de Santiago en todas sus rutas.

Impacto directo: 18.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: Por determinar.

Difusión del programa: Internacional, NHK (Japón).

Duración del programa: 60 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Calle Compañía.

Patios de Escuelas.

UPSA.

Información general sobre la ciudad.

Documentación.
Diversos permisos de aparcamiento.
Diversos permisos de circulación en zona peatonal.
Carta de apoyo.
Acompañamiento en rodaje.
Apoyo en la producción.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Plaza Anaya.
Calle Libreros.
Casa de las Conchas.
Pacios de Escuelas.
Edificio Histórico de la Universidad de salamanca.
Biblioteca general Histórica de la Universidad de Salamanca.
Panorámicas.
Plaza Mayor.
Museo Casa Lis.
Torres de la Clerecía. Ieronimus.
Catedrales.

1.22 Henri's Green Game Tour

Género audiovisual: Televisión, turismo.

Empresa que realiza el programa: Delta Concept RC Brussels 545 334 para Radio Télévision Belge de la Communauté (Bélgica).

Fecha de rodaje: Abril de 2022.

Sinopsis: El programa hace un estudio sobre el turismo y el desarrollo sostenible en Europa.

Impacto directo: 12.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: Por determinar.

Difusión del programa: Internacional, Radio Télévision Belge de la Communauté, (Bélgica).

Duración del programa: 60 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Calle Compañía.

Diversas calles del casco histórico.

Patios de Escuelas.

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de aparcamiento.
Diversos permisos de circulación en zona peatonal.
Carta de apoyo.
Acompañamiento en rodaje.
Apoyo en la producción.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Plaza Anaya.
Casa de las Conchas.
Pacios de Escuelas.
Edificio Histórico de la Universidad de Salamanca.
Biblioteca general Histórica de la Universidad de Salamanca.
Panorámicas.
Plaza Mayor.
Torres de la Clerecía.
Ieronimus.
Catedrales.

1.23 Casi hemos llegado



Género audiovisual: Televisión, turismo.

Empresa que realiza el programa: Alalena Mediaprodukties para el canal público holandés Channel One.

Fecha de rodaje: 19 a 25 de mayo 2022.

Sinopsis: el programa narra el viaje de veinticinco parejas, en sus propias autocaravanas, de un camping a otro. Los turistas tienen desde excursiones guiadas hasta tiempo para poder conocer los sitios que visitan por su cuenta.

Impacto directo: 25.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: Verano 2022.

Difusión del programa: Internacional, Channel One (Holanda).

Duración del programa: 45 minutos.

Notas del programa: la emisión del programa se realiza en los meses de verano, siendo su público potencial personas mayores de 50 años. En ediciones anteriores se rodaron otros destinos: Córcega/Cerdeña, Bulgaria/Rumania, Andalucía, Sicilia, Grecia, Portugal, Irlanda, Puglia y Países Balcánicos. El programa comenzó su grabación en Salamanca en el año 2020, pero tuvo que ser suspendida a consecuencia de la pandemia. En el año 2022 se ha terminado el trabajo.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Calle Compañía.

Diversas calles del casco histórico.

Patios de Escuelas.

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Carta de apoyo.

Acompañamiento en rodaje.

Apoyo en la producción.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Anaya.

Casa de las Conchas.

Patios de Escuelas.

Panorámicas.

Plaza Mayor.

Torres de la Clerecía.

Ieronimus.

Catedrales.

2. Videoclips

2.1 Carameloraro. Todo a deber



Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el videoclip: Producción propia.

Realizador: Claudia de Diego, Ale Santos, Jesús Galiano.

Fechas de rodaje: Febrero de 2022.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: 5 de abril de 2022.

Difusión del videoclip: Nacional.

Notas del vídeo: videoclip del quinto single de Carameloraro, Todo a deber.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Tramitación de permisos de rodaje:

Da2.

2.2 Claudia Ortega

Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el videoclip: Alumnos de la USAL. Grado de Comunicación.

Realizador: Manel Fuentes.

Fechas de rodaje: 9 de mayo.

Impacto directo: 100 euros.

Impacto indirecto:

Difusión del videoclip: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Tramitación de permisos de rodaje:

Teatro Liceo.

2.3 Fran Colmenero. Salamanca

Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el videoclip: Francisco Blas Producciones S.L.

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Sinopsis: el cantante Fran Colmenero recorre los puntos más emblemáticos de Salamanca a través de su videoclip: Salamanca.

Impacto directo: 3.500 euros.

Impacto indirecto:

Difusión del videoclip: Nacional.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Apoyo en la producción.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Anaya.

Casa de las Conchas.

Patios de Escuelas.

Panorámicas.

Plaza Mayor.

Torres de la Clerecía.

Ieronimus.

Catedrales.

Puente Romano.

Parque Elio de Nebrija.

Diversas calles del casco histórico.

Calle de la Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad de Salamanca.

2.4 Rodrigo Cuevas. Barbián

Género audiovisual: Videoclip, concierto.

Productora que realiza el videoclip: Atrusa Producciones.

Fechas de rodaje: Octubre.

Notas del videoclip: el trabajo recoge todo el concierto ofrecido por Rodrigo Cuevas en el Teatro Liceo.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del videoclip: Nacional.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

2.5 Minha Mae

Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el vídeo: Atrusa Producciones

Fechas de rodaje: Junio de 2022.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del videoclip: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Rivera del Tormes.

2.6 Gabriel Calvo

Género audiovisual: Videoclip. Streaming

Productora que realiza el vídeo: Atrusa Producciones para Biblioteca Pública Casa de las Conchas.

Fechas de rodaje: Mayo de 2022.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del videoclip: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

2.7 Voces de Salamanca

Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el videoclip: Atrusa Producciones.

Sinopsis: grabación del Maratón de Voces organizado por el Diario La Gaceta en el casino de Salamanca.

Fechas de rodaje: 20 de noviembre de 2022.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del videoclip: Nacional-Internet.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

2.8 Los Mejía. Las 13 Rosas



Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el videoclip: Oniria Producciones, Blasphemy House y Synim Project.

Realizador: Anass González.

Fechas de rodaje: 13, 14, 15 de Abril de 2022.

Impacto directo: 4.500 euros.

Impacto indirecto:

Difusión del videoclip: Nacional.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permiso especial armas (rifles de época).

Coordinación procesiones.

Carta de recomendación.

Tramitación de permisos de rodaje:

Pinar de la Aldehuela.

Iglesia de Pelabravo.

Cementerio.

Diversas calles del casco histórico.

Calle Compañía

2.9 The Black Chillies. Hammond Larry is back



Género audiovisual: Videoclip.

Productora que realiza el videoclip: Producción propia.

Realizador: Antonio López-Berges

Fechas de rodaje: Verano de 2022.

Impacto directo: 2.500 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: 24 de noviembre de 2022.

Difusión del videoclip: Nacional.

Notas del vídeo: Hammond Larry Is Back es el primer single del próximo disco de The Black Chillies, que llevará por título La Explosión y que se publicará en 2023. Un disco que experimenta con sonidos más cercanos al funk, soul y latin sin perder raíces en el Rhythm and Blues más visceral.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Tramitación de permisos de rodaje:

Barrio de San José.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Diversas calles del casco histórico.

Calle Compañía.

3. Documentales

3.1 Las edades del hombre



Género audiovisual: Documental, cultura.

Productora que realiza el documental: Stellarum Films para la Fundación Edades del Hombre.

Fechas de rodaje: 3 de febrero de 2022.

Realizador: Rubén D. Ortega.

Sinopsis: La productora mirobrigense Stellarum Films realiza el documental Las edades del hombre para conmemorar el 25º aniversario de la exposición.

Impacto directo: 30.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Nacional.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Centro Documental de la Memoria Histórica.

Información general sobre la ciudad.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Documentación.

Carta de recomendación.

Nota de prensa.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza de las Agustinas.

Ieronimus.

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Plaza Anaya.

Catedrales.

Iglesia de San Sebastián.

3.2 Lo que el Mundo debe a Salamanca

Género audiovisual: Documental, historia.

Productora que realiza el documental: Lopez Li Films S.L.

Fechas de rodaje: Otoño.

Realizador: José Luis López Linares.

Sinopsis: José Luis López Linares crea una serie documental de seis episodios en la que muestra la aportación de la ciudad a la historia y progreso de la humanidad.

Impacto directo: 10.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del Documental: Nacional.

Fecha de estreno: Por determinar.

Notas del documental: durante 2022 se han grabado en la ciudad diferentes secuencias del documental. Las secuencias grabadas

durante este año pertenecen al capítulo piloto. Se espera que durante 2023 se termine el rodaje de la serie completa.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Ayuntamiento de Salamanca.

Plaza Anaya.

Catedrales.

USAL.

UPSA.

Puente Romano.

Información general sobre la ciudad.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Documentación.

Carta de recomendación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Scala Coeli.

Ieronimus.

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Biblioteca general Histórica de la Universidad de Salamanca.

Convento de San Esteban.

Plaza Concilio de Trento.

Plaza Anaya.

3.3 San Juan de Ávila

Género audiovisual: Documental, historia, religión.

Productora que realiza el documental: Volcán producciones.

Fechas de rodaje: 23 de mayo de 2022.

Realizador: Jorge Linares.

Sinopsis: documental sobre el paso de San Juan de Ávila en la ciudad.

Impacto directo: 500 euros

Impacto indirecto

Difusión del Documental: Por determinar.

Fecha de estreno: Por determinar.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Carta de recomendación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Scala Coeli.

Ieronimus.

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Convento de San Esteban.

Plaza Concilio de Trento.

Plaza Anaya.

Documentación.

3.4 Historia y patrimonio histórico del Instituto Fray Luis de León



Género audiovisual: Documental, historia.

Productora que realiza el documental: Chancleta Films con la colaboración del I. E. S. Fray Luis de León.

Fechas de rodaje: 2021/2022.

Realizador: Diversos realizadores (alumnos de la U.S.AL.)

Sinopsis: sacar a la luz el archivo del IES Fray Luis de León, uno de los diez institutos más antiguos de España, arranca en 2015 con la

Llegada a la dirección del centro de Francisco Sierra Ávila, quién decide que el profesor de Historia, Jesús García, se encargue del patrimonio histórico del centro. Juntos comienzan a profundizar en la biografía de cada uno de los libros que hay en archivo del Fray Luis.
Impacto directo: 2.500 euros.

Impacto indirecto

Estreno: 23 de noviembre de 2022 en el Teatro Juan del Enzina.

Difusión del programa: Nacional.

Duración del documental: 90 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Anaya.

Puente romano

Huerto de Calixto y Melibea

Patio de Escuelas.

Edificio histórico de la Universidad de Salamanca.

Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.

Universidad Pontificia.

Plaza del Concilio de Trento.

3.5 Señorías. Continúa 2021

Género audiovisual: Documental, derecho, igualdad.

Productora que realiza el documental: The Other Film Production.

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Realizadora: María Guerra Villadangos.

Sinopsis: el objetivo es acercarnos a un sector de la sociedad importantísimo pero desconocido para la mayor parte de la ciudadanía, a través de cuatro magistradas que tratan esencialmente asuntos relacionados con el ser humano en sus facetas más íntimas: conflictos de familia, asuntos laborales y derechos sociales, el trato con las víctimas y la protección de los derechos de los imputados.

El formato del documental será un retrato múltiple de las protagonistas, para conocerlas y acompañarlas en su día a día profesional, familiar y personal.

Impacto directo: 2.500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Por determinar.

Estreno: Por determinar.

Duración del documental: 60 minutos.

Notas de rodaje: el rodaje del documental está previsto realizarse en varias fases, la primera ya se realizó en diciembre de 2021 y ha continuado a lo largo de 2022.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Carta de recomendación

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza de Colón.

3.6 Los 90 años de historia de la Unión Deportiva Salamanca (actualización)

Género audiovisual: Documental, deporte, fútbol.

Productora que realiza el documental: Tu luz y mi calma.

Realizador: Suso de la Nava.

Fechas de rodaje: 2015-actualidad.

Sinopsis: los 90 años de historia de la Unión Deportiva Salamanca, desde sus orígenes hasta su desaparición, protagonizan el documental dirigido por el cineasta Suso de la Nava y producido por Chema de la Peña.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Nacional.

Estreno: Por determinar.

Notas del documental: el documental se grabó en 2015 pero en 2022 se ha realizado una actualización del mismo en el que se han añadido testimonios e imágenes inéditas con las que no se contaban en el año 2015.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

3.7 Tesoros y piedras



Género audiovisual: Documental, patrimonio.

Empresa que realiza el documental: Fascina Producciones.

Fecha de rodaje: 25, 26, 27 y 28 de marzo de 2022.

Director: Alfredo Torrescalles.

Presentadoras: Elena Taverro y Mercedes Santos Unamuno.

Sinopsis: la serie documental realiza un recorrido por la memoria sentimental e histórica de Castilla y León a través de diferentes espacios del patrimonio histórico que un día tuvieron protagonismo y que hoy se encuentran en declive por diferentes causas. El trabajo indaga en la historia de diferentes enclaves del patrimonio histórico más olvidado para conocer la memoria de la región, su acervo cultural y la necesidad de preservar su patrimonio.

Impacto directo: 30.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Autonómica.

Emisión: Por determinar.

Duración del documental: 60 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Carta de recomendación.

Nota de prensa.

Préstamo de oficina.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Corte de circulación.

Apoyo rodaje dron.

Acompañamiento en rodaje.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Anaya.

Plaza Mayor.

Scala Coeli.

Ieronimus.

Puente romano

Huerto de Calixto y Melibea.

Patio de Escuelas.

Edificio histórico de la Universidad de Salamanca.

Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.

Universidad Pontificia.

Plaza del Concilio de Trento.

Calle de la Compañía.

Interior Clerecía.

3.8 España Directo. A la calle. Plaza Mayor

Género audiovisual: Documental, turismo.

Empresa que realiza el documental: RTVE para TVE1

Fecha de rodaje: 20 de marzo de 2022.

Impacto indirecto:

Estreno: 20 de marzo de 2022.

Difusión del documental: Nacional.

Duración del documental: 4 minutos.

Notas de rodaje: España Directo, viaja a Salamanca y muestra una plaza que se empezó a construir en 1729 y cuyos negocios son históricos. Quioscos, arcos, confiterías, farmacias y el bar favorito de Unamuno son los protagonistas.

Impacto directo: 2.200 euros.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información de la ciudad.

Documentación.

Asesoramiento técnico.

Búsqueda de días idóneos para realizar el trabajo.

Préstamo de oficina.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Corte de circulación.

Apoyo rodaje dron.

Acompañamiento en rodaje.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Anaya.

Plaza Mayor.

3.9 El arte de los pastores. Vidas, obras y creencias de los pastores salmantinos



Género audiovisual: Documental.

Empresa que realiza el documental: Diputación de Salamanca para el Instituto de las Identidades (IDES).

Realizador: David Gómez Rollán.

Sinopsis: el trabajo refleja una de las líneas de trabajo de la Diputación desde el IDES, como es la revalorización del patrimonio inmaterial salmantino, en esta ocasión con las aportaciones de la cultura tradicional ganadera del pastoreo

Fecha de rodaje: A lo largo de 2022.

Impacto directo: 30.000 euros.

Impacto indirecto:

Estreno: 25 de mayo en la Filmoteca de Castilla y León.

Difusión del documental: Nacional.

Duración del documental: 15 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información de la provincia.

3.10 Clásicos que quemaron rueda

Género audiovisual: Documental, motor, turismo.

Productora que realiza el documental: Universidad de Alicante.

Fechas de rodaje: 8 de julio.

Realizadora: Silvia Heras.

Sinopsis: documental en el que a través de los coches clásicos y sus dueños se va descubriendo Castilla y León

Impacto directo: 1.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Por determinar.

Difusión del programa: CyLTV. Autonómica.

Duración del documental: 60 minutos.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Información general sobre la ciudad.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Corte de circulación

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Museo de la Historia de la Automoción.

Paseo Rector Esperabé.

3.11 100 años de fútbol en Castilla y León

Género audiovisual: Documental, deporte, fútbol.

Productora que realiza el documental: CyLTV para Real Federación de Castilla y León de Fútbol.

Fechas de rodaje: Durante todo 2022.

Sinopsis: el audiovisual, realizado con motivo del Centenario de la FCYLF, recoge el viaje por el siglo de fútbol en la comunidad. Un recorrido por la historia de este deporte a través de entrevistas, grabaciones y un excelente trabajo documental.

Impacto directo: 30.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Autonómica.

Estreno: por determinar 2023. El documental se incluirá en los diferentes actos que se realizarán con motivo de la celebración del 100 aniversario de la creación de la Real Federación de Castilla y León de Fútbol.

Notas del documental: el documental cuenta con más de 100 horas de grabación, documentos de archivo y más de 50 entrevistas a personajes que nunca habían hablado sobre episodios alegres, de tristeza o anecdóticos de nuestro fútbol y fútbol sala.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información general sobre la ciudad.

Documentación.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Calle Compañía.

Helmántico.

3.12 Omnivore



Género audiovisual: Serie documental, antropología.

Empresa que realiza el documental: Apple TV.

Fecha de rodaje: Diciembre de 2022.

Realizadora: Isabel Coixet y Lucas Figueroa.

Sinopsis: el guion escrito por Matt Goulding habla sobre los elementos clave de la alimentación en el mundo. En este caso se graba en la Alberca todo lo que rodea a la gastronomía que tiene que ver con el cerdo y muestra ese vínculo que se tiene con un animal del que se aprovecha todo.

Impacto directo: 30.000 euros

Impacto indirecto:

Estreno: Por determinar.

Difusión del documental: Internacional.

Duración del documental: 60 minutos.

Notas de rodaje: el rodaje es un capítulo pertenece a una serie documental que se graba para Apple Tv que se desarrolla en más de 20 países. La primera parte del capítulo se ha grabado en diciembre de 2022 y se muestra la vida diaria que se desarrolla en La Alberca.

El hilo conductor ha sido "El Marrano de San Antón". El rodaje finalizará en enero 2023 con la tradicional rifa del cochino.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información de la provincia.

Asesoramiento técnico.

Búsqueda de días idóneos para realizar el trabajo.

4. Cortometrajes

4.1 El huésped



Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Off The Record Films.

Fechas de rodaje: Abril de 2022.

Realizador: Óscar Pérez.

Intérpretes: Elvira Rivas, Ángel herrero, Ana del Pozo, Marcos González, Raquel Sánchez,

Sinopsis: Elvira Medina es una joven escritora que vuelve de un retiro con sus hijos a la casa familiar. Allí, descubre que su marido, Enrique, ha traído un invitado especial. Al principio, volver a los viñedos parece algo acogedor y apacible, pero pronto todo se convierte en una horrible pesadilla.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Nacional. Festivales.

Estreno: Por determinar.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Corte de circulación.

Información sobre diferentes espacios hoteleros de la ciudad.

Información sobre diversos espacios hosteleros de la ciudad.

Carta de recomendación.

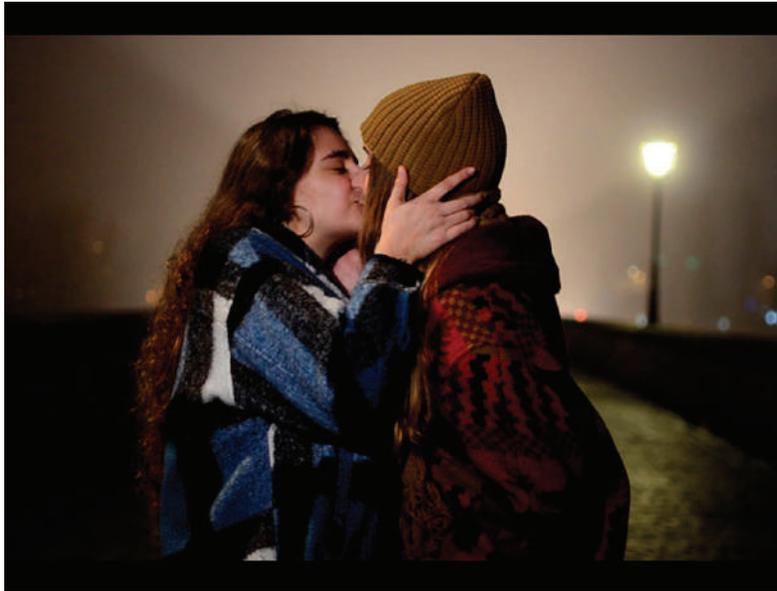
Apoyo institucional.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Calle Libreros.

Diversas calles del casco Histórico.

4.2 Querida Hania



Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Colegio Mayor Fray Luis de León para Cultura Inquieta e Iberdrola.

Fechas de rodaje: 11 y 12 de diciembre de 2022.

Realizador: David D. Aguado.

Intérpretes: Andrea Hernández y Carla Martín.

Sinopsis: ambientado hace exactamente 40 años, en 1981, se adentra en los deseos y anhelos frustrados de una chica española al no poder pasar las navidades junto a Hania, su novia polaca, debido a las restricciones impuestas en ese país a causa de Ley Marcial el 13 de diciembre de ese año.

Impacto directo: 1.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del cortometraje: Nacional. Festivales

Intervención de Salamanca Film Commission

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Mayor.

Puente Romano.

Edificio Histórico de la Universidad de Salamanca.

4.3 Gestación

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: 25 de abril.

Realizadora: Paula García Gómez.

Sinopsis: la Tierra se encuentra inhabitable y Marta busca una nueva vida a través de un viaje interestelar. A su llegada al planeta que será su nueva casa, descubre que se encuentra embarazada: la duda, el miedo y la incertidumbre se apoderan de ella.

Impacto directo: 500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza de Colón.

4.4 Ahora tú

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos Universidad Pontificia de Salamanca.

Fechas de rodaje: Mayo de 2022.

Realizador: Daniel Morán Zarzuelo.

Sinopsis: Claudia vio como mataban a su madre con sus propios ojos cuando era pequeña pero el tiempo traería su venganza. Cuando cumple la mayoría de edad se va en busca de aquél grupo de borrachos que acabó con su madre. La noche salmantina, el paso del tiempo y una joven en busca de venganza...

Impacto directo: 500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la provincia.

Documentación.

Permiso de rodaje en autobús urbano.

Búsquedas de fechas idóneas para la grabación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Hangar estación de autobuses.

4.5 Dócil

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Local

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Documentación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Calle Compañía.

4.6 Donde no alcanza la luz

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza de Colón.

4.7 El Cumpleaños

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Documentación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Puente Romano.

4.8 El último cigarrillo

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Documentación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Diversas calles del casco histórico.

4.9 Esa voz

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Plaza Mayor.

Plaza Concilio de Trento.

Campus universitario.

Patio Chico.

4.10 Fobia Social

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Permiso de estacionamiento en zona peatonal.

Corte de circulación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Calle Rector Esperabé.

Plaza Mayor.

Diversas calles del casco histórico.

4.11 La primera parada

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Permiso de grabación en autobús urbano.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Calle Compañía.

Plaza del Mercado.

Plaza de Sexmeros de la tierra.

Gran Vía.

4.12 Tren de vuelta

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto indirecto

Difusión del documental: Local.

Notas de rodaje: el cortometraje ha sido presentado en el Teatro Juan de la Encina, dentro del ciclo organizado por la USAL Corto por lo sano. Cuida tu mente. Los cortometrajes presentados están realizados por alumnos por los estudiantes de Comunicación y Creación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y que abordan la salud mental.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Documentación.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Estación de tren.

4.13 Navidad en 60 segundos



Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Grupo de Cine y Teatro Universitario Farándula del Colegio Mayor San Bartolomé de la Universidad de Salamanca.

Realizador: David J. Aguado.

Fechas de rodaje: Diciembre de 2022.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Corte de circulación a peatones y vehículos.

Permiso de circulación coche de época.

Apoyo Policía Local.

Reserva de espacio.

Retirada de mobiliario urbano.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Casco histórico.

Rúa Mayor.

4.14 Aldeaseca

Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Alumnos de la USAL.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Realizador: Miguel Pertejo y Sergio Alonso.

Intérpretes: Javier Herrero.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Nacional. Festivales.

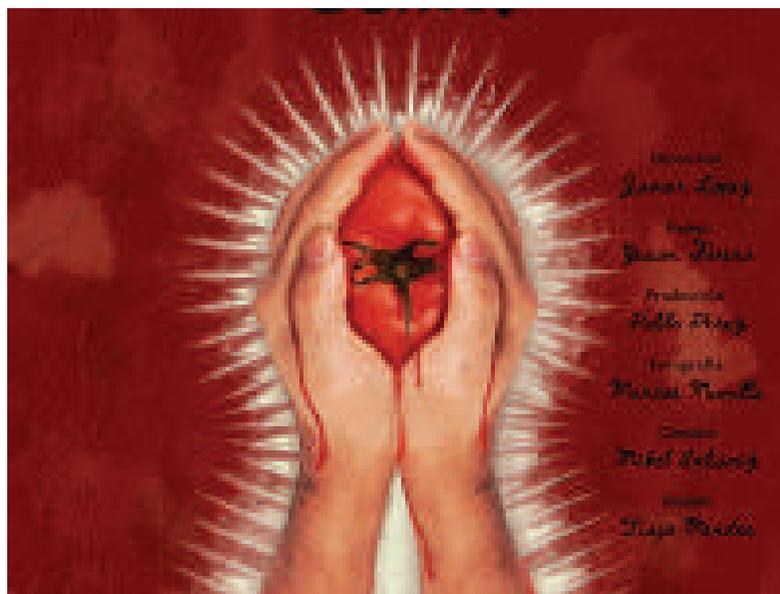
Notas de rodaje: el cortometraje estaba nominado en la vigésima edición del Festival Notodofilmfest, en las categorías de mejor película, mejor dirección, Premio Acción Cultural Talento Joven, y Premio Platino Crowdfunding. El profesor de la USAL Javier Herrero ganó el premio a mejor interpretación, premio que tuvo gran repercusión en prensa.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la provincia.

Información sobre festivales

4.15 La Última Cena



Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: Off The Record Films.

Fechas de rodaje: Octubre de 2022.

Realizador: Javier López.

Intérpretes: Silvia Pelayo, Javier López.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Internacional. Festivales

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Carta de recomendación.

Documentación.

Diversos trabajos de localización.

4.16 Almuerzo



Género audiovisual: Cortometraje.

Productora que realiza el cortometraje: La factoría de Jes Martín's.

Fechas de rodaje: Octubre de 2022.

Realizador: Jes Martín's.

Intérpretes: Alumnos de la Escuela de interpretación gestual.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto.

Difusión del cortometraje: Nacional. Festivales

Intervención de Salamanca Film Commission

Información sobre la ciudad.

Documentación.

5. Publicidad



Género audiovisual: Spot.

Productoras que realiza el spot: Tele 5.

Fechas de rodaje: 4 de mayo de 2022.

Impacto directo: 500

Impacto indirecto

Difusión del spot: 3 minutos. Tele 5, presentación de candidatas a Miss España 2022.

Notas del spot: el trabajo está protagonizado por Telma Iglesias y tiene como fin promocionar su campaña al certamen de Miss España 2022.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

Carta de recomendación.

Corte de circulación.

Apoyo de Policía Local.

Documentación.

Diversos permisos de aparcamiento.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Ayuntamiento de Salamanca.

Plaza Mayor.

Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León.

Plaza Anaya.

Parador.

Patios de escuelas.

Puente Romano.

Calle de la Compañía.

Plaza del Mercado.

Oficinas de gestión de la Sociedad de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca.

Edificio Histórico de la Universidad.

Scala Coeli.

Ieronimus.

5.2 Sistema solar. Ciudad Rodrigo

Género audiovisual: Spot.

Productoras que realiza el spot: Stellarum Films.

Fechas de rodaje: Mayo de 2022.

Impacto directo: 2.000

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Notas del spot: spot sobre el sistema solar a escala que hay en Ciudad Rodrigo y en el que también está implicada la ciudad de Salamanca.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

Carta de recomendación.

Documentación.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Información de negocios hosteleros.

Información de negocios hoteleros.

Cesión de oficina.

Retirada de mobiliario urbano.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Ayuntamiento de Salamanca.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Puente Romano.

Calle de la Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Patios de Escuelas.

Catedrales.

Ierónimus.

Scala Coeli.

Panorámicas.

Casa Lis.

5.3 Escape City Box



Género audiovisual: Spot, App.

Productora que realiza el spot: Javier Díez P.C. para Oxalis Trading S.L.

Realizador: Javier Díez.

Fechas de rodaje: 21 de abril de 2022.

Impacto directo: 6.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Nacional.

Notas del spot: el realizador salmantino Javier Díez grabó la tercera parte de los vídeos para la APP de Escape City Box que lleva por título La lanza del destino. El trabajo ha sido encargado por la empresa, también salmantina, Oxalis Trading S.L.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

Diversos permisos de aparcamiento.

Permisos de circulación en vía peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Pozo de Nieve.

Jardín Botánico.

5.4 Colegio Calasanz

Género audiovisual: Spot, vídeo corporativo.

Productora que realiza el spot: Atrusa Producciones para Colegio Calasanz.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local. Internet.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

5.5 XIII Carrera de los 1000 pasos

Género audiovisual: Vídeo industrial.

Productora que realiza el spot: Atrusa Producciones.

Fechas de rodaje: Octubre.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

5.6 .Premio Tauromaquia de Castilla y León

Género audiovisual: Vídeo industrial.

Productora que realiza el spot: Atrusa Producciones.

Fechas de rodaje: Septiembre de 2022.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

5.7 Ciclo Conciertos Encuentros en Biblioteca Pública de Salamanca, Casa de las Conchas



Género audiovisual: Spot, streaming

Productora que realiza el spot: Atrusa Producciones para Biblioteca Pública Casa de las Conchas.

Fechas de rodaje: Julio.

Impacto directo: 1.500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

5.8 Grease



Género audiovisual: Spot, vídeo industrial.

Productora que realiza el spot: Atrussa para la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes.

Fechas de rodaje: Junio de 2022.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Notas del spot: Grabación del musical Grease en el Teatro Liceo.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

5.9 Premios Carbajosa Empresarial

Género audiovisual: Spot, vídeo industrial, streaming.

Productora que realiza el spot: Atrusa Producciones.

Fechas de rodaje: Septiembre.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

5.10 Restaurante El Trashoguero

Género audiovisual: Spot, vídeo industrial.

Productora que realiza el spot: Producciones Isopro.

Fechas de rodaje: Febrero de 2022.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Notas del spot: grabación de las 34ª Jornadas del limón en el Restaurante El Trashoguero.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Asesoramiento rodaje.

Diversos permisos de aparcamiento.

5.11 Restaurante Consentido

Género audiovisual: Spot.

Productora que realiza el spot: Producciones Isopro.

Fechas de rodaje: Octubre.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Diversos permisos de aparcamiento.

5.12 Gala del Amor y del Humor 2022

Género audiovisual: Spot.

Productora que realiza el spot: Producciones Isopro.

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Notas del spot: spot publicitario de la Gala del Humor y del Amor organizada por Víctor Sarmankanda en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León en Salamanca.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de aparcamiento.

5.13 Restaurante Igueldo

Género audiovisual: Spot.

Productora que realiza el spot: Isopro Producciones.

Realizador: Santya García Calvo.

Fechas de rodaje: Junio.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Notas del spot: spot publicitario para el Restaurante Igueldo.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

5.14 Pastelería La Madrileña

Género audiovisual: Spot.

Productora que realiza el spot: Isopro Producciones.

Realizador: Santya García Calvo.

Fechas de rodaje: Julio.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Notas del spot: spot publicitario para la pastelería La madrileña.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

5.15 Salamancaq 2022

Género audiovisual: Spot. Vídeo industrial

Productora que realiza el spot: Producciones Isopro.

Realizador: Santya García Calvo.

Fechas de rodaje: Septiembre de 2022.

Impacto directo: 300 euros.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Local.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Asesoramiento rodaje.

5.16 Akademy



Género audiovisual: Spot.

Productora que realiza el spot: Yipi Ka Yei Producciones.

Realizador: Chema Rosado.

Fechas de rodaje: Septiembre.

Impacto directo: 1.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del Spot: Local.

Notas del spot: spot publicitario para gimnasio Akademy.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Asesoramiento rodaje.

Diversos permisos de aparcamiento.

5.17 Barrio del Oeste

Género audiovisual: Spot.

Productora que realiza el spot: Calle37.

Fechas de rodaje: 26 de Octubre de 2022.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del Spot: Local.

Notas del spot: spot publicitario destinado a promocionar el pequeño comercio en el Barrio del Oeste.

Asesoramiento rodaje.

Diversos permisos de aparcamiento.

Reserva de espacio.

Apoyo Policía Local.

Corte de circulación en diversas calles de la ciudad.

Búsqueda de los días idóneos para rodaje.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad: Calle Jaime Vera.

5.18 Promoción eventos Méjico

Género audiovisual: Spot. Internet. Redes.

Productoras que realiza el spot: Área 51.

Fechas de rodaje: 6 de Abril.

Impacto directo: 5.000.

Impacto indirecto

Difusión del spot: Nacional.

Notas del spot: un conocido rapero mejicano recorre los espacios turísticos más importantes de la ciudad promocionando los diferentes eventos que se celebraron en Salamanca en torno a Méjico.

Intervención de Salamanca Film Commission.

Asesoramiento rodaje.

Carta de recomendación.

Corte de circulación.

Apoyo de Policía Local.

Documentación.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Ayuntamiento de Salamanca.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Puente Romano.
Palacio de Monterrey.
Calle de la Compañía.
Casa de las Conchas.
Edificio Histórico de la Universidad.
Pacios de Escuelas.
Catedrales.
Scala Coeli.
Casa Lis.

6. Internet

6.1 Salamanca un lugar donde cumplir sueños. Miguel de Lucas



Género audiovisual: Redes, internet, magia

Productora que realiza el vídeo: Argi Producciones para Ayuntamiento de Salamanca.

Realizador: Argimiro Pérez.

Interprete: Miguel de Lucas (mago).

Fechas de rodaje: Verano de 2022.

Sinopsis: vídeo promocional en el que el mago Miguel de Lucas camina sobre el río Tormes.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del vídeo: Internet, redes, televisiones locales, realización de diferentes piezas...

Notas del vídeo: el trabajo está incluido en la campaña de publicidad, contratada por Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, destinada a promocionar la ciudad. Del vídeo principal se han extraído 5 vídeos más pequeños destinados a redes sociales, con el objetivo de viralizar las imágenes. Para el trabajo se hizo necesaria la colaboración del Cuerpo Municipal de Bomberos y de la Policía Local.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Catedrales.

Ieronimus.

Museo de la Historia de la Automoción.

La Salina.

Parador.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Río Tormes.

Carril bici.

Puente Romano.

Puente Enrique Estevan.
Diversos permisos de Aparcamiento.
Asesoramiento en rodaje.
Acompañamiento en rodaje.
Permiso de circulación en zona peatonal.
Reservas de espacio.
Búsqueda de figuración.
Búsqueda de personajes conocidos de la ciudad.
Realización de guión.
Apoyo Policía Local.
Corte de circulación.
Reserva de espacio.
Apoyo cuerpo de Bomberos.
Lancha.
Barca de paseo.
Colocación de grúa.
Nota de prensa.
Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:
Río Tormes (altura Puente Enrique Esteban)
Casa Lis.
Mesón las Tapas de Gonzalo.

Filmoteca
Puente Romano
Diversas calles del casco histórico.
Catedrales.
Clerecía.
Ierónimus,
Scala Coeli.
Patios de Escuelas.
Edificio Histórico de la Universidad de Salamanca.
Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca
Plaza Mayor.
Plaza Anaya.
Calle Compañía.
Panorámicas.
Puente Enrique Estevan.

6.2 Capataces. Jes Martins

Género audiovisual: Redes. Internet.

Productora que realiza el vídeo: La factoría de Jes Martins.

Fechas de rodaje: Noviembre de 2022.

Impacto directo: 500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del trabajo: Internet, redes, televisiones locales, realización de diferentes piezas....

Notas del vídeo: Jes Martins graba un nuevo capítulo de su serie Capataces.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento rodaje.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Centro histórico de la ciudad.

Calles adyacentes del Conservatorio Municipal.

6.3 Walking Tour

Género audiovisual: Redes, internet.

Productora que realiza los vídeos: Walking and Food Channel (UK)

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Sinopsis: el canal británico difundido a través de Youtube Walking and Food Channel realiza un monográfico gastronómico de la ciudad de Salamanca. El capítulo está incluido dentro de la serie dedicada a España

Impacto directo: 10.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del vídeo: Internacional. Internet, redes sociales...

Intervención de Salamanca Film Commission

Información de la ciudad.

Información sobre diferentes espacios hosteleros de la ciudad.

Información sobre diferentes espacios hoteleros de la ciudad.

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.
Calle Compañía.
Edificio Histórico de la Universidad.
Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.
Universidad Pontificia.
Plaza Anaya.
Catedrales.
Puente Romano.
Plaza concilio de Trento.
Salas bajas.
Casa de las Conchas.
Huerto de Clixto y Melibea.
Cueva de Salamanca.
Pozo de Nieve.
Diversos espacios hosteleros de la ciudad.

6.4 Zorito y Doug

Género audiovisual: Redes, internet.

Productora que realiza los vídeos: Zoritoydoug

Fechas de rodaje: Diciembre.

Sinopsis: los youtubers sudamericanos Zorito y Doug realizan un tour de la ciudad para su canal turístico.

Impacto directo: 1.800 euros.

Impacto indirecto

Difusión del vídeo: Internacional. Internet, redes sociales, catálogos...

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de estacionamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Ieronimus

Diversas calles del casco histórico.

Plaza Mayor.

Patios de Escuelas.

Calle Compañía.

Edificio Histórico de la Universidad.

Plaza Anaya.

Catedrales.

Casa de las Conchas.

Puente Romano.

Rivera del Tormes.

6.5 Flota Idónea. El piano flotante



Género audiovisual: Redes, internet.

Productora que realiza los vídeos: Compañía Le PianO du Lac

Fechas de rodaje: 27 de julio de 2022.

Impacto directo: 2.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del vídeo: Internacional. Internet, redes sociales...

Notas del trabajo: la compañía 'Le PianO du Lac' ha sido la encargada de fundir las melodías de la flauta, la percusión y los pasos de baile en este gran ballet acuático. En la función han participado la pianista y cantante Violette Prevost, la flautista Sabine Figuet y la bailarina y performer Mónica Cofiño.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de estacionamiento.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Río Tormes.

Puente Enrique Estevan.

6.6 Salamanca para enamorarse



Género audiovisual: Redes, internet.

Productora que realiza los vídeos: Grupo de Cine y Teatro Universitario Farándula del Colegio Mayor San Bartolomé de la Universidad de Salamanca.

Fechas de rodaje: Marzo de 2022.

Impacto directo: 3.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del vídeo: Nacional. Internet, redes sociales...

Notas del trabajo: el Grupo Farándula: producción de cine y teatro realiza un vídeo promocional de la ciudad.

Intervención de Salamanca Film Commission

Diversos permisos de estacionamiento.

Reserva de espacios.

Corte de circulación.

Apoyo de Policía Local.

Préstamo de bicicletas.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Casa Lis.

Puente Romano.

Diversas calles del casco histórico.

Catedrales.

Clerecía.

Patios de Escuelas.

Ierónimus.

Scala Coeli.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Panorámicas.

Diversos espacios hoteleros.

Diversos espacios hosteleros.

Cines Van Dyck.

6.7 Fashion Films de la XXIV Pasarela de la Moda de Castilla y León



Género audiovisual: Redes, internet.

Productora que realiza el vídeo: Kumiko Films.

Fechas de rodaje: 21 y 22 de junio de 2022.

Impacto directo: 25.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión del vídeo: Internet, redes, realización de diferentes piezas...

Notas del vídeo: el Da2 y el Museo Casa Lis se convirtieron en pasarela de moda, con el rodaje de los Fashion Films de la XXIV Pasarela de la Moda de Castilla y León en la que presentaron su nueva temporada marcas como Concha Ceballos, Fashion y By Imelda.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Da2.

Casa de las Conchas.

Museo casa Lis.

Museo de la Historia de la Automoción.

La Salina.

Parador.

Diversos permisos de Aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Asesoramiento en rodaje.

Acompañamiento en rodaje.

Reservas de espacio.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Da2.

Casa Lis.

Puente Romano.
Diversas calles del casco histórico.
Catedrales.
Clerecía.
Pacios de Escuelas.
Plaza Mayor.
Plaza Anaya.
Panorámicas.

7. Fotografía

7.1 Versión original (V.O.).

Género audiovisual: Fotografía.
Productora que realiza el vídeo: Fundación Rebross.
Fechas de rodaje: Primavera de 2022.
Impacto directo: 15.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión de la fotografía: Prensa, internet, redes.

Notas de la fotografía: la revista Versión original (V.O.) realiza un monográfico de Salamanca en el mundo del celuloide. Desde Salamanca Film Commission se le ceden más de 30 fotografías para el trabajo y además se consigue que desde la Filmoteca de Castilla y León se cedan fotografías de rodajes históricos que no poseemos en nuestras bases de datos.

Intervención de Salamanca Film Commission

Cesión de material fotográfico relacionado con rodajes realizados en la ciudad.

Guionización.

Intermediación con la Filmoteca de Castilla y León para la cesión de fotografías.

Búsqueda de expertos en rodajes realizados en Salamanca.

7.2 Motoviajeros

Género audiovisual: Fotografía, vídeo para redes

Productora que realiza el vídeo: revista Motoviajeros.

Sinopsis: a través de un vídeo y un reportaje fotográfico promocional de un motorista se muestran las localizaciones más representativas de Salamanca

Fechas de rodaje: Primavera de 2022.

Impacto directo: 15.000 euros.

Impacto indirecto

Difusión de las fotografías: Motoviajeros es la primera y única revista en español de periodicidad mensual dedicada a los viajes y turistas en moto.

Notas del vídeo: el vídeo y las fotografías se realizaron en tres fases y han requerido varias semanas de trabajo.

Intervención de Salamanca Film Commission

Trabajos de localización.

Da2.

Casa de las Conchas.

Museo casa Lis.

Museo de la Historia de la Automoción.

La Salina.

Parador.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Puente Romano.

Barrio del Oeste

Diversos permisos de Aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Asesoramiento en rodaje.

Apoyo Policía Local.

Cortes de circulación.

Reservas de espacio.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Da2.

Casa Lis.

Puente Romano.

Diversas calles del casco histórico.

Catedrales.

Clerecía.

Patios de Escuelas.

Plaza Mayor.

Plaza Anaya.

Panorámicas.

Casa de las Conchas.

Barrio del Oeste.

8. Vídeoarte

8.1 Performance. Bellas Artes (Facultad)



Género audiovisual: Vídeoarte.

Productora que realiza el vídeo: Facultad de Bellas Artes de la USAL.

Realizador: alumnos de la Facultad de Bellas Artes de la USAL.

Fechas de rodaje: Enero de 2022.

Impacto directo: 50 euros.

Impacto indirecto

Difusión del trabajo: Local.

Notas del trabajo: el rodaje es una performance desarrollada por los alumnos de la Facultad de Bellas Artes, a los que se les cede el Pozo de Nieve como localización para la el trabajo.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento en rodaje.

Información sobre la ciudad.

Diversos permisos de aparcamiento.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Pozo de Nieve.

8.2 BMX. ¿Seguimos?

Género audiovisual: Vídeoarte.

Productora que realiza el vídeo: Empatía Estudios P.C.

Realizador: Francisco José García de Castro

Fechas de rodaje: Septiembre de 2022.

Impacto directo: 500 euros.

Impacto indirecto

Difusión del trabajo: Local.

Notas del trabajo: segunda parte del vídeo artístico realizado en 2021 sobre el joven talento de 19 años llamado Junior Sylvestre (Rider). Junior vuelve a recorrer las calles de Salamanca con su BMX.

Intervención de Salamanca Film Commission

Asesoramiento en rodaje.

Información sobre la ciudad.

Búsqueda de los días idóneos para rodaje.

Coordinación con Policía Local.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Casco histórico.

Puente Romano.

Plaza Mayor.

Casa de las Conchas.

Plaza Anaya.

Rúa.

9. Largometrajes

9.1 Comuneros



Género audiovisual: Largometraje, documental, historia.

Empresa que realiza el largometraje: Visual Creative y Plan Secreto

Fecha de rodaje: 2021/2022.

Director: Pablo García Sanz.

Sinopsis: el largometraje pretende reivindicar la indiscutible importancia histórica de la Guerra de las Comunidades de Castilla y de la

batalla de Villalar, que en 2021 cumplió su 500 aniversario. Además, el trabajo quiere mostrar con los ojos del siglo XXI el papel de los comuneros, su relevancia y su impacto, que aún perdura en la sociedad contemporánea y cuya huella se ve reflejada en documentos de gran trascendencia como la Constitución Española.

Impacto directo: 30.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: 9 de julio de 2022. Cines Van Dyck.

Difusión del largometraje: Nacional.

Duración del largometraje: 120 minutos.

Notas de rodaje: el largometraje se rodó en localizaciones clave para narrar este acontecimiento histórico, como Villalar de los Comuneros, Medina del Campo, Segovia, Valladolid, Salamanca, Madrid o Toledo; pero también llevará al equipo a filmar en países como Inglaterra o Estados Unidos.

El equipo de Comuneros está formado por profesionales del sector de Castilla y León, como Pedro del Río (productor), Miguel Sánchez González (productor y jefe de sonido), Jaime Alonso de Linaje (productor), Víctor Hugo Martín Caballero (director de fotografía), Ana Moyano Cano (directora de arte), Carlos Belloso (historiador y guionista), Sandra Rilova (ilustradora), Laura García Serrano (ayudante de cámara), José Luis Medina (jefe de eléctricos) o Nerea Mugüerza (montadora).

La película acabó su tercer año de rodaje en Salamanca en febrero de 2022.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información de la ciudad.

Bases de datos.

Realización de cartas de recomendación.
Realización de diversas notas de prensa destinadas a la búsqueda de figuración.
Contactos con empresas de producción de la ciudad.
Búsqueda de localizaciones.
Búsqueda de personal.
Permiso de aparcamiento.
Permiso de circulación en zona peatonal.
Apoyo en la producción.
Logística.
Asesoramiento técnico.
Búsqueda de proveedores.
Corte de circulación.
Diversos permisos de rodaje en los siguientes puntos de la ciudad:
Plaza Mayor.
Pacios de Escuelas.
Plaza San Boal.
Fonseca.
Calle Compañía.
Plaza Anaya.
Edificio Histórico de la universidad de Salamanca.
Biblioteca General Histórica de la Universidad de Salamanca.
Ayuntamiento.
Panorámicas.

9.2 Hekatombe



Género audiovisual: Largometraje.

Productoras que realiza el largometraje: Unidad Astronómica Films en asociación con Atrusa Producciones.

Fechas de rodaje: Todo 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

Director: Juan Figueroa.

Intérprete: Ramiro Tapia

Impacto directo: 300.000 euros.

Impacto indirecto

Estreno: Por determinar.

Difusión del largometraje: Internacional.

Notas de rodaje: : la película cierra la trilogía del director que comenzó en el año 2011 con Animal Piedra, protagonizada por el escultor Severiano Grande, y continuó con Sobrenatural (2016), donde el protagonista fue el torero Andrés Vázquez.

Sinopsis: Hekatombe es una película “independiente” que no busca la interpretación de la obra de Ramiro Tapia, sino que busca experimentarla, convirtiendo al film en una obra abierta en la que se quiere transmitir al espectador un viaje múltiple y onírico.

Intervención de Salamanca film Commission

Información de la ciudad.

Documentación.

Realización de cartas de recomendación.

Contactos con empresas de producción de la ciudad.

Diversos permisos de aparcamiento.

Diversos permisos de circulación en zona peatonal.

Apoyo de Policía Local.

Búsqueda de localizaciones.

Corte de circulación en zonas de rodaje.

Búsqueda de personal.

Permisos de rodaje en los siguientes espacios de la ciudad:

Calle Compañía.

CAEM.

DA2.

Diversas calles del centro de la ciudad.

Domicilios particulares.

9.3 Si todas las puertas se cierran



Género audiovisual: Largometraje, historia, religión.

Empresa que realiza el largometraje: Stellarum Films para Ulises producciones.

Fecha de rodaje: Junio de 2022.

Director: Antonio Cuadri.

Intérpretes: Alexandra Ansidei, Ruth Gabriel, Pastora Vega, Roberto Álvarez, Carlos Iglesias, Paula Iglesias, Toyemi, Jesús Garrido, Gonzalo Trujillo, Daniela Ceñera, Eloisa Vargas, Marisa Cotolí, Jacobo Muñoz, Madele Tónzhéze, Javier Ruiz Bobillo, Montse Rangel y Ignacio Ysasi.

Sinopsis: tres mujeres, separadas aparentemente en el tiempo y en el espacio, acaban confluyendo en su proceso por encontrarse a sí mismas. Las tres tendrán que escuchar una llamada interior que les exige enfrentarse a sus miedos y ser las verdaderas protagonistas de su vida, abriendo caminos nuevos de transformación y liberación.

Impacto directo: 600.000 euros.

Impacto indirecto.

Estreno: Por determinar.

Difusión del largometraje: Internacional.

Duración del largometraje: 100 minutos.

Notas de rodaje: el rodaje comenzó en Ciudad Rodrigo donde se rodaron secuencias en diferentes palacios e iglesias de la ciudad, así como en los platós propios de la productora. La producción llegó a Salamanca el día 27 de mayo donde se utilizaron como localizaciones de rodaje el Ayuntamiento, la Plaza Mayor, la Plaza Anaya, el Huerto de Calixto y Melibea o el Convento de San Esteban.

Intervención de Salamanca Film Commission

Información de la ciudad.

Bases de datos.

Realización de cartas de recomendación.

Realización de diversas notas de prensa destinadas a la búsqueda de figuración.

Contactos con empresas de producción de la ciudad.

Búsqueda de localizaciones.

Búsqueda de personal.

Permiso de aparcamiento.
Permiso de circulación en zona peatonal.
Apoyo en la producción.
Logística.
Asesoramiento técnico.
Búsqueda de proveedores.
Corte de circulación.
Diversos permisos de rodaje en los siguientes puntos de la ciudad:
Ayuntamiento de Salamanca.
Las Úrsulas.
Calles cercanas a las Úrsulas.
Huerto de Calixto y Melibea.
Calle Libreros
Panorámicas.
Puente Romano.
Calle Compañía.
Convento de San Esteban.
Plaza Mayor.
Plaza Anaya.

10. Estadísticas

10.1 Espacios de rodaje

Plaza Mayor: 25

Catedral: 25

Convento de San Esteban: 13

Universidad, Patios de Escuelas, Biblioteca Histórica: 69

Plaza Anaya: 22

Universidad Pontificia: 20

Otros (museos, bares, restaurantes...): 199

Provincia: 113

Puente Romano: 29

Calles: 143

Total: 658

10.2 Permisos tramitados

Rodaje: 331

Aparcamiento: 360

Corte de circulación: 41
Circulación en zona peatonal: 170
Otros: 73
Total: 975

10.3 Difusión

Local-provincial: 27
Autonómica: 11
Nacional: 40
Internacional: 7
Internet: 7
Total: 92

10.4 Tipo de documento audiovisual

Documental: 12
Largometraje: 3
Cortometraje: 16
Televisión: 23
Spot: 18

Video-clip: 9

Vídeoarte: 2

Fotografía: 2

Internet: 7

Total: 92

10.5 Resumen económico

Pernoctaciones: 1.436

Puestos de trabajo temporal: 711

Figuración: 672

Ingresos directos: 1.379.700 euros.

Nota: el cálculo del beneficio económico tiene un margen de error del 5% ya que por lo general el 95% del gasto que dejan las producciones en la ciudad viene gestionado a través de Salamanca Film Commission, por lo que se conoce perfectamente el impacto económico directo de los rodajes.



08

MUSEO DEL COMERCIO Y LA INDUSTRIA

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

08 | MUSEO DEL COMERCIO Y LA INDUSTRIA

Introducción

1. Infraestructura

1.1. Climatización

1.2. Iluminación

1.3. Filtraciones de agua

2. Actividades organizadas por el Museo en 2022

2.1. Actividades museísticas

2.2. Actividades realizadas como foco cultural

3. Publicaciones

4. Didáctica

5. Exposición permanente

6. Personal trabajador del Museo

7. Cuestiones varias

Anexo. Visitantes en 2022

Introducción

Dos mil veintidós se ha caracterizado por una recuperación paulatina, que nos ha permitido retomar, a medida que transcurrían los meses, todas nuestras actividades anuales y regresar a las cifras de visitantes pre-pandemia.

Pudimos volver a organizar las actividades populares realizadas con y para el barrio, a excepción de la fiesta de la cuaresmera, que no pareció oportuno programar, al tener que celebrarse en los primeros meses del año, con el recuerdo del COVID aún presente. Volvimos a participar en las fiestas patronales del mes de junio, colaborando con la asociación PRODESI en los eventos musicales y con el tradicional cine al aire libre que reúne en la plaza aneja al Museo a tanta gente.

Además, en esta ocasión, las actividades lúdicas de junio se vieron enriquecidas con una jornada dominical dedicada a la artesanía de la provincia y que se programó como complemento de la exposición temporal titulada Cultura de moda, Artesanía del Bordado Serrano.

En efecto, en el mes de mayo se había inaugurado esta muestra, programada en el Museo a petición del Ayuntamiento de Salamanca, el cual, junto a la Diputación de Salamanca, estaba vivamente interesado en destacar la singularidad del bordado popular de la sierra de Francia. La exposición coincidió con la resolución de la Junta de Castilla y León a propósito de la declaración BIC de este bien histórico y etnográfico que perdura en distintas comarcas históricas de la provincia.

La recuperación numérica de visitantes se debe también, en gran manera, al éxito alcanzado por la exposición temporal denominada Enter (Exposconsolas 2022: la revolución de los videojuegos). Enter es la exposición temporal más visitada que ha programado el Museo desde 2008. Desde el 20 de diciembre, fecha de la inauguración, hasta el 28 de febrero de 2023, han pasado por el Museo 12.863 personas.

Por otro lado, en 2022 continuó abierta al público en Lumbrales la exposición Una línea en el paisaje, cuya idea, diseño y dirección de montaje corrió a cargo del Museo del Comercio. Esta exposición se centra en las fotografías realizada por E. Biel sobre el recorrido de la vía férrea hasta la frontera portuguesa, es la referencia expositiva del Camino de Hierro, ruta turística concebida para dinamización de la comarca de Las Arribes. La climatización se ha convertido en el principal problema del Museo puesto que las temperaturas exceden lo permitido por las normativas laborales.

1. Infraestructura

1.1. Climatización

En informes de años precedentes se comentó las elevadas temperaturas que alcanza el interior del Museo en la época estival. De hecho, los horarios de julio y agosto reflejan un intento de paliar dicho problema. A propósito de ello, se encargó, así mismo, un primer proyecto de climatización en 2017 en el que se exponen las dificultades para realizar una instalación de aire acondicionado, fundamentalmente en la zona central del edificio.

En 2022 este problema ha vuelto a hacerse evidente, provocando que el Ayuntamiento dispusiera sensores de temperatura en diversos puntos del edificio para concretar los grados que alcanza su interior durante el verano. Además, se emiten dos informes sobre el problema por parte de Quirón y del técnico en prevención de Riesgos Laborales del Ayuntamiento.

De igual forma, se solicitaron dos nuevos proyectos para climatizar el Museo. Uno a la empresa SIC ingenieros que no llegó a entregar y otro a

la empresa Elías Varas donde se propone utilizar la infraestructura de calefacción existente (suelo radiante) para bajar la temperatura en verano, enfriando el solado del edificio.

1.2. Iluminación

Durante 2022 se contrato la redacción del proyecto para la iluminación del museo, que se licitará durante el ejercicio 2023.

1.3. Filtraciones de agua

Las filtraciones de agua, desde la plaza situada sobre el edificio, fueron muy intensas durante todo el invierno, estropeando los muros prefabricados existentes en la zona de acceso a las dos exposiciones permanentes. Debido a ello se desmantelan los muros definitivamente y se reacondiciona esta zona del Museo. Entre el mobiliario ahora dispuesto figura un plano del Museo, con el recorrido de las dos exposiciones permanentes, fabricado en cristal.



2. Actividades organizadas por el Museo en 2022

2.1. Actividades museísticas

2.1.1. Exposiciones temporales

1. Mercasalamanca. Cincuenta años de crecimiento comercial



Fechas: del 16 de enero al 31 de marzo

Número de visitantes: 3.789 visitas

Comisariada por Esther García Camazano

La exposición temporal se inauguró con la presencia del alcalde de Salamanca, el Concejal de Turismo, el presidente de Zaldesa y la gerente de Mercasalamanca, junto a algunos miembros del consejo asesor de la empresa.

La muestra repasa la historia de Mercasalamanca desde 1971, fecha en la que se produjo su inauguración oficial, hasta el momento presente.

En dicha secuencia histórica se habla también del Mercado Central de Abastos como precedente inmediato, y se concluye exponiendo las líneas de actuación de cara al futuro, siendo su objetivo actual convertirse en el gran Centro Logístico de Frío a escala regional y una referencia para el resto de España.

2. Fábricas. Exposición fotográfica (XI Concurso fotográfico Museo del Comercio



Fechas: del 15 de abril al 12 de mayo

Número de visitantes: 886 personas

Comisariada por el Museo del Comercio

La exposición fue inaugurada por el concejal de Turismo, Fernando Castaño, y tuvo que adelantar su cierre al público tres días por motivos de agenda.

La exposición recogía una selección de las fotografías que habían participado en el XI concurso de fotografía del Museo del Comercio, que tuvo por tema: Fábricas. Este lenco constaba de 58 obras elegidas teniendo en cuenta dos factores: el criterio del jurado encargado de fallar los premios y, en segundo lugar, el deseo de que cada uno de los participantes viera reconocido su trabajo, teniendo en la exposición, al menos, una de sus obras.

Con la intención de renovar el concurso e incentivar la visualización de las obras que se presentaron, además de exponerlas en las salas del Museo, se mostraron también al público de forma digital. De esta manera, y hasta el 15 de mayo, pudo verse dicha selección a través de la web, facebook, twitter e instagram. La modalidad expositiva en red, llegó a contabilizar en esta edición, más de 1500 votos positivos.

3. Cultura de moda, Artesanía del Bordado Serrano



Fechas: del 18 de mayo al 3 de julio

Número de visitantes: 4.884 personas

Comisariado de la exposición: ADRISS (Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Sierras de Salamanca)

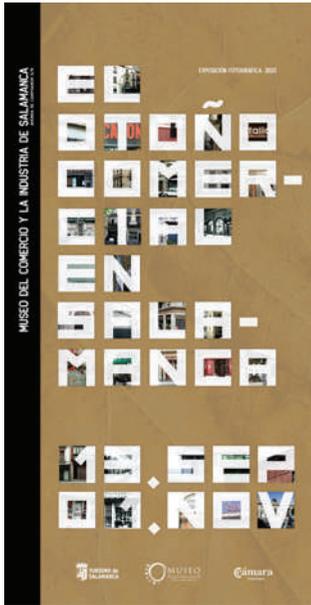
Actividades complementarias: talleres, conferencias y día de la artesanía

La exposición se inauguró el 18 de mayo, Día Internacional de los Museos, con la presencia de Ana Suárez, Primera Teniente de alcalde del Ayuntamiento de Salamanca; Fernando Castaño, concejal de Turismo; Manuel Arias Rodríguez, presidente de ADRISS (Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Sierras de Salamanca); y los diputados de Cultura, David Mingo y de Turismo, Francisco Javier G. Hidalgo.

La exposición reunía trabajos de 15 artesanos salmantinos que utilizan los motivos del bordado popular conservado en la Sierra de Francia para sus creaciones. Barro, madera, metal, cristal o plástico son los soportes en los que cada artesano ha incorporado dichos motivos con la intención de crear una imagen identitaria para los productos de aquella zona.

Asociados a la exposición se programaron, con una periodicidad semanal, varios talleres y conferencias relacionados con el tema del bordado popular. Además se organizó un día de venta de productos artesanales en la plaza aneja al Museo que, al coincidir con el calendario de actividades de las fiestas patronales del barrio, resultó muy lucido.

4. El otoño comercial en Salamanca



Fechas: del 13 de septiembre al 1 de noviembre

Número de visitantes: 1538 personas

Comisariada por el Director del Museo del Comercio.

El otoño comercial en Salamanca fue una exposición fotográfica. Las imágenes expuestas llamaban la atención sobre el cambio que se ha producido en las formas comerciales en los últimos años. La llegada del comercio electrónico ha causado la desaparición de la tienda física y, como consecuencia de ello, el cierre de locales forma parte del proceso de despoblamiento de los centros históricos de las ciudades.

5. La Armuña, tierra binada

Fechas: del 21 al 4 de diciembre

Número de visitantes: 499 personas

Comisariada por el Museo del Comercio

El Museo del Comercio se sumó, un año más, a las actividades programadas desde la OMIC en torno a La Semana de la legumbre. Por eso, en sus salas de exposiciones temporales se volvieron a exhibir las fotografías de Ángel Centeno, bajo el título de La Armuña, tierra binada. En ellas, el fotógrafo mirobrigense recogía imágenes de las labores agrícolas que giran en torno a la producción de la lenteja. Fue un reportaje gráfico realizado a iniciativa del Museo del Comercio.



6. Enter (Expoconsolas 2022: la r-revolución de los videojuegos)



Fechas: del 20 de diciembre de 2022 al 26 de marzo de 2023

Número de visitantes: (hasta 31 de diciembre): 2224 visitas

Comisariada por Juan Carlos González

Actividades complementarias: competición de videojuegos.

La exposición fue inaugurada por el concejal de Turismo, Fernando Castaño y ha contado, con diversas competiciones de habilidad y dominio de videojuegos, así como con actividades complementarias. En las fechas en que se redacta esta memoria sigue aún abierta al público, al haberse prorrogado la muestra hasta el 26 de marzo de 2023.

Enter es una exposición temporal sobre la industria del videojuego y de las videoconsolas. Los objetos que se muestran en las salas forman parte de la colección privada de Juan Carlos González, quien la ha cedido altruistamente al Museo del Comercio y la Industria de Salamanca para su pública exhibición.

2.1.2. XI Concurso de Fotografía

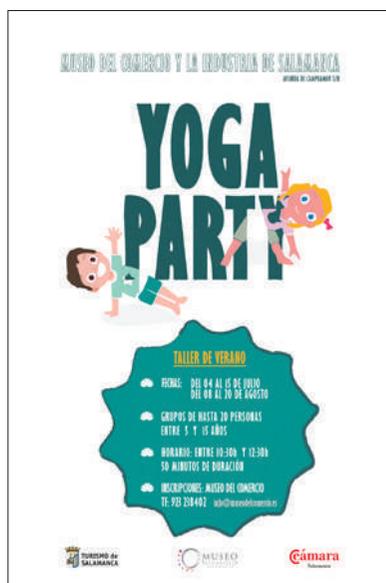


El concurso fotográfico que convoca anualmente el Museo del Comercio y la Industria de Salamanca, tuvo por tema, en esta onceava edición, Fábricas.

A este onceavo certamen concurren 35 fotógrafos y un total de 138 obras. En ellas estaban representadas, entre otras, fábricas de Salamanca capital, Ciudad Rodrigo, Béjar, Babilafuente, Horcajo Medianero, Tamames, Candelario o Villar de Gallimazo. Y, por lo que se refiere al elenco extra-provincial, llegaron imágenes de varias regiones españolas como Galicia, Extremadura, Asturias o Navarra.

Un jurado compuesto por María Jesús Díez, Vicente Sierra Puparelli, Francisco Javier García Gómez, Enrique Cantabrana, Oscar García Sampedro y Miguel García-Figuerola se reunió el día 25 marzo, otorgando el primer premio a la fotografía titulada "La carga", de Ángel Centeno Cabezas

2.1.3. Talleres de verano



Yoga Party (Talleres diseñados para niños y jóvenes entre 5-15 años)

Fechas: del 4 al 15 de julio y del 8 al 20 de agosto

Monitora: María de la O Lozano Huertas

Número de participantes: ca. 400 personas

Este taller se planteó para que los chicos y chicas conocieran las particularidades del yoga de una forma amena y divertida a través de juegos y ejercicios. Se enseñaron varios tipos de dinámica yogui. Se contaron cuentos yogui y se crearon coreografías y secuencias de yoga.

2.1.4. Otras actividades

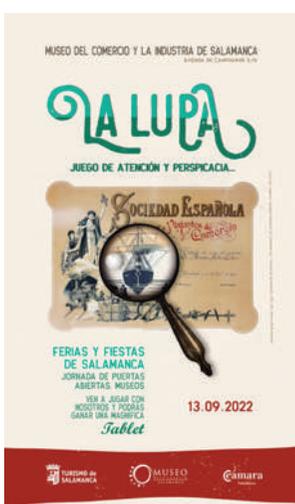
1. 18 de mayo: Día Internacional de los Museos



Número de visitantes: 225 personas

El Día Internacional de los Museos es una fecha en la que los Museos se visualizan para que la sociedad reflexione sobre su significado cultural. Este año coincidió la celebración de este evento con la inauguración de la exposición temporal titulada Cultura de moda, Artesanía del Bordado Serrano.

2. Día de puertas abiertas. 13 de septiembre



Número de visitantes: 257 personas

Ese día se activó La lupa un juego ideado y diseñado por el Museo en 2021 y que decidimos activar de nuevo, dado el éxito que obtuvo entonces. El juego consiste en localizar algunas imágenes de un tema concreto en el interior del Museo del Comercio.

3. Colaboración en el X Concurso a la mejor Hamburguesa de Castilla y León



Fechas: 21 de octubre

El Museo del Comercio acogió el X Concurso para determinar la mejor Hamburguesa de Castilla y León que ganó la carnicería soriana de José Manuel Riosalido. El concurso es organizado anualmente por la Federación Regional de Carniceros, en colaboración con CEDECARNE y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

AL evento asistió del Concejal de Promoción Económica Juan José Sánchez Alonso.

4. Participación en la VI Semana de la legumbre

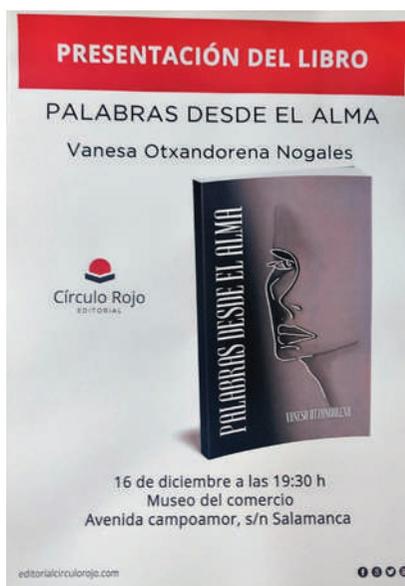


Fechas: del 21 al 27 de noviembre

El Museo del Comercio colabora desde hace varios años en la programación de la Semana de la Legumbre que se organiza desde de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC).

En este contexto el Museo del Comercio acogió dos intervenciones del comunicador y gastrónomo David Monaguillo y fue el punto de destino de los paseos saludables que se programaron a lo largo de la semana para contemplar la exposición fotográfica 'La Armuña, tierra binada', del fotógrafo Ángel Centeno.

5. Presentación del libro de poesía de Vanesa Otxandorena



Fecha: 27 de noviembre

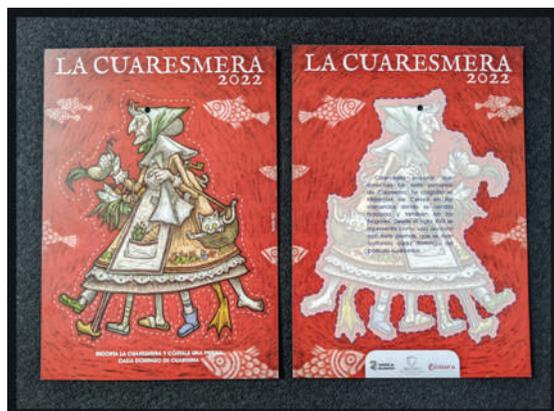
El libro, titulado Palabras desde el alma, fue presentado por el director del Museo del Comercio. El acto contó con la presencia del concejal de Turismo, Fernando Castaño.

2.2. Actividades realizadas como foco cultural

2.2.1. Celebración de las Águedas

El 5 de febrero colaboramos con la asociación vecinal PRODESI (Prosperidad y Delicias) en la organización de la celebración de Las Águedas, que se viene realizando año tras año en la plaza aneja al Museo del Comercio.

2.2.2. Comienza la Cuaresma. Fiesta popular



En 2022 tampoco pudo organizarse la fiesta que, con la Cuaresma como protagonista, se venía programando con PRODESI, antes de la pandemia de COVID. Se imprimió, no obstante, La Cuaresma, calendario cuaresmal que el Museo viene regalando a sus visitantes desde 2017. El dibujo de este año se debió al artista Tomás Hijo (Salamanca, 1974), quien interpretó el personaje de forma divertida, dando muestras de su calidad y de su ingenio.

2.2.3. Colaboración con Entretango



Fecha: 11 de junio

El Museo del Comercio colaboró con la asociación cultural Entretangosalamanca, fundada con el fin de difundir el tango argentino en cualquiera de sus aspectos (baile, canto, música, poesía, etc), en la organización de una milonga en la plaza del Museo para celebrar el final del curso 2021-22. La milonga, muy concurrida, se desarrolló entre las 20 y las 22 horas.

2.2.4. Fiestas del barrio



Fechas: del 13 al 26 de junio

Colaboró con la tradicional sesión de cine al aire libre. En esta ocasión se programó la película titulada *A todo tren, destino Asturias*, que contó como ya es habitual, con mucho público.

Además, el día 26 se insertó, dentro de la programación festiva, una jornada en torno a la artesanía de las sierras salmantinas, que fue amenizada por el grupo musical Entavía. Esta jornada sirvió como colofón de la exposición temporal titulada *Cultura de moda, Artesanía del Bordado Serrano*.

2.2.5. Break-dance en la plaza del Museo del Comercio

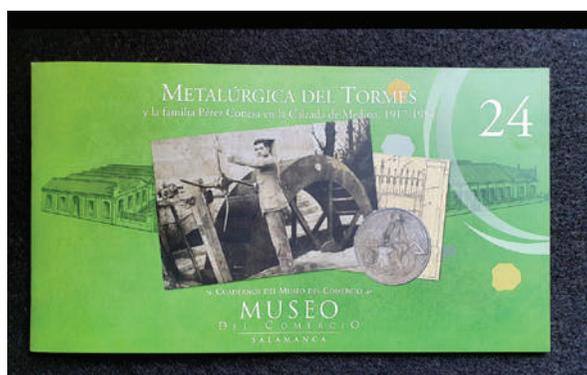


Fecha: 30 de septiembre

El Museo del Comercio colaboró con el Centro de danza y fitness Breakology en la organización de su campeonato anual de break dance, que se celebró en la plaza del Museo del Comercio el 30 de septiembre.

3. Publicaciones

1. nº 24 de los Cuadernos de Historia del Comercio y la Industria de Salamanca



Metalúrgica del Tormes y la familia Pérez Conesa en la Calzada de Medina, 1917-1954

En septiembre se publicó el número 24 de los Cuadernos de Historia del Comercio y la Industria de Salamanca. Se editó con la correspondiente caja para guardar los seis últimos números publicados. Está dedicado a la Metalúrgica del Tormes en su primera etapa, hasta los años cincuenta.

Aunque estaba previsto publicar en 2022 las actas de las jornadas celebradas el año anterior sobre la actualidad museística organizado por el Museo del Comercio y el Master en Evaluación y Gestión del Patrimonio Cultural (USAL), no ha sido posible por el retraso en la entrega de originales de algunos de los conferenciantes. Así pues, su edición está prevista para 2023.

4. Didáctica

Se ha atendido, puntualmente, las visitas escolares programadas desde Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes, correspondientes al curso 2021-2022, excepción hecha de la ofertada por Santiago Juanes y la cadena Ser que no ha podido impartirse por problemas de salud del citado periodista.

Hay que destacar, en este apartado, el aumento de la demanda didáctica por parte de las academias de idiomas, cuyo número empieza a ser importante en el cómputo de visitas que realiza el Museo.



Continúa la labor de inventario de las piezas donadas y depositadas en el almacén. Aunque es una labor prácticamente finalizada, el trabajo se centra, en la actualidad, en aquellas piezas sin atribución que forman parte de los fondos e ingresaron por mediación de la Cámara de Comercio, en los primeros momentos del Museo.

A lo largo de 2022 han seguido ingresando piezas. Destacamos aquí una donación excepcional, un mueble radio montado en Salamanca, en torno a 1930, por el comercio Gordo (Centenera) y Viriato (Gorvi) que ha sido incorporado a la exposición permanente sobre Los sonidos del ayer.

5. Exposición permanente

Con la intención de incorporar novedades y nuevos discursos en el Museo, seguimos reorganizando espacios de la exposición permanente dedicada a la Historia del Comercio y la Industria de Salamanca. En marzo se colocaron paneles textuales y gráficos, así como una vitrina alusivos a la historia de la banca en la provincia.



El esfuerzo más importante, a este respecto, se ha realizado en la sala de industria. Aquí, se han reorganizado los contenidos en orden a unos objetivos muy claros: agrupar los objetos de los diversos sectores industriales que aparecen representados en dicha sala y homogeneizarlos expositivamente. Además, se ha tenido en cuenta al realizar la obra, nuestro interés por ampliar la sala incorporando la superficie que, en la actualidad, ocupa el segundo almacén del Museo.

6. Personal trabajador del Museo del Comercio

La empresa adjudicataria del contrato de atención en el Museo del Comercio, la Asociación Belerofonte, solicitó la prórroga de dicho contrato el 1 de junio de 2022, aprobada por el consejo de administración de 27.06.2023.

Se informa también en esta memoria que la Asociación Belerofonte tuvo que cubrir la baja por enfermedad de una de las auxiliares del Museo durante dos meses: del 16 de octubre al 22 de diciembre.

En febrero el Museo contó entre su personal con una becaria del Grado de Humanidades, Mar Viciano Pérez, a la que se insertó en las actividades didácticas desarrolladas por el Museo y, además, se le encargó continuar con el proyecto de investigación sobre comercios antiguos de Salamanca que iniciamos en 2015.

Terminó las prácticas el 6 de mayo, después de haber cumplido 120 horas en el Museo.

Con ella se ha concluido el vaciado de datos de la prensa histórica salmantina hasta el año 1916. Por otro lado, se ha realizado un primer borrador de digitalización de la información obtenida en estos años para su incorporación a la web del Museo.

7. Cuestiones varias

De manera excepcional, se publicita el Museo en un número especial dedicado a la Semana Santa del periódico Salamanca Al día. También se publicita, de manera excepcional, a través de Facebook, la exposición temporal Enter (Expoconsolas 2022: la r-evolución de los videojuegos).

Anexo. Visitantes en 2022

- ENERO: 799 Visitantes
- FEBRERO: 1.325 Visitantes
- MARZO: 1.865 Visitantes
- ABRIL: 964 Visitantes
- MAYO: 1.215 Visitantes
- JUNIO: 4.086 Visitantes
- JULIO: 606 Visitantes
- AGOSTO: 530 Visitantes
- SEPTIEMBRE: 1.011 Visitantes
- OCTUBRE: 668 Visitantes
- NOVIEMBRE: 842 Visitantes
- DICIEMBRE: 2.639 Visitantes

TOTAL: 16.550 VISITANTES



09

SALAMANCA CONVENTION BUREAU

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

09 | SALAMANCA CONVENTION BUREAU

1. Objetivos y líneas de actuación

2. Promoción

2.1 Promoción nacional e internacional

2.1.1 Participación en ferias, jornadas comerciales y presentaciones

2.1.2 Colaboración en eventos organizados por Alumni

2.2 Promoción local

2.2.1 Acción networking “Desayunos de trabajo”

2.3 Material promocional y Comunicación

3. Comercialización

3.1 Servicios ofrecidos a los organizadores de congresos

3.2 Visitas comerciales y de inspección

3.3 Candidaturas de congresos

3.4 Convenios de colaboración

3.5 Prospección comercial

4. Salamanca Convention Bureau y el sector empresarial turístico

4.1 Servicios ofrecidos al sector empresarial turístico

4.2 Convenio con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca

5. Colaboración con otras entidades

5.1 Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León

5.2 Spain Convention Bureau

6. Programa Embajadores Salamanca Convention Bureau

7. Actividades formativas.

7.1 Actividades impartidas

7.2 Actividades recibidas

8. Estadísticas turismo congresual Salamanca 2022

1. Objetivos y líneas de actuación

El turismo MICE es uno de los segmentos turísticos que más contribuye a paliar la estacionalidad de la actividad turística en los destinos. Por ello los principales objetivos de Salamanca Convention Bureau son la promoción de Salamanca como destino idóneo para la celebración de todo tipo de eventos (congresos, reuniones e incentivos) y la captación activa de dichos eventos.

Además de dicha labor principal, también se trabaja muy activamente en la consecución de los siguientes objetivos:

- Garantizar el perfecto desarrollo de cualquier acto en la ciudad.
- Fomentar la colaboración público-privada.
- Posicionar Salamanca como destino de calidad y de sostenibilidad en materia de eventos.
- Generar negocio para las empresas del sector.
- Apoyar al organizador de eventos.
- Promocionar los recursos culturales, naturales y gastronómicos como complemento a la oferta de ocio de cualquier congreso o evento en nuestra ciudad.

Líneas de actuación

- Promoción nacional e internacional del destino de Salamanca como ciudad de eventos.
- Colaboración en las actividades promocionales organizadas por entidades como el Spain Convention Bureau y Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

- Fomento de la oferta de calidad de la industria de reuniones de Salamanca.
- Comercialización del destino y de los servicios para captar reuniones, congresos e incentivos.
- Presentación de candidaturas para la captación de eventos.
- Difusión de la marca Salamanca a través del Programa Embajadores Salamanca Convention Bureau.

2. Promoción

2.1 Promoción nacional e internacional

En aras de cumplir el principal objetivo que tiene Salamanca Convention Bureau, posicionar Salamanca como destino ideal de reuniones y eventos, a lo largo del año 2022 se ha seguido desarrollando una intensa labor de promoción.

Para el desarrollo de dichas acciones, se ha colaborado con Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León, el Spain Convention Bureau o bien se ha asistido a acciones por iniciativa propia.

Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León:

A través de Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León se ha participado en diferentes acciones promocionales bajo la marca MICE Castilla y León.

- Workshop en Burgos con mercado asociativo (11 de marzo de 2022).
- 2 presentaciones MICE Castilla y León en Madrid, por la mañana al mercado asociativo y por la tarde al mercado corporativo (31 de marzo de 2022).
- Famtrip Salamanca-Avila con la marca MICE Castilla y León (17-19 junio de 2022).
- Presentación MICE Castilla y León y workshop en Lisboa a agencias organizadoras de eventos (6 de octubre de 2022).
- Workshop en León (4 de noviembre de 2022).
- Presentación MICE Castilla y León en Barcelona con mercado asociativo de Barcelona (30 de noviembre de 2022).
- Feria IBTM 2022 en Barcelona (29-30 de noviembre de 2022).

Spain Convention Bureau:

- Jornada corporativa nacional en Santiago de Compostela (21-23 de octubre de 2022).

Iniciativa propia:

- Intur B2B (Valladolid, 17 de noviembre de 2022).

2.1.1 Participación en ferias, jornadas comerciales y presentaciones

Ferias

Feria IMEX (31 de mayo al 2 de junio de 2022).

Estuvimos representados por un técnico de la marca MICE Castilla y León, el cual atendió durante todos los días de la feria una agenda de

citas programadas.

Feria INTUR Negocios B2B (17 de noviembre de 2022).

Se asistió al B2B de Intur Negocios donde se pudo tener reuniones con agencias organizadoras de eventos de España y Portugal a lo largo de toda la jornada de trabajo.



Feria IBTM World, Barcelona (29 noviembre- 1 de diciembre de 2022).

IBTM World, es una de las ferias especializadas en turismo MICE más importante a nivel internacional. Se participó dentro del stand de Turespaña, bajo el paraguas de la marca MICE Castilla y León de la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León. Se contó con una agenda individual para Salamanca de 15 citas con empresas de corporativo nacionales e internacionales, así como agencias organizadoras de eventos.

Jornadas Comerciales

Jornada Profesional MICE Castilla y León, Burgos (11 de marzo de 2022).

Esta acción estuvo organizada por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León y consistió en un famtrip Burgos-Soria donde asistimos a una jornada profesional en Burgos en la que tuvimos la oportunidad de compartir con diferentes 12 empresas asistentes un almuerzo y posteriormente un workshop en el Restaurante Cobo Tradición. Allí se les explicó la oferta congresual de la ciudad.



Jornadas Profesionales MICE Castilla y León, Madrid (31 de marzo de 2022).

A lo largo del día se realizaron dos jornadas profesionales en el Hotel Four Seasons de Madrid organizadas por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Por la mañana tuvo lugar una jornada profesional con mercado asociativo que consistió en una breve presentación de las 9 provincias de la comunidad por uno de los técnicos de la marca MICE Castilla y León y posteriormente un almuerzo de trabajo, seguido de un workshop.

Por la tarde, se realizó otra jornada profesional con agencias organizadoras de eventos que consistió en un workshop seguido de un cocktail

donde se tuvo la oportunidad de promocionar la oferta congresual de la ciudad. Hubo un total de 28 empresas y agencias organizadoras de eventos entre las dos convocatorias.



Jornada Profesional MICE Castilla y León, Lisboa (6 de octubre de 2022).

Evento organizado por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León con el fin de impulsar la promoción y comercialización del turismo de reuniones como producto turístico especializado y diferenciado en Castilla y León.

El público objetivo al que se dirigía la acción era el de agencias organizadoras de eventos de Lisboa. El lugar que se eligió para el evento fue el Espacio Eleven.

Con el fin de realizar algo diferente y original la jornada consistió en un pequeño workshop en el que los asistentes tenían que hacer preguntas curiosas con el fin de ir conociendo más nuestros destinos. Seguidamente, se realizó una cata de los vinos de nuestra comunidad con una degustación de productos gastronómicos y para finalizar, una comida donde se pudo entablar una relación más cercana con cada uno de ellos.

Al acto asistieron 24 agencias organizadoras de eventos y a todas se entregó el pendrive con información de la ciudad, su plano y el folleto promocional de Salamanca para eventos.



Jornada comercial Mercado corporativo en Santiago de Compostela (21-23 de octubre de 2022)

Jornada promocional en la que se combinaba workshop con actividades de teambuilding al aire libre con los asistentes invitados a la jornada lo que favorecía el “engagement” (lazos de unión) con el resto de empresas asistentes. A lo largo de los dos días de trabajo se realizaron dos jornadas de workshop (sede: Hotel Monumento San Francisco) donde se pudo explicar a las empresas invitadas la oferta congresual de la ciudad. Para favorecer los lazos de unión entre los distintos destinos y las empresas, se realizó un taller Magosto, un taller gastronómico en el Mercado de Abastos donde tuvimos que cocinar empanada gallega y torta de Santiago en grupos formados por dos empresas y dos destinos, una Gymkana “Secretos de las Piedras de Compostela” y para finalizar la jornada comercial, un trayecto del Camino de Santiago (portugués).



Jornada Profesional MICE Castilla y León, León (4 de noviembre de 2022).

Esta acción estuvo organizada por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León y consistió en un famtrip León – Valladolid - Segovia .Asistimos a un workshop en León en el Museo Casa Botines Gaudí donde tuvimos la oportunidad de compartir con ellos un coffee-break y posteriormente un workshop donde se les pudo explicar por qué Salamanca es el destino idóneo para la celebración de sus eventos. Asistieron 10 empresas organizadoras de eventos.



Jornada Profesional MICE Castilla y León, Barcelona (30 de noviembre de 2022).

Jornada organizada por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. El técnico de la marca MICE Castilla y León realizó una presentación de cada uno de los destinos de la comunidad y posteriormente compartimos una comida de trabajo con 20 empresas que cuentan con departamento propio de congresos y agencias organizadoras de eventos de España a las que se les pudo contar con más detalle las posibilidades de Salamanca a la hora de organizar eventos. La especialización de cada una de las empresas era muy variada: empresas farmacéuticas, de automoción o software entre otras.

Jornada Profesional MICE Castilla y León y Famtrip Salamanca-Ávila, Salamanca (17 de junio de 2022).

La acción consistió en un famtrip Salamanca-Ávila organizado por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, bajo la marca MICE CyL al que asistieron 7 empresas (sector tecnológico y automoción entre otros) que cuentan con departamento de congresos para sus eventos. En colaboración con la Junta de Castilla y León se elaboró un programa muy atractivo para mostrar la oferta de calidad que tiene la ciudad de Salamanca a nivel congresual y turístico o de ocio.

Las acciones que se incluyeron en el programa fueron: comida en el Palacio de Congresos de Salamanca y posterior workshop para que el resto de convention bureau de la comunidad tuvieran la oportunidad de entablar relación con las empresas. Por la tarde, tras el workshop realizaron una visita a la ciudad a lo largo de la cual se les iban mostrando sedes congresuales de la ciudad, hoteles, así como toda la riqueza arquitectónica y de ocio de la ciudad. Después de la visita pudieron realizar una experiencia gastronómica seguida de una visita nocturna a Ieronimus. Al día siguiente para acabar su visita a la ciudad tuvieron la oportunidad de realizar una actividad al aire libre en una finca ganadera.



Evento de Networking Empresarial “Premios Alumni Cum Laude” en Madrid (4 de octubre de 2022).

Salamanca Convention Bureau participó en el evento de networking organizado por Alumni en la sede de Fundación Mapfre en Madrid. El evento consistió en la entrega de “Premios Alumni Cum Laude a directivos y empresarios” y una charla de actualidad empresarial. Para terminar el acto, ofrecieron un coctel networking donde se pudo entablar relaciones con empresas de Salamanca y Madrid.



2.1.2 Colaboración en eventos organizados por Alumni

Con el fin de seguir en la consecución de uno de los objetivos de Salamanca Convention Bureau, captar eventos para la ciudad y movilizar la economía en Salamanca a través del turismo congresual y de eventos, a lo largo del año 2022 se ha continuado con la colaboración de Salamanca Convention Bureau en los eventos que Alumni-Universidad de Salamanca organiza bajo la marca Salamanca Finde.

Los aniversarios de antiguos alumnos son jornadas de reencuentro entre antiguos compañeros de promoción organizadas por Alumni Universidad de Salamanca en colaboración con Turismo de Salamanca que se celebran principalmente durante el fin de semana. Durante el año 2022, la marca Salamanca Finde (Aniversarios Alumni) ha reunido cientos de antiguos alumnos en la ciudad. Estos eventos han estado segmentados, principalmente, en 3 fechas a lo largo del año además de promociones que a pesar de no celebrar su aniversario han querido reencontrarse de nuevo.

- 21 de mayo: 30^a Aniversario de la Facultad de Ciencias Sociales. 157 personas.

- 3 y 4 junio: Encuentro de las promociones que finalizaron sus estudios entre los años 1960 y 1980 de las carreras en Biología, Ciencias Químicas, Filología Clásica, Filología Moderna, Filología Románica, Geografía e Historia y Medicina.

- El fin de semana del 15 de octubre tuvo lugar el aniversario de las promociones que finalizaron sus estudios entre 1990 y 2000 en el que participaron 793 asistentes de más de 33 titulaciones diferentes.

- El 26 de noviembre, se reunieron los egresados más jóvenes que finalizaron los estudios entre 2007 y 2021. En el evento participaron 768 asistentes de más de 28 titulaciones distintas.

Adicionalmente, durante todo el año se han organizado encuentros específicos de promociones que, a pesar de no cumplir su aniversario, han querido juntarse de nuevo en Salamanca. En total han participado más de 600 antiguos alumnos.

Todos los asistentes tuvieron la oportunidad de realizar visitas culturales a los diferentes espacios de la Universidad y de la Ciudad de Salamanca, entre los que se encuentran visitas a la Biblioteca General Histórica, Casa Museo Unamuno, Cerro de San Vicente, Ieronimus o Pozo de Nieve.

En la organización de dichos eventos, Salamanca Convention Bureau ha participado activamente ayudándoles en el asesoramiento sobre visitas guiadas, turísticas, espacios para la celebración de los eventos...

Además, Salamanca Convention Bureau ha participado en algunos actos organizados por Alumni como el evento Networking en la Fundación Mapfre de Madrid y El programa especial "Quod Natura 50" en Camelot.



2.2 Promoción local

La promoción local es otra de las vías de promoción que desarrolla este departamento de congresos para seguir captando prescriptores locales gracias a que nuestra ciudad cuenta con la Universidad de Salamanca, centros de investigación y con dos Hospitales, que organizan un gran número de eventos a lo largo del año.

2.2.1 Acción networking “Desayunos de trabajo”:

Este año se han seguido desarrollando junto con el Palacio de Congresos de Salamanca los desayunos de trabajo con prescriptores locales con el fin de poder captar futuros eventos para la ciudad.

Se ha realizado el VIII Desayuno de trabajo con Arsenio Dacosta (Vicedecano de Docencia y Calidad de la Facultad de Ciencias Sociales). Salamanca Convention Bureau ha continuado con sus visitas a prescriptores locales, ya que por la labor que desempeñaban no podían abandonar sus puestos de trabajo como por ejemplo la visita al IBSAL u Hospital Clínico Universitario entre otros.

2.3 Material promocional y Comunicación

Salamanca Convention Bureau ha elaborado un folleto digital nuevo “Salamanca Convention Bureau” que sirve de ayuda al organizador de congresos con el fin de ofrecer una oferta congresual de calidad. Además se ha complementado con un plano digital de ubicación de las principales sedes congresuales de la ciudad. Dicho material se encuentra en versión español e inglés.



Con el fin de poder distribuir dicho material en reuniones y workshops, se ha elaborado también un pen-drive con el logo de Salamanca Convention Bureau.



Todo el material nuevo, solo se ha elaborado en formato digital con el fin de seguir cumpliendo el objetivo de sostenibilidad.

Además la página web www.salamancaconventionbureau.com se encuentra totalmente activa, y en ella se va actualizando toda la información relativa a eventos en la ciudad, nuevas empresas locales, noticias sobre eventos...

Con el fin de ofrecer una mejor información sobre la ciudad, se ha elaborado un dossier de destino adicional como complemento a la presentación de power point, que ofrece información más ampliada y detallada para las candidaturas de los congresos.



Actualmente se está trabajando en la elaboración de una nueva candidatura de destino, más moderna, fresca y actualizada a las exigencias de los prescriptores locales con el fin de ofrecer una imagen nueva de Salamanca, como destino para eventos.

Como complemento a todo este material promocional el departamento de congresos cuenta con un video “Salamanca, Ciudad de Eventos” disponible en el apartado multimedia de la web <https://www.salamancaconventionbureau.com/area-multimedia>.

Con el fin de dar a conocer las acciones a las que asiste Salamanca Convention Bureau se ha colaborado con el departamento de Comunicación, en la publicación de noticias diferentes medios de comunicación.



3. Comercialización

Las labores de comercialización del destino se han seguido desarrollando muy activamente a través de diversas acciones: servicios ofrecidos a los organizadores, visitas comerciales y de inspección, presentación de candidaturas de congresos y otro tipo de colaboraciones.

3.1 Servicios ofrecidos a los organizadores de congresos y encuesta de satisfacción de los servicios que presta Salamanca Convention Bureau.

Entre los servicios que ofrecemos a los organizadores de congresos, podemos destacar: asesoramiento detallado sobre las diferentes sedes de la ciudad para acoger un evento, contacto con empresas locales vinculadas a la industria turística de Salamanca, asesoramiento en programas de ocio y culturales para delegados y acompañantes...

Este año dicho servicio se ha visto complementado de manera muy positiva con la elaboración del folleto promocional y plano de ubicación de sedes congresuales que les ha permitido tener una información más completa y precisa sobre la oferta congresual de la ciudad.

Además con el objetivo de conocer de manera más concisa la forma de actuar del organizador de congresos se les ha pasado una encuesta que nos permite obtener datos sobre la forma de organizar el evento y así poder conocer la tendencia de los eventos para los próximos años sobre sostenibilidad, servicios empleados en la ciudad.....

Resumen encuesta satisfacción de los servicios que presta Salamanca Convention Bureau:

Con el fin de seguir mejorando el servicio ofrecido al organizador de eventos, se ha continuado analizando el grado de satisfacción del cliente con Salamanca Convention Bureau mediante la distribución de encuestas de satisfacción a los organizadores de eventos a los que

ha proporcionado apoyo.

El análisis de esas encuestas (22) nos arroja una satisfacción global con los servicios de Salamanca Convention Bureau de 4,95 sobre 5. En el gráfico siguiente vemos el resto de los ítems.

Este año se han atendido 36 peticiones de asesoramiento de eventos a los que se les ha informado sobre sedes congresuales de la ciudad para albergar eventos, restaurantes, contactos empresas locales... (ver anexo 1 listado de eventos).

En colaboración con el Departamento de Promoción y la Oficina de Turismo, Salamanca Convention Bureau ha atendido 24 peticiones de material promocional y se han tramitado las solicitudes de descuentos de RENFE para los congresos.

3.2 Visitas comerciales y de inspección

Con el fin de seguir dando visibilidad a los servicios que presta Salamanca Convention Bureau a los organizadores de eventos se han realizado visitas comerciales a prescriptores locales del Hospital Clínico Universitario, las dos Universidades de Salamanca y Centros de Investigación (IBSAL) con el fin de seguir manteniendo buenas sinergias de colaboración para la captación de eventos.

Siguiendo con el objetivo de garantizar el perfecto desarrollo de cualquier acto en la ciudad, el departamento de congresos realiza visitas de inspección a los organizadores de congresos, acompañándolos en sus visitas a la ciudad y mostrándoles la oferta congresual de sedes, hoteles, espacios turísticos...

Dentro de las visitas de inspección que ha estado realizando Salamanca Convention Bureau a lo largo del 2022 hay que destacar las

realizadas a los eventos realizados por la Universidad de Nuevo León (México) y la Fundación Alicia Alonso.

“Desde El Norte de México: arte, cultura y ciencia de la UANL en Salamanca”

Del 4 al 7 de mayo, se celebraron en nuestra ciudad una serie de actos académicos, presentaciones literarias, danza, cine, música y gastronomía organizados por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Desde Salamanca Convention Bureau se colaboró desde el principio con este evento en las visitas de inspección, búsqueda de sedes, proveedores...La semana cultural estuvo marcada por numerosos actos en los que se colaboró en la solicitud de los permisos de uso de vía pública a policía local, coordinación de cada uno de los actos que se realizaron en la vía pública como los pasacalles de mariachis o los conciertos (Grupo Pico de Gallo de la UANL) en el Patio Chico, además de la colaboración con el departamento de Gastronomía de Turismo para la elaboración de muestras gastronómicas en el Mercado Central de Salamanca.



Eventos de la Fundación Cátedra Alicia Alonso.

A lo largo del 2022 la Fundación Alicia Alonso ha venido a Salamanca en numerosas ocasiones con el fin de traer varias actuaciones culturales. Se les ha acompañado en las visitas de inspección a sedes con el fin de poder ubicar las distintas actuaciones así como el congreso celebrado en noviembre.

Además del asesoramiento en la elección de las sedes, se les ha organizado todo lo relativo a alojamientos, manutención, traslados de los distintos grupos de danza y teatro, traslado de todo el material necesario para la celebración de las distintas actuaciones y además, la elaboración y diseño de los programas de mano y carteles.

En 2022 han realizado los siguientes eventos:

- "Karmenes": Palacio de Congresos, 23 y 24 de marzo de 2022.
- "Los Bosques de Nyx" (Día Mundial del Teatro). Colegio Arzobispo Fonseca, 27 de marzo de 2022.
- "Día Mundial de la Danza": Teatro Unicaja Banco, 29 de abril de 2022.
- "Elysium": Palacio de Congresos, 2 y 3 de junio de 2022.
- "Soñando el Circo": Teatro Liceo, 9 de junio de 2022.
- "Gala 30º Aniversario Fundación Alicia Alonso": Teatro Liceo, 16 y 17 de junio de 2022.
- "La Danza en el Palacio": Palacio de Congresos, 23 y 24 de junio de 2022.
- "II Congreso Mundial de Investigación en las Artes Escénicas": Palacio de Congresos, 10 y 11 de noviembre de 2022. 400 pax.



3.3 Candidaturas de congresos

Con el objetivo de seguir captando eventos para la ciudad, este año se ha apoyado un número importante de candidaturas con el fin de ayudar al prescriptor, local o nacional, que defiende Salamanca como sede para la celebración de un evento.

A la hora de presentar una candidatura de destino, ofrecemos una serie de servicios acordes a sus necesidades:

- Candidatura de destino totalmente personalizada.
- Material promocional y audiovisual en colaboración con el departamento de comunicación.
- Carta de apoyo del Alcalde de Salamanca para acoger el evento en la ciudad.

- Defensa presencial de la candidatura.
- Visitas de inspección previas a la presentación de la candidatura y posteriores visitas tras la confirmación del evento con el fin de asesorarles y ayudarles en la preparación una vez confirmado.

En el ejercicio 2022 se han presentado 12 candidaturas, de las cuales 6 han sido confirmadas y 1 está pendiente:

- EOSAM 2024. No confirmada.
- Congreso Cardiopatía Isquémica 2024. Pendiente.
- SEDIA 2023. Confirmado.
- Congreso del Español de Estudios Clásicos 2023. Confirmado.
- ISCT Europe Regional Meeting 2024. No confirmado.
- Congreso de Nefrología 2024. No confirmado.
- Convención de Turespaña 2022 y 2023. No confirmada.

En colaboración con el Palacio de Congresos, se han presentado las siguientes candidaturas:

- Congreso Nacional de Psiquiatría. Confirmado.
- 64th ASH Annual Meeting and Exposition. No confirmado.
- Congreso Nacional de Ortopedia Infantil 2023. Confirmado.
- SESPM 2024. Confirmado.

En colaboración con Salamanca Ciudad del Español y el Palacio de Congresos, se presentó la candidatura de la II Semana del Español 2023 y fue confirmada.

3.4 Convenios de colaboración

La Sociedad de Turismo de Salamanca, en colaboración con Salamanca Convention Bureau, ha firmado 4 convenios de colaboración para aquellas actuaciones que repercuten en la promoción de la ciudad de Salamanca y que estén vinculadas con la celebración de un evento.

1. Quantitative Methods and the Covid-19 Pandemic.
2. III Congreso Nacional de Hermandades de la Sagrada Entrada Triunfal en Jerusalén.
3. II Congreso Ibérico Agropecuario.
4. Alumni Salamanca Finde.

3.5 Prospección comercial

La labor de prospección comercial es importante para poder obtener mayor información sobre eventos que se celebran en la ciudad y así captar nuevos prescriptores locales a los que poderles ofrecer nuestros servicios. Este año se ha trabajado elaborando una agenda de citas con la finalidad de contactar con prescriptores locales que tienen cargos de importancia dentro de sociedades médicas pertenecientes a los hospitales, colegios profesionales y así poderles ofrecer nuestros servicios a la hora de presentar las candidaturas de los congresos.

4. Salamanca Convention Bureau y el sector empresarial turístico

4.1 Servicios ofrecidos al sector empresarial turístico

El sector empresarial turístico, es de vital importancia a la hora de organizar un evento en la ciudad porque permite ofrecer a los organizadores de congresos una amplia oferta de calidad que cubra las necesidades que pueda tener un evento.

Se les presta mucha atención a la promoción del sector turístico de la ciudad tanto en la web como en los mercados de contratación y ferias a las que se asiste con el fin de que los eventos que se realizan en la ciudad cuenten con proveedores locales para dinamizar la economía de la ciudad.

4.2 Convenio con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca

Con el fin de desarrollar el sector hostelero en el ámbito congresual en el año 2022, se firma de nuevo un convenio de colaboración entre la Sociedad Municipal de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U. y la Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca (AEHS).

A fin de mejorar la calidad y la competitividad de la ciudad de Salamanca como destino congresual, la AEHS se coordinará con Salamanca Convention Bureau para ofrecer a los organizadores de congresos que celebren eventos en nuestra ciudad información relativa a cotizaciones y ruta de tapas, guías de restaurantes, entrega de materiales publicitarios editados por la AEHS, organización de encuentros gastronómicos, almuerzos de bienvenida u otras actividades que los organizadores soliciten y que sean en beneficio de la ciudad. Dicha colaboración congresual se ha basado en oferta y disponibilidad hotelera a diversos congresos y eventos deportivos (por ejemplo, a las XI Jornadas Científicas Internacionales de Investigación sobre Personas con discapacidad y a las XIV Jornadas Técnicas Digitalización y Bibliotecas Patrimoniales), espacios para cenas, rutas de tapas y folletos como la guía del cocido o Salamanca de Noche o la ruta de tapas para el I Congreso Internacional de Vacuno.

5. Colaboración con otras entidades

5.1 Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León

A lo largo del año se ha participado en diferentes acciones organizadas por la Consejería de Cultura y Turismo bajo la marca MICE Castilla y León y se han mantenido numerosas reuniones con el fin de elaborar la agenda de acciones promocionales a desarrollar a lo largo del año.

Las labores que se han desarrollado dentro del grupo de trabajo son las siguientes:

- Reuniones del grupo de trabajo.
- Elaboración de una agenda de acciones promocionales en varios destinos de España y Portugal.
- Jornadas promocionales o workshops en Burgos, Madrid, Salamanca, León, Lisboa y Barcelona y se ha asistido bajo la marca MICE CyL a la Feria IBTM de Barcelona. En la IMEX de Frankfurt, estuvimos representados por el técnico de la marca MICE CyL.

5.2 Spain Convention Bureau

Es una red de Ciudades de Congresos constituida en el seno de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y agrupa a 62 destinos repartidos por toda la geografía española.



Las acciones realizadas en colaboración con esta entidad han sido las siguientes:

- Jornada de Inbund Marketing para destinos MICE (Madrid, 28 de abril de 2022).
- Taller de Conocimiento y Dinamización (Madrid, 25 de mayo de 2022).
- Asistencia a la Asamblea Anual Spain Convention Bureau en A Coruña y a las jornadas formativas para los técnicos (A Coruña, 9 y 10 de junio de 2022).
- Jornada Comercial con el mercado asociativo en Santiago de Compostela (21-23 de octubre de 2022).
- Jornada de Formación en Elche (15 y 16 de diciembre de 2022).



6. Programa Embajadores Salamanca Convention Bureau

Es un programa que nació en el año 2011 con el objetivo de reconocer la dirección de la organización de eventos celebrados en la ciudad. Salamanca Convention Bureau ha decidido distinguir en el año 2022 a 10 prescriptores de eventos como Embajadores Salamanca Convention Bureau en agradecimiento a su labor en la difusión de la marca "Salamanca" durante la celebración de su evento en el año 2021. El nombramiento tuvo lugar el 24 de noviembre de 2022 y algunos de los ámbitos de los que procedían dichos embajadores eran la medicina, la física, la administración pública y también del ámbito universitario entre otros.



7. Actividades formativas

7.1 Actividades impartidas

El 24 de marzo de 2022 la gerente de Salamanca Convention Bureau impartió en el Palacio de Congresos de Salamanca una charla a los alumnos de la Escuela de Turismo de Ávila sobre qué es un Convention Bureau, sus objetivos y actividades que realiza.

7.2 Actividades recibidas

Desde noviembre del 2022 hasta mayo de 2023 la gerente de Salamanca Convention Bureau está realizando el Curso “Programa de Alta Dirección para Mujeres de entes públicos, tercer sector y empresa privada” que organiza el Ayuntamiento de Salamanca. Promoción Económica, Comercio y Mercados.

8. Estadísticas Turismo Congresual Salamanca 2022

Como cada año, Salamanca Convention Bureau junto con la colaboración del Observatorio Turístico y la participación de las distintas sedes congresuales y hoteles con salas disponibles para albergar reuniones, se han elaborado las estadísticas referentes al número de eventos celebrados en la ciudad. Ello nos permite tener información precisa sobre tipos de congresos, reuniones, jornadas que se celebran en la

ciudad, la duración de las mismas, número de participantes y así poder enfocar y establecer las acciones promocionales y comerciales a llevar a lo largo del año.

Este año hemos recopilado información adicional con una “encuesta al organizador de los eventos” que nos ha permitido recabar datos sobre la organización del evento en la ciudad.

Así mismo, se les ha pasado “encuestas a los congresistas” de varios congresos con el fin de recabar información sobre la visita de los asistentes a Salamanca, su gasto medio en la ciudad y tipo de actividades que realizaron.

Anexo 1:

Listado de asesoramiento a eventos por parte de Salamanca Convention Bureau:

1. IX Congreso TTCC. Febrero 2022.
2. V Encuentro Hispano Luso “Múltiples espacios, una sola identidad”. Marzo 2022.
3. XIV Jornadas Técnicas Digitalización y Bibliotecas Patrimoniales. marzo 2022.
4. XI Jornadas Científicas Int. De Investigación sobre Personas con Discapacidad. marzo 2022.
5. Jornadas Conjuntas de la Agencia Tributaria y Consejo General del Poder Judicial. Marzo 2022.
6. I Congreso de Hostelería. Marzo 2022.
7. Congreso Nacional de Estudiantes de Derecho. Marzo 2022.
8. Evento Agencia Citytravel. Abril 2022.

9. Congreso Munusal. Abril 2022.
10. VII Congreso Internacional Cofradías y Hermandades de Vera Cruz. Abril 2022.
11. Jornadas “Contrato Reservados a la Administración como apoyo a las Entidades del Tercer Sector”. Mayo 2022.
12. Instituto Universitario Alicia Alonso. Marzo, abril, mayo, junio y noviembre de 2022.
13. I Congreso Internacional de Vacuno. Mayo 2022.
14. XI Forum de Expertos y Jóvenes Investigadores en Derecho y Nuevas Tecnologías. Mayo 2022.
15. Congreso “El Humanismo Latino en el Studium de Salamanca: Nebrija y Europa”. Junio 2022.
16. Jornadas de Diálogo Filosófico. Junio 2022.
17. Encuentro Nacional de Bolillos. Junio 2022.
18. Global Summit Neurodegenerative Diseases. Junio 2022.
19. VIII Congreso Internacional de Antropología AIBR. Julio 2022.
20. XVII Coloquio Ibérico de Geografía. Julio 2022.
21. XIII Iranian Studies Conference. Agosto-Septiembre 2022.
22. Congreso SECOT 2023.
23. Congreso CINCOMA 2022. Septiembre 2022.
24. Congreso Verbs Thought and Speech”. Septiembre 2022.
25. Reunión de la SOCALRE. Septiembre 2022.
26. Congreso Internacional sobre Sebastián de Vivanco. Octubre 2022.
27. I Congreso de Envejecimiento y Salud. Octubre 2022.
28. XV Congreso Nacional y VI Internacional de la Asociación de Estudios Japoneses en España (AEJE). Octubre 2022.
29. Celebs Go Dating. Octubre 2022.

30. IV Congreso ITE+3R. Noviembre 2022.
31. Eventos Alumni 2022.
32. Congreso REC 2022. Noviembre 2022.
33. Congreso de Puericantores de la Federación de Puericantores de España. Diciembre 2022.
34. Eventos de la Agencia 51.
35. Grupo BNP. 2022.
36. Reunión empresa Bidafarma.

Anexo 2:

Material promocional ofertado:

- IX Congreso TTCC (Grupo Español de Tratamiento de Tumores de Cabeza y Cuello). 24-25 de febrero de 2022. 150 pax.
- V Encuentro Hispano Luso "Múltiples espacios, una sola identidad". 11 de marzo de 2022. 120 pax.
- XIV Jornadas Técnicas Digitalización y Bibliotecas Patrimoniales. 23-25 de marzo de 2022. 80 pax.
- XI Jornadas Científicas Int. De Investigación sobre Personas con Discapacidad. 16-18 de marzo de 2022. 520 pax.
- XXII Congreso Nacional Estudiantes de Derecho. 16-20 de marzo de 2022. 100 pax.
- 4º Encuentro Neumología-Medicina Familiar. 25-26 de marzo de 2022. 125 pax.
- XIV Munusal. 18-22 de abril de 2022. 85 pax.
- VII Congreso Internacional Cofradías y Hermandades de Vera Cruz. 350 pax.
- Jornadas Contratos Reservados a la Administración como apoyo a las Entidades del Tercer Sector. 60 pax.
- III Congreso Nacional de Hermandades de la Sagrada Entrada Triunfal en Jerusalén. 100 pax.
- Congreso "El Humanismo Latino en el Studium de Salamanca: Nebrija y Europa". 9 pax.

- Global Summit on Neurodegenerative Diseases. 300 pax.
- Visita Estudiantes Cooper Union University y Escuela Técnica de Arquitectura de Madrid. 20 pax.
- XVII Coloquio Ibérico de Geografía. 190 pax.
- 8º Congreso Internacional de Antropología AIBR "Creando Legados". 350 pax.
- Congreso SECOT en Valencia. 15 pax.
- Congreso CINCOMA. 75 pax.
- Congreso Verbs Thought and Speech. 35 pax.
- Congreso Envejecimiento y Salud. 600 pax.
- Quantitative Methods and the Covid-19 pandemic. 100 pax.
- Congreso Mundial de Investigación en las Artes Escénicas. 30 pax.
- XV Congreso Nacional y VI Internacional de la Asociación de Estudios Japoneses en España (AEJE). 65 pax.
- VII Jornadas de la Red Española de Compostaje, Compostaje: objetivo de desarrollo sostenible. 100 pax.
- IV Edición Congreso ITE+3R. 400 pax.

2022

TURISMO DE REUNIONES EN SALAMANCA

Salamanca Convention Bureau
Observatorio Turístico de Salamanca

Nº de reuniones

354 reuniones

174* ratio

*Numero medio de participantes por reunión

Nº de participantes



61.675 participantes

Nº de participantes por tipo de reunión

36,48%



Jornadas

24,20%



Congreso

34,78%



Otros

4,54%



Convención

Características de las reuniones

Sector de actividad

35,03%



Universidad

12,15%



Cultural

15,25%



Médico-Sanitario

Estacionalidad



Primavera 33,05%



Otoño 33,90%



10 | ESTRATEGIA TURÍSTICA

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

10 | **ESTRATEGIA TURÍSTICA**

1. Principales líneas

2. Observatorio Turístico

2.1 Estadísticas

2.2 Solicitudes de información

2.3 Estudios

2.3.1 Salamanca Convention Bureau

2.4 Otras colaboraciones

2.4.1 Organización Mundial del Turismo

2.4.2 Junta de Castilla y León

2.4.3 Patronato Municipal de la Vivienda. EDUSI Tormes+

2.4.4 Gaia-X

3. Impulso a la Calidad

3.1 Q de la Oficina de Información Turística

3.2 Q de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U.

3.3 SICTED (Sistema de Calidad Turística en Destino)

3.3.1 SICTED Salamanca

3.3.2 Grupos de Trabajo

3.4. Comité de Normalización

4. Otros trabajos

4.1 Formación

4.2 Apoyo al departamento de Comunicación

1. Principales líneas

Los trabajos del Observatorio Turístico de Salamanca, además de la evaluación continua del comportamiento turístico del destino, pretenden dar a conocer la realidad turística de la ciudad y proporcionar distintos usuarios públicos y privados, información fiable para la toma de decisiones en materia turística. Desde el observatorio turístico nos vamos adecuando a los procesos de digitalización, en la recogida de datos y en sus análisis.

El área realiza el seguimiento de las consultas en la Oficina de información Turística de Salamanca, de las estadísticas publicadas por el INE sobre el turismo en la ciudad y de la programación organizadas desde Turismo de Salamanca. Los datos obtenidos están a disposición de los diferentes departamentos de la Sociedad municipal y de otras áreas del Gobierno Municipal o de los ciudadanos.

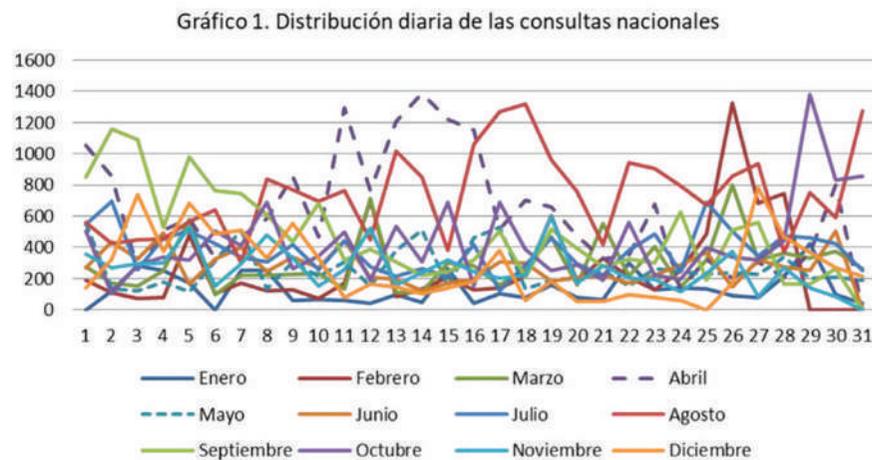
La Calidad, tanto propia (Q de Calidad Turística) como del destino (SICTED), es el segundo gran contenido del trabajo del departamento.

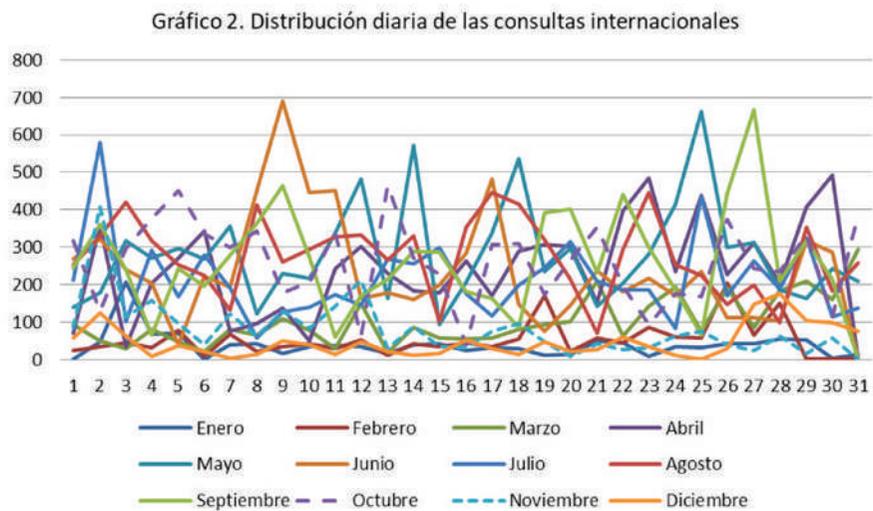
2. Observatorio Turístico

2.1. Estadísticas

La recogida y tratamiento de datos estadísticos es uno de los trabajos principales del área de Estrategia Turística. Las fuentes que proporcionan dichos datos son:

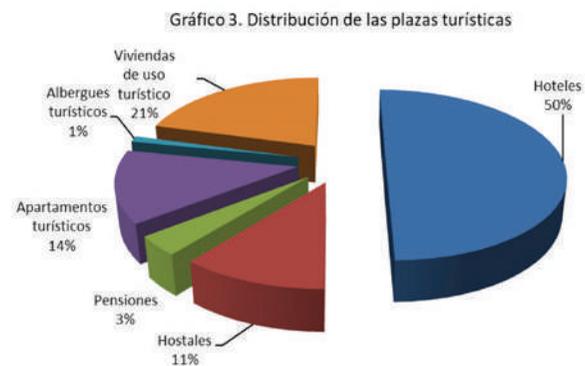
- Oficina de Información Turística de Salamanca (OIT en adelante): en la OIT se recogen los datos de los visitantes a la ciudad que realizan consultas turísticas. Se refleja su procedencia así como las noches que declaran quedarse en la ciudad. La información se recoge de manera diaria, por lo que nos permite conocer los flujos de visitantes y su concentración en determinados periodos por procedencia. En 2022 la OIT atendió 210.839 consultas. El 64,72% corresponde a consultas nacionales, el 30,71% a internaciones y el 4,57% a consultas realizadas de manera no presencial. Se puede considerar ya superada la crisis del Covid-19, con la recuperación casi total de los porcentajes de visitantes internacionales.





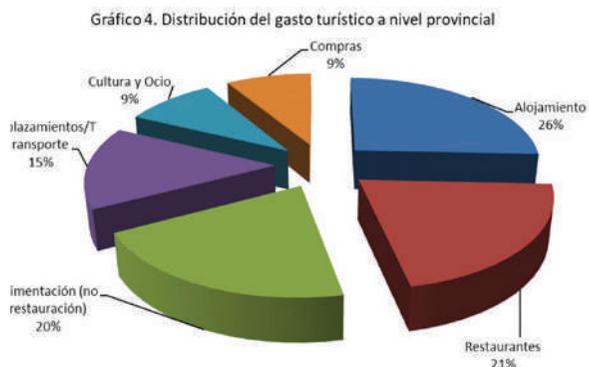
- Junta de Castilla y León: Permite conocer la oferta hotelera mediante registros oficiales habilitados para tal fin, puesto que los establecimientos que abren sus puertas en la comunidad tienen que estar dados de alta en estos registros (desde hoteles a viviendas de uso turístico).

En 2022 Salamanca contaba con 8.266 plazas registradas: 6.552 en alojamientos reglados y 1.714 en viviendas de uso turístico.



Según los servicios estadísticos regionales 10.191 personas trabajan en el sector turístico a nivel provincial.

La Junta de Castilla y León también ofrece, a finales de año, datos de gasto turístico a nivel provincial. La provincia de Salamanca recaudó, en 2022, 342.322.290€ (el 15,62% del gato total de la comunidad). Salamanca ostenta el tercer puesto en cuanto a gasto turístico, por detrás de Segovia y Burgos.



- Instituto Nacional de Estadística (INE en adelante): el INE publica datos de manera mensual (normalmente el día 23 del mes posterior) sobre viajeros, pernoctaciones, estancia media, ocupación, número de establecimientos abiertos,... referentes a establecimientos hoteleros (los datos más usados) y a establecimientos extrahoteleros (a nivel provincial).

Esta información se usa para comparar a la ciudad con otros destinos en diferentes periodos, por la fiabilidad de la recogida y tratamiento y por su estabilidad en el tiempo. Nos ayuda a conocer los flujos de viajeros y su comportamiento en los establecimientos.

Salamanca recibió en 2022, según el INE, 654.220 viajeros alojados en establecimientos hoteleros que realizaron 1.073.265 pernoctaciones. Ya se ha superado la crisis del Covid-19, estando estas cifras en valores similares a los de 2019.

Gráfico 5. Comparativa de viajeros en las capitales de provincia de Castilla y León

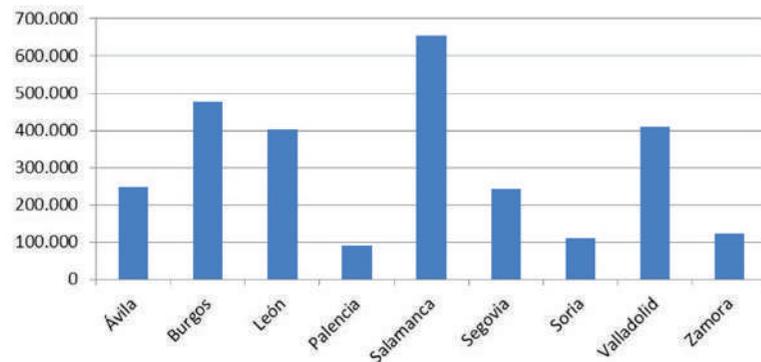
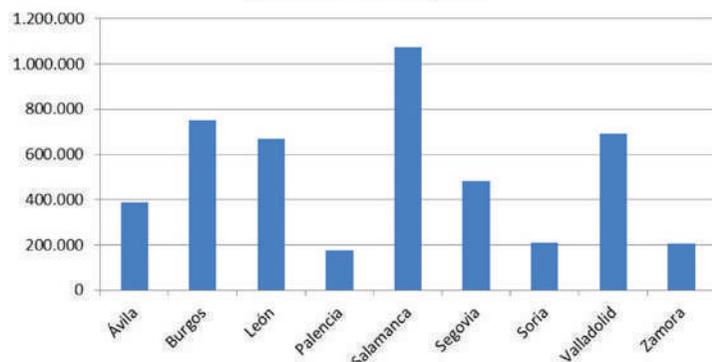


Gráfico 6. Comparativa de pernoctaciones en las capitales de provincia de Castilla y León



- www.salamanca.es: con la herramienta de Google Analytics se conoce el tráfico de visitas de la página web de Turismo de Salamanca así como su procedencia, dispositivos usados, sistemas operativos, páginas más visitadas,....

Esta información completa la recogida en la OIT por la tendencia observada del uso cada vez mayor de las TIC en la preparación del viaje y en la consecución de información sobre un destino.

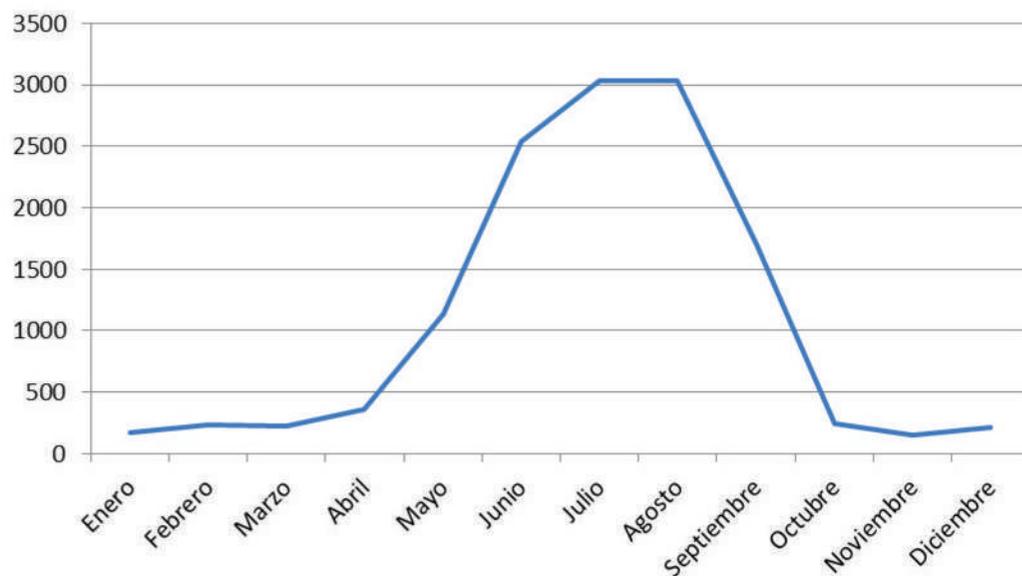
En 2022, 210.883 usuarios consultaron la página web www.salamanca.es. El 85% de ellos eran usuarios que entraban por primera vez en la web.

Tabla 1. Usuarios de la web www.salamanca.es

	Usuarios
Enero	17.119
Febrero	17.562
Marzo	18.451
Abril	17.101
Mayo	16.841
Junio	16.088
Julio	18.711
Agosto	21.720
Septiembre	17.825
Octubre	17.830
Noviembre	17.033
Diciembre	14.602
Total	210.883

- AENA: nos permite saber el flujo de viajeros que usaron el aeropuerto asociado a Salamanca (Matacán). Publican sus datos de manera mensual. Durante 2022 utilizaron el aeropuerto de Salamanca 13.021 personas (6.436 en llegadas y 6.585 en salidas). El aumento que se observa de mayo a septiembre (pero sobre todo junio, julio y agosto) es debido a los vuelos comerciales de la compañía Volotea (de y hacia Palma de Mallorca).

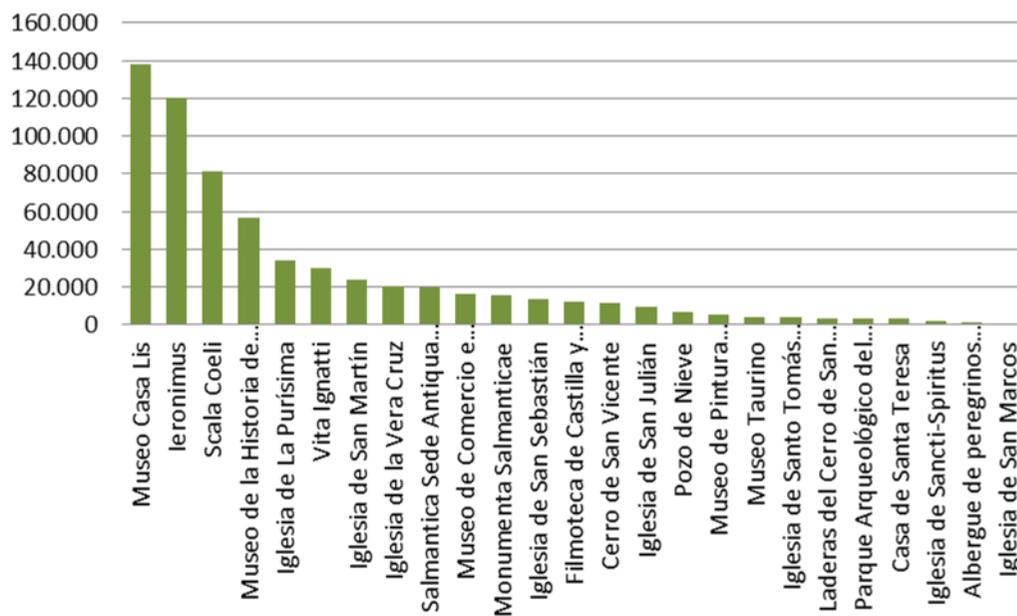
Gráfico 7. Distribución de pasajeros en Matacán



- Espacios monumentales: los diferentes museos y monumentos de la ciudad recogen datos de visitantes que se recopilan de manera diaria para los espacios gestionados por Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U. y de manera mensual para el resto.

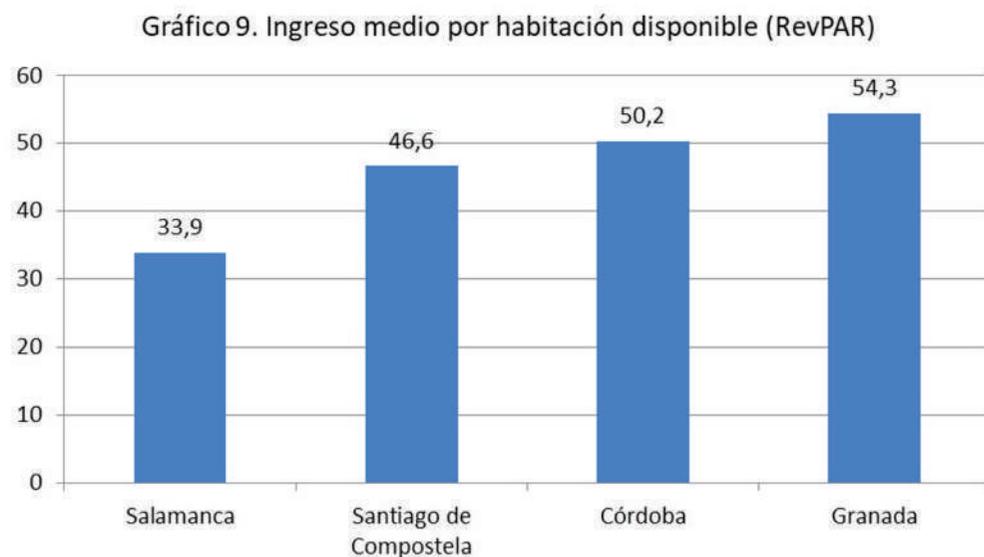
Los datos disponibles se utilizan para diferenciar distintos periodos (verano, puentes,...), ver su evolución y aportar información a los objetivos del destino.

Gráfico 8. Visitas a espacios monumetales



- Exceltur: los datos obtenidos de los barómetros de Exceltur nos permiten conocer parte de los ingresos del sector turístico (hotelería) así como poder hacer una comparación de la ciudad con otros destinos similares.

Durante 2022, según Exceltur (de enero a septiembre –datos publicados a 17/02/2023-), la tarifa media por habitación (ADR) en Salamanca fue de 62,4 euros con un ingreso medio por habitación (RevPAR) de 33,9 euros.



Los barómetros completos se pueden consultar en el siguiente enlace: <https://www.exceltur.org/barometro-de-la-rentabilidad-y-empleo/>

*En el capítulo Anexos. Observatorio Turístico 2022 se recoge el análisis detallado de las principales cifras anteriormente reseñadas.

2.2. Solicitudes de información

Durante 2022 el departamento de Estrategia Turística ha contestado un total de 18 solicitudes de información tanto de empresas e instituciones como de estudiantes o personas que realizan investigaciones o quieren impulsar sus negocios dentro del ámbito turístico de nuestra ciudad. El tiempo medio de contestación fue de 2,94 días.

Las principales vías de recepción de estas solicitudes han sido la OIT y el apartado “Salamanca en Datos” de la web www.salamanca.es.

Gráfico 10. Distribución de las peticiones por meses

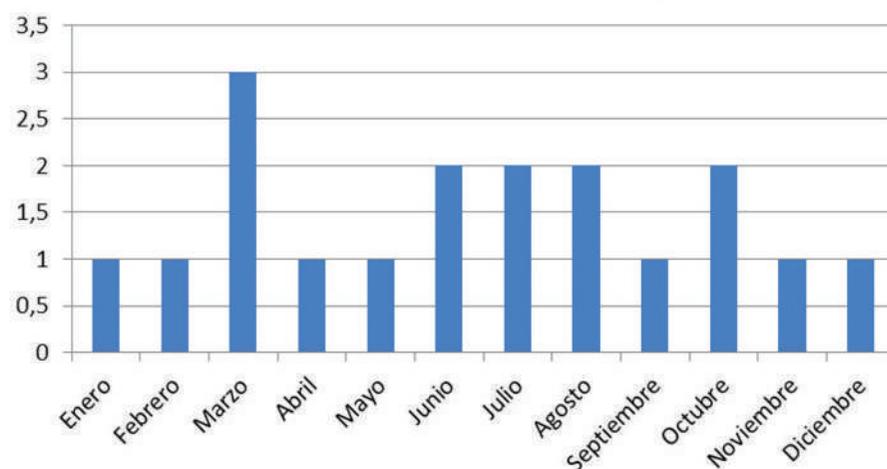


Gráfico 11. Tipología de los solicitantes

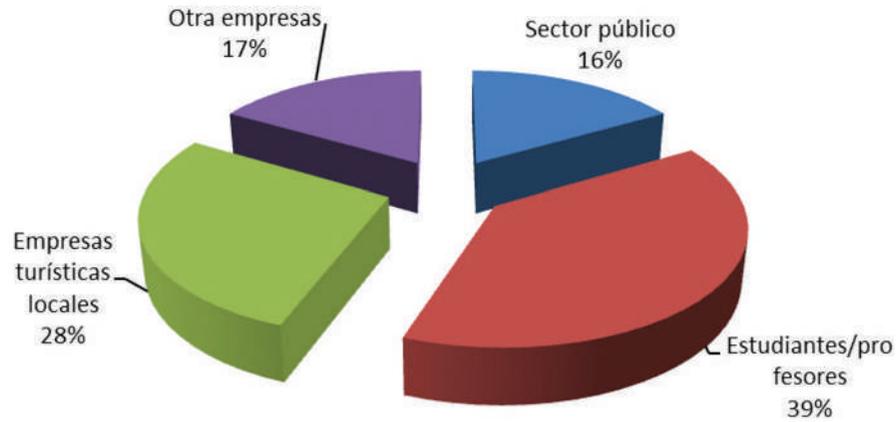
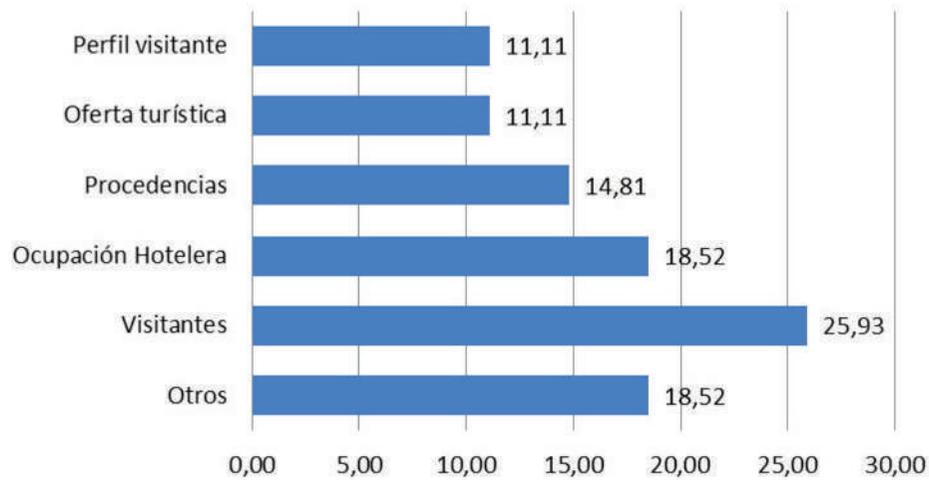


Gráfico 12. Tipología de los datos solicitados (%)



También se proporciona al Departamento de Comunicación todos los datos que le son solicitados por los diferentes medios de comunicación y publicaciones interesadas en escribir sobre la ciudad (unas 20 peticiones en 2022).

2.3. Estudios

2.3.1. Salamanca Convention Bureau

En 2022 se realizaron encuestas a las sedes congresuales en 2 oleadas (primer y segundo semestre). De las respuestas a estas peticiones se obtienen datos sobre la celebración de reuniones y congresos en nuestra ciudad. En 2022 se celebraron, según las sedes congresuales, 354 eventos en la ciudad, con la participación de 61.675 personas. La media de participantes por evento fue de 174 personas mientras que la duración media por reunión fue de 1,84 días.

También se celebraron, durante 2022, 521 reuniones de menos de 50 participantes. Este tipo de reuniones no están contemplados dentro de las estadísticas del Spain Convention Bureau y por eso no se incluyen en el total de reuniones y participantes.

Gráfico 13. Número de reuniones

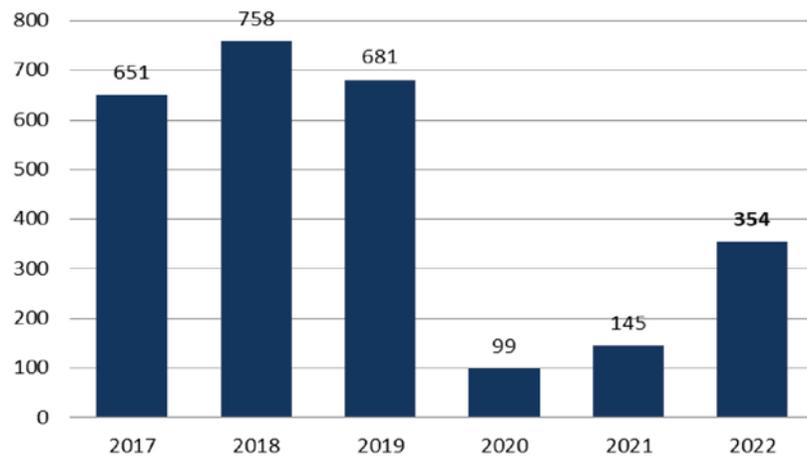
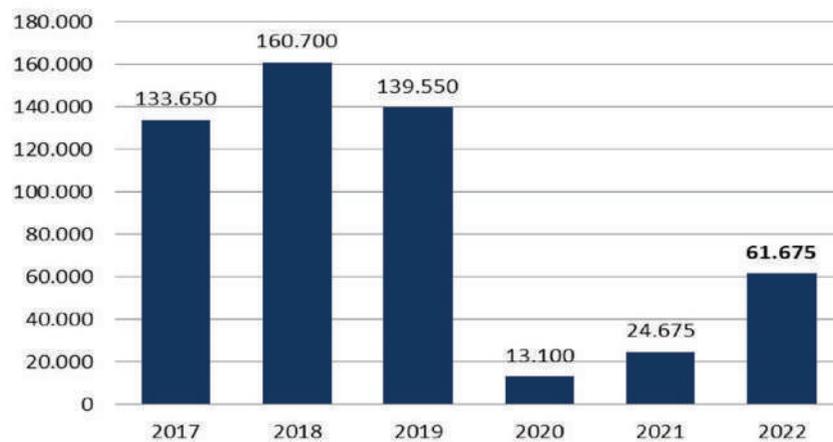


Gráfico 14. Número de participantes





El informe completo se puede consultar en el Informe de Gestión del año 2022 (Anexo Estadísticas SCB).

2.4. Otras colaboraciones

2.4.1. Organización Mundial del Turismo

Como miembro del Comité de destino, la Sociedad de Turismo participa, por medio del Grupo de Expertos en Turismo, en la realización del Barómetro del Turismo Mundial que se realiza 3 veces al año.

Este barómetro es una publicación de la Organización Mundial del Turismo (OMT en adelante) que monitoriza las tendencias del turismo a corto plazo de manera regular para proporcionar a los interesados un análisis actualizado sobre el turismo internacional. La información incluye un análisis de los últimos datos sobre destinos turísticos (turismo receptor) y mercados de origen (turismo emisor) así como un índice de confianza basado en la Encuesta del Panel de Expertos en turismo.



El último barómetro publicado se puede consultar en el siguiente enlace:

<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

2.4.2. Junta de Castilla y León

El observatorio turístico facilita a la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León, de manera mensual, las estadísticas de consultas en la Oficina de Información Turística, así como cualquier dato relacionado con la ciudad que soliciten.

2.4.3. Patronato Municipal de la Vivienda. EDUSI Tormes+

De abril a septiembre de 2022 la técnico de Estrategia Turística junto con la técnico de Producto Turístico participaron en la redacción y seguimiento de un contrato menor realizado por EDUSI Tormes+ consistente en realizar un análisis del público asistente a las visitas arqueológicas y de naturaleza organizadas por Turismo de Salamanca durante mayo de 2022.

Se apoyó al técnico de EDUSI en la definición del objeto del contrato, con las estadísticas anteriores a la realización del contrato, así como con la definición de una estimación de presupuesto.

Una vez asignado el contrato, se realizó el cuestionario a realizar por la empresa y se le entregó la relación de visitas a las que se debía realizar para mantener la proporcionalidad. También se aportó a la empresa adjudicataria la relación de correos electrónicos del resto de participantes en las actividades para la realización del cuestionario on-line.

Para realizar este último paso se modificó la política de privacidad y protección de datos de la página de reserva de las actividades (www.salamancaymas.es).

Una vez realizadas las encuestas, a la entrega del trabajo, se realizaron 4 reuniones entre junio y agosto entre el técnico de EDUSI, la empresa adjudicataria y las técnicas de Turismo hasta la entrega definitiva del trabajo el 23 de agosto de 2022.

Como resumen del trabajo podemos ver cómo la promoción de los programas es el ítem menos valorado por los usuarios, así como la información recibida previa a la visita. Todo el tema de instalaciones y más relacionados con la visita en sí, recibió valoraciones por encima del 9 (sobresaliente).



En octubre se mandó información relativa a los principales indicadores relacionados con el turismo para la Agenda Urbana.

2.4.4. Gaia-X

Con el fin de impulsar la participación de España en todas las iniciativas europeas para construir espacios de datos de los diferentes sectores así como para el reparto de los proyectos financiados por los fondos NextGenEU, resulta fundamental crear un hub español de GAIA-X, para contar con un ecosistema sólido e integrador sobre compartición de datos a nivel nacional, que integre al sector público y privado, a los centros de investigación y desarrollo tecnológico, a grandes empresas así como PYMEs, microempresas y startups.

GAIA-X se apoya en un conjunto de hubs nacionales, que actúan como las voces de los ecosistemas de usuarios en cada estado miembro. Sus principales objetivos son desarrollar ecosistemas, agrupar iniciativas nacionales y proporcionar un punto central de contacto para las partes interesadas en sus respectivos países. Todos los hubs GAIA-X están en estrecho contacto para garantizar la alineación internacional con respecto a sus actividades, la definición de requisitos y la identificación de obstáculos regulatorios. Una futura red de los hubs GAIA-X apoyará el crecimiento de un ecosistema dinámico de abajo hacia arriba, desde el nivel nacional hacia el europeo.

El hub español se constituyó el 18 de marzo en Talavera de la Reina.

Relacionado con esta iniciativa Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U. participó, personalizado en la técnica de Estrategia Turística, en el taller de trabajo “Casos de uso del espacio de datos del Turismo español” organizado por la Oficina del Dato, perteneciente a la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, celebrado el 25 de octubre de 2022 en Madrid.

Este taller buscaba arrancar el diseño y despliegue del primer dataspace del Turismo interoperable a nivel europeo, construido bajo el sello de Gaia-X. Por tanto, se centró en la identificación y caracterización de casos de uso de compartición soberana de datos entre organizaciones privadas (B2B, Business-to-Business) e involucrando distintos tipos de actividades (GDS, alojamiento, transporte aéreo, terrestre y marítimo, OTA, eventos, MICE, agencias de viajes, pagos, telcos, etc.), de forma que estos conjuntos de datos puedan ser explotados para abordar problemáticas del ámbito turístico no fácilmente solucionables de manera individual (i.e. con una Analítica de Datos solamente sobre datasets propios).

3. Impulso a la Calidad

3.1. Q de la Oficina de Información Turística

El 7 de octubre de 2022 se realizó la auditoría de seguimiento de la Q de Calidad Turística de la OIT de Salamanca. La empresa encargada de realizar dicha auditoría interna fue la certificadora SGS ICS Ibérica SAU, con resultado de 0 No conformidades.

Uno de los principales puntos en la gestión de la calidad es el adecuado tratamiento de las quejas y sugerencias que los usuarios dejan en la OIT. En 2022 se tramitaron 22 quejas o sugerencias.

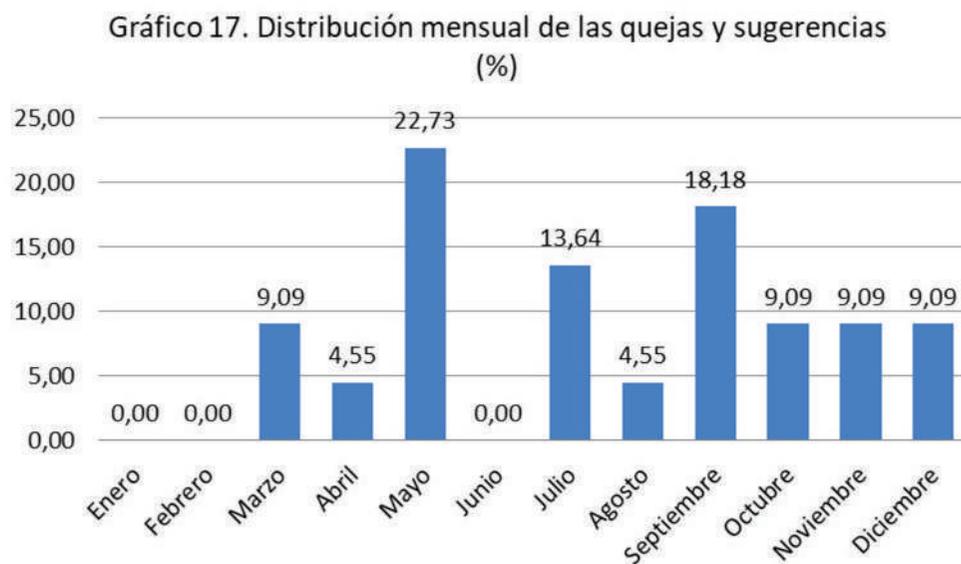


Gráfico 18. Tipología de las quejas/sugerencias (%)



No hubo ninguna queja relacionada directamente con la Oficina de Información Turística.

Tabla 2. Resumen de quejas/sugerencias

	22	0	0	2	1	5	0	3	1	4	2	2	2
	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Monumentos	5					1				3			1
Guías contra guías	1			1									
Felicitaciones guías	3			1				1					1
Visitas guiadas	1										1		
Conexiones con Madrid	1				1								
Parking auto caravanas	3					2				1			
Limpieza ciudad	1								1				
Empresas turísticas	1							1					
Información peregrinos	1							1					
Feria del libro	2					2							
Vía de la Plata	1										1		
Tienda de Turismo	1											1	
Entradas Llaves de la Ciudad	1											1	1

*Fuente: Quejas/sugerencias recogidas en la Oficina de Información Turística

*Fuente: Quejas/sugerencias recogidas en la Oficina de Información Turística

En relación con este certificado, se presta apoyo a la Junta de Castilla y León, que también trabaja en la Q en su red de Oficinas de Información Turística. En mayo de 2022 se realizó la auditoría de la Q de la Comunidad Autónoma en la parte de Quejas y Sugerencias y Mantenimiento.

3.2. Q de Turismo, Comercio y Promoción Económica, S.A.U.

El 18 de octubre de 2022 se realizó la auditoría de seguimiento de la Q de Calidad Turística en Turismo, Comercio y promoción Económica de Salamanca, S.A.U. La empresa encargada de realizar dicha auditoría externa fue la certificadora SGS ICS Ibérica S.A.U., con el resultado de 0 No Conformidades.

No se generó ninguna queja o sugerencia sobre el sistema en este periodo.

3.3. SICTED (Sistema de Calidad Turística en Destino)

3.3.1. SICTED Salamanca

En junio de 2022 se realizaron las evaluaciones de seguimiento de las empresas distinguidas de la ciudad (8). Durante el año se realizaron 5 cursos de formación y una reunión del grupo de mejora de destino.

3.3.2. Grupos de trabajo

La gestora del destino participó en los grupos de trabajo que han modificado los Manuales de Buenas Prácticas de Taxis y VTC (entre abril y junio de 2022) y el documento de Alcance de Oficios (entre abril y mayo de 2022).

También trabajó en la creación de un nuevo Manual de Buenas Prácticas, Apartamentos Turísticos entre abril y junio de 2022.

3.4. Comité de Normalización

Los comités técnicos de normalización son los encargados de la elaboración de normas UNE. Están gestionados por los servicios técnicos de UNE y la secretaría generalmente es desempeñada por una asociación o federación empresarial. El resto de componentes de los CTN son vocales, que constituyen una representación equilibrada de toda la cadena de valor del producto o servicio normalizado.

La participación en el desarrollo de normas internacionales (ISO e IEC) es una de las actividades fundamentales del CTN. El comité establece la postura nacional durante la elaboración de esos

documentos y aprueba la representación española que participa en las reuniones internacionales.

La responsable de Calidad participa como vocal en el proyecto ISO 14785 Oficinas de Información Turística Liderado por China y co-presidido por España.

Se ha asistido a 3 reuniones on-line (15 de febrero, 26 de abril y 14 de julio) para preparar los documentos que más tarde los representantes del grupo defienden en las reuniones internacionales.

4. Otros trabajos

4.1. Formación

En apoyo a Recursos Humanos de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U., el departamento de Estrategia Turística se encarga de difundir y gestionar la formación recibida por el personal.

En 2022 se realizaron cinco cursos de formación. Tres de ellos fueron realizados on-line. Las materias de los cursos fueron las siguientes:

- Contabilidad básica: organizado por Expertos en Formación MGV.
- Estrategias 360 de Marketing Online 3.0: organizado por la Cámara de Comercio de Salamanca.
- Cómo crecer en redes: organizado por la Cámara de Comercio de Salamanca.
- Contratación electrónica. La plataforma de contratos del sector público de extremo a extremo: organizado por Francisco Javier Sanchez Matilla, S.L.
- Microsoft Power BI: organizado por INFE-Formación.

4.2. Apoyo al Departamento de Comunicación

En relación al apoyo del Departamento de Comunicación durante diciembre de 2022 se realizaron las siguientes tareas:

- Revisiones de correo electrónico (mjbernal@turismodesalamanca.com y comunicación@turismodesalamanca.com).
- Seguimiento del dossier de prensa (lecturas diarias y archivo de noticias).
- Contacto y elección (junto con la Gerente de Turismo de Salamanca) de los temas de las newsletter quincenales elaboradas por “7 Mandarinas” (segunda quincena de diciembre y primera quincena de enero).

- Cambio de un anuncio de Mystery Man para una revista impresa de Tribuna de Salamanca (contacto con el diseñador, nuevas medidas, seguimiento y envío del archivo).
- Apoyo al personal de comunicación del grupo municipal Ciudadanos con las propuestas llegadas con motivo de la Cabalgaza de Papá Noel (recepción de propuestas, creación de archivo de control, gestión de las facturas).
- Apoyo a diversos aspectos a la organización de la Cabalgaza de Papá Noel.
- Enlace para la subida de archivos a los diferentes apartados de www.salamanca.es (horarios, resoluciones de convocatorias,...)
- Enlace para la modificación del apartado de Transparencia de www.salamanca.es
- Elaboración de la nota de prensa con los datos del INE del noviembre.
- Enlace para la solicitud de reserva de mupis para un espectáculo del Palacio de Congresos (finalmente anulada por anularse el espectáculo).
- Solución de un problema con los talonarios de entradas entregadas en Scala Coeli.
- Búsqueda y elección de soportes con imagen de Turismo de Salamanca para ambientar los conciertos pagados por la Sociedad en la realización de la San Silvestre Salmantina.
- Control de facturas pendientes.



10.1 | OBSERVATORIO TURÍSTICO. ESTADÍSTICAS

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

10.1 | **OBSERVATORIO TURÍSTICO. ESTADÍSTICAS**

1. Consultas atendidas en la Oficina de Información Turística

- 1.1. Análisis mensual
- 1.2. Análisis de procedencia
- 1.3. Pernoctaciones

2. Estadísticas web: www.salamanca.es

3. Visitas al patrimonio monumental y cultural

- 3.1. Ieronimus. Torres medievales de la Catedral
- 3.2. Scala Coeli. Las torres de la Clerecía
- 3.3. Casa Lis. Museo de Art Nouveau-Art Decó

- 3.4. Museo de historia de la Automoción de Salamanca
- 3.5. Monumenta Salmanticae
- 3.6. Universidad Pontificia: Vita Ignatti
- 3.7. Museo del Comercio y la Industria de Salamanca
- 3.8. Museo Taurino
- 3.9. Filmoteca de Castilla y León
- 3.10. Museo de pintura medieval de Santa Clara
- 3.11. Casa de Santa Teresa
- 3.12. Albergue de peregrinos
- 3.13. Iglesia de la Vera Cruz
- 3.14. Iglesias de la ciudad
- 3.15. Sitios arqueológicos

4. Análisis de la pernoctación

- 4.1. Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística
- 4.2. Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León

5. Análisis de la oferta

6. Otras estadísticas

- 6.1. AENA

1. Consultas atendidas en la Oficina de Información Turística

Durante 2022 han pasado por la Oficina de Información Turística (en adelante OIT) 210.839 personas. El número de consultas ha ascendido un 52,90% respecto al año anterior. Con las cifras actuales ya damos por superada la crisis del Covid-19 en cuanto a la llegada de visitantes.

Son cifras más bajas que las anteriores a la pandemia, pero derivada de ella también existe el gran aumento de uso de métodos digitales para conseguir información sobre el destino y no acudir a los espacios físicos, por lo cual las cifras de atención de la Oficina de Información Turística ya nunca van a estar a los niveles anteriores a 2019.

En los siguientes puntos vamos a ver cómo se distribuyen estas consultas a lo largo del año, por procedencias, por periodos de afluencia especiales (cuando han sido posibles) y las pernoctaciones que declaran hacer los usuarios de la OIT.

1.1 Análisis mensual

La mayor afluencia del año en la OIT se observa en agosto, abril, septiembre y octubre, meses que superaron las 20.000 consultas, llegando agosto a superar las 30.000.

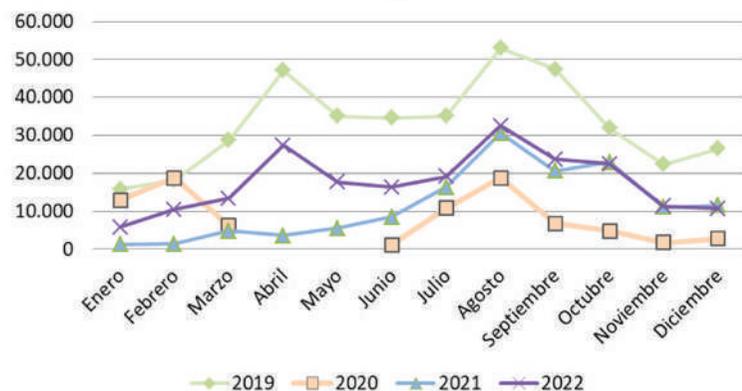
Tabla 1. Evolución de las consultas atendidas en la Oficina de Información Turística 2015-2022

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	16.077	19.703	16.881	18.833	15.833	12.905	1.282	5.822
Febrero	20.170	25.598	23.433	23.441	18.203	18.796	1.407	10.488
Marzo	38.542	69.715	29.971	58.038	28.738	6.153	4.787	13.330
Abril	55.125	37.879	76.389	40.478	47.074		3.603	27.399
Mayo	36.230	34.198	42.691	43.686	35.102		5.515	17.714
Junio	32.718	41.087	34.368	36.034	34.547	1.107	8.473	16.326
Julio	48.959	44.945	41.046	44.781	35.073	10.847	16.313	19.148
Agosto	88.685	70.503	57.986	60.012	53.032	18.720	30.524	32.537
Septiembre	69.884	81.837	56.603	51.448	47.498	6.699	20.571	23.669
Octubre	61.625	55.619	45.971	47.838	31.955	4.852	22.904	22.440
Noviembre	29.955	29.381	22.518	29.259	22.287	1.775	11.024	11.340
Diciembre	36.985	25.540	28.276	32.940	26.477	2.723	11.490	10.626
Total	481.432	534.955	536.005	476.133	395.819	84.577	137.893	210.839

*Fuente: Datos de la Oficina de Información Turística

El gráfico 1 muestra cómo la línea de evolución de 2022 replica la de 2019 (inferior en todos sus puntos, pero con la misma forma) lo cual evidencia la recuperación tras la crisis sanitaria.

Gráfico 1. Consultas en la Oficina de Información Turística 2019-2022



La media mensual de consultas en 2022 se sitúa en 17.569,92 personas y la media diaria fue de 582,43 personas.

1.2 Análisis de procedencia

El mercado nacional es el origen de la mayor parte de las consultas en la OIT, alcanzando en 2022, la cifra de atenciones totales de 2021. En 2022 fueron 136.460 consultas. Las consultas internacionales fueron durante este año 64.738 y las realizadas de manera no presencial, 9.641.

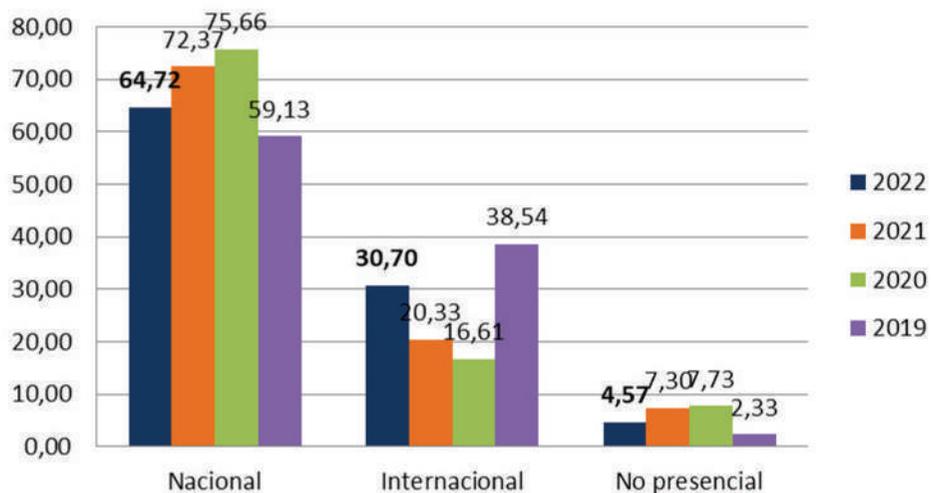
Tabla 2. Procedencia de las consultas

	Local	Nacional	Internacional	No presenciales	Total
Enero	723	3.421	1.173	505	5.822
Febrero	862	7.366	1.601	659	10.488
Marzo	1.639	7.573	3.182	936	13.330
Abril	4.573	14.434	7.459	933	27.399
Mayo	1.135	6.997	8.776	806	17.714
Junio	2.050	6.307	7.333	636	16.326
Julio	2.439	9.222	6.635	852	19.148
Agosto	5.455	17.562	8.526	994	32.537
Septiembre	6.117	8.528	8.050	974	23.669
Octubre	1.764	11.721	8.060	895	22.440
Noviembre	1.705	6.347	2.495	793	11.340
Diciembre	1.763	6.757	1.448	658	10.626
Total	30.225	106.235	64.738	9.641	210.839

*Fuente: Oficina de Información Turística

El porcentaje de visitantes nacionales pasa a representar el 64,72% de las consultas en 2022. Es un peso más parecido al de 2019 que al de 2021. Las consultas internacionales aportan el 30,70%, subiendo para recuperar su posición anterior. Las consultas no presenciales descienden también a niveles parecidos a los pre-pandémicos (4,57%).

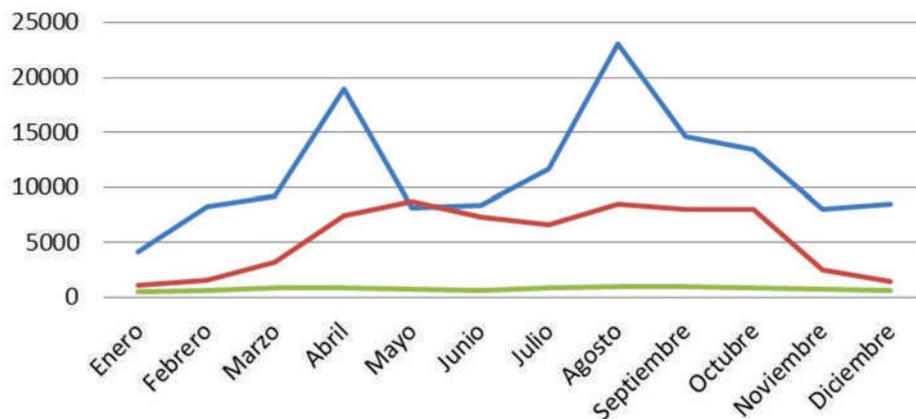
Gráfico 2. Porcentaje de las procedencias



Fijándonos en el gráfico 3, la distribución de las consultas nacionales presenta su mayor pico en agosto y abril, como ya hemos comentado. Son los meses que corresponden con las vacaciones de verano (tradicionalmente) y la Semana Santa.

Es interesante ver como en mayo hubo más consultas internacionales que nacionales y en junio los valores están muy cercanos.

Gráfico 3. Distribución de las consultas por procedencia



1.2.1 Procedencia nacional

Las consultas realizadas en 2022 en la OIT por los visitantes procedentes de algún lugar de España han sido 136.460 (un 36,74% más que en 2021). Dentro de las consultas nacionales tienen mucha importancia las consultas locales, que representan un 22,15% de éstas.

Los meses en los que se recibieron más consultas nacionales fueron agosto seguido de abril, septiembre, octubre y julio, todos ellos con más de 10.000 consultas (abril roza las 20.000 y agosto las supera).

Tabla 3. Consultas de procedencia nacional

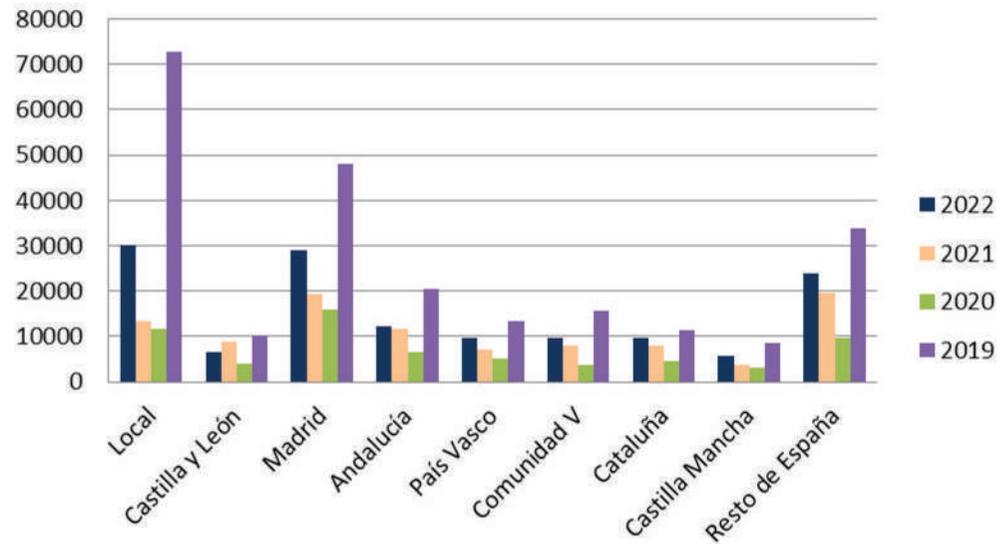
	Local	Castilla y León	Madrid	Andalucía	País Vasco	Comunidad Valenciana	Cataluña	Castilla Mancha	Resto de España	Total
Enero	723	405	1.379	319	187	190	145	140	656	4.144
Febrero	862	538	2.457	999	433	396	572	400	1.571	8.228
Marzo	1.639	576	2.177	790	640	863	438	434	1.655	9.212
Abril	4.573	839	4.752	1.012	1.849	1.189	1.003	791	2.999	19.007
Mayo	1.135	671	2.233	476	525	428	508	397	1.759	8.132
Junio	2.050	358	1.444	507	699	471	607	431	1.790	8.357
Julio	2.439	455	2.097	1.698	851	732	938	337	2.114	11.661
Agosto	5.455	653	3.596	2.614	1.700	2.465	2.528	748	3.258	23.017
Septiembre	6.117	465	1.756	1.070	642	1.025	803	329	2.438	14.645
Octubre	1.764	717	3.182	1.253	852	1.209	972	889	2.647	13.485
Noviembre	1.705	367	1.708	642	717	303	504	452	1.654	8.052
Diciembre	1.763	417	2.238	771	494	519	550	425	1.343	8.520
Total	30.225	6.461	29.019	12.151	9.589	9.790	9.568	5.773	23.884	136.460

*Fuente: Oficina de Información Turística

Las comunidades autónomas que más consultas realizan en la OIT son Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana, País Vasco, Cataluña, Castilla y León (sin los locales) y Castilla La Mancha. Estas siete comunidades suman el 60,35% de los visitantes nacionales. Si además sumamos las consultas locales, vemos como sólo siete comunidades autónomas representan el 82,5% de las consultas nacionales registradas en la OIT.

En el gráfico 4 vemos la comparación de los valores absolutos de los últimos cuatro años. Se muestra la recuperación de las consultas aunque (sobre todo en el caso de los locales) la diferencia con 2019 también es evidente.

Gráfico 4. Comparación 2019-2022



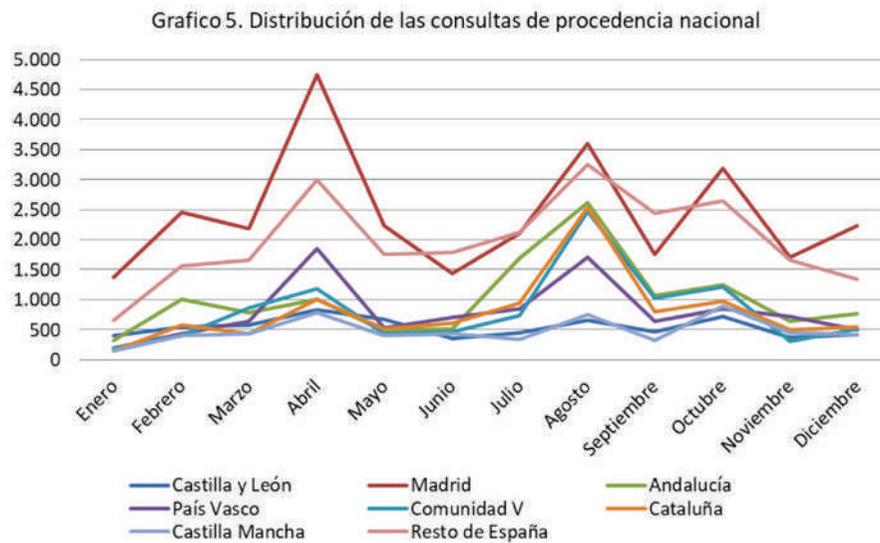
En la tabla 4 observamos cómo, aunque los porcentajes varían en su importancia, la distribución general de consultas nacionales en la OIT no han variado sustancialmente en su composición. Las comunidades que aportaban más usuarios en los 3 años anteriores son las mismas que los aportan en 2022. Los locales vuelven a cifras anteriores a la pandemia, por la recogida de programas en los diferentes periodos (Semana Santa y Ferias y Fiestas, sobre todo).

Tabla 4. Porcentaje de procedencias nacionales

	2022	2021	2020	2019
Salamanca	22,15	13,49	18,31	31,05
Provincia	0,38	0,27	0,23	0,17
Castilla y León	3,87	8,69	6,03	4,19
Galicia	3,28	3,61	2,31	2,82
Asturias	1,89	2,56	1,81	1,68
Cantabria	1,48	1,85	1,59	1,13
País Vasco	7,03	7,20	7,83	5,71
Navarra	1,92	1,81	1,73	1,32
La Rioja	0,92	1,11	0,86	0,62
Aragón	2,31	3,06	2,45	2,39
Cataluña	7,01	7,92	7,16	4,82
Madrid	21,27	19,38	24,81	20,52
Extremadura	2,49	2,41	2,07	2,24
Castilla La Mancha	4,23	3,79	4,73	3,61
Comunidad Valenciana	7,17	8,04	5,79	6,72
Andalucía	8,90	11,66	10,16	8,77
Murcia	1,39	1,82	1,34	1,03
Islas Baleares	0,81	0,50	0,39	0,42
Islas Canarias	0,95	0,75	0,34	0,75
Ceuta y Melilla	0,06	0,08	0,06	0,03

*Fuente: Oficina de Información Turística

En el gráfico 5 vemos que los picos de afluencia se marcan en agosto, abril y octubre como en la distribución general. Madrid lidera durante 10 meses las consultas en la Oficina de Información Turística. Pero en junio y septiembre el gran grupo de “Resto de España” supera en consultas a nuestro principal emisor de visitantes.



La media de consultas diarias nacionales atendidas en la OIT fue de 376,96 personas. Los meses que están por encima de esta media son los que más consultas reciben y ya hemos indicado (agosto, abril, septiembre y octubre), estando julio prácticamente en la cifra media.



1.2.2 Procedencia internacional

En 2022 la Oficina de Información Turística recibió un total de 64.738 consultas que procedían de fuera de España, lo cual supone un 130,98% más que el año anterior. Esta cifra representa el 30,70% de las consultas totales.

La cifra de consultas internacionales está prácticamente recuperada, siendo en mayo y junio, igual o incluso superior a la de consultas nacionales.

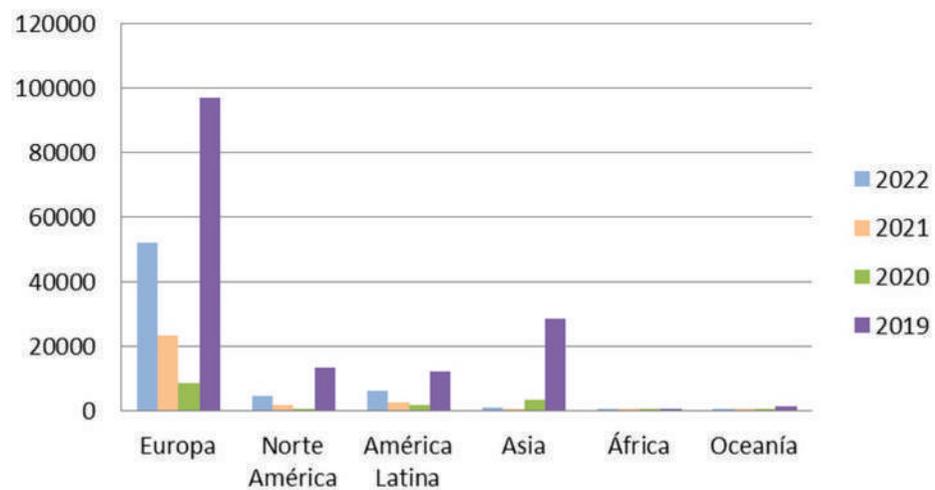
Tabla 5. Consultas de procedencia internacional

	Europa	Norte América	América Latina	Asia	África	Oceanía	Total
Enero	692	109	345	16	4	7	1.173
Febrero	1.190	87	302	18	0	4	1.601
Marzo	2.510	271	287	80	27	7	3.182
Abril	6.348	313	688	97	0	13	7.459
Mayo	7.421	608	681	27	7	32	8.776
Junio	5.740	671	798	71	10	43	7.333
Julio	4.933	881	689	59	3	70	6.635
Agosto	7.403	514	504	73	5	27	8.526
Septiembre	6.630	506	784	52	14	64	8.050
Octubre	6.518	514	713	223	6	86	8.060
Noviembre	1.859	172	335	119	2	8	2.495
Diciembre	1.106	76	219	43	1	3	1.448
Total	52.350	4.722	6.345	878	79	364	64.738

*Fuente: Oficina de Información Turística

Aunque, evidentemente, los números absolutos son muy diferentes a los de 2019, podemos ver la recuperación con respecto a los años anteriores.

Gráfico 7. Comparación 2019-2022



Europa es el continente que más usuarios proporciona a la OIT, con el 80,86% del total. América del Norte y América Latina ya tienen el peso que ostentaban antes de la pandemia. El resto de continentes, sobre todo Asia, están muy lejos de conseguir la importancia que ostentaban.

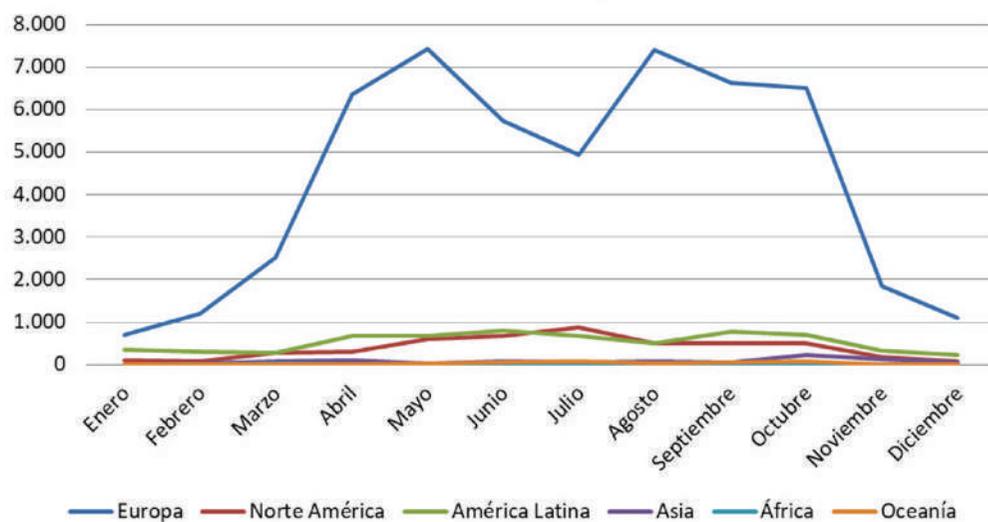
Tabla 6. Porcentajes de procedencias internacionales

Procedencia Internacional	2022	2021	2020	2019
Europa	80,86	83,55	61,46	63,55
América del Norte	7,29	6,93	3,92	8,75
América Latina	9,80	8,55	11,33	7,88
Asia	1,36	0,83	22,69	18,65
África	0,12	0,09	0,18	0,28
Oceanía	0,56	0,06	0,40	0,89

*Fuente: Oficina de Información Turística

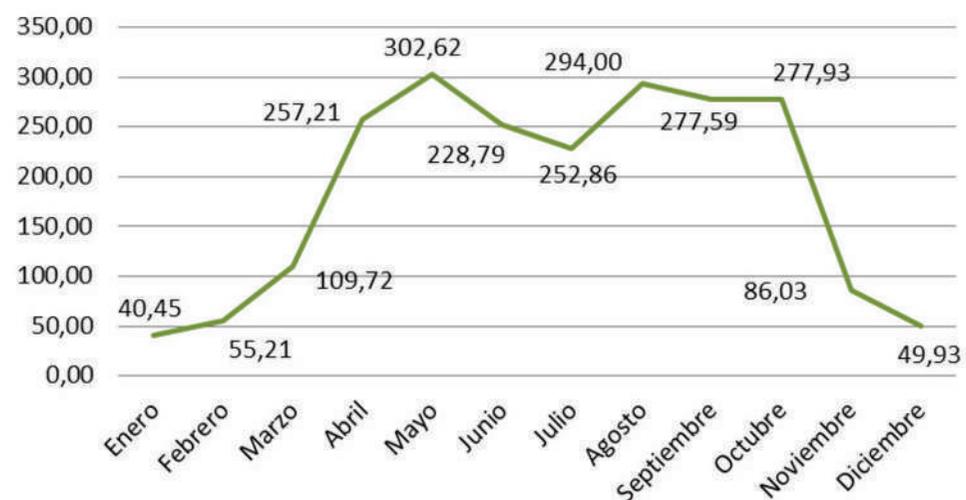
Como se ve en el gráfico 8, la importancia del visitante europeo es la que marca la tendencia de las procedencias internacionales. Observamos cómo el grueso de estas consultas tienen lugar de abril a octubre.

Gráfico 8. Distribución de las consultas de procedencia internacional



La media de consultas diarias internacionales atendidas en la OIT es de 178,83 personas. Como decíamos en el párrafo anterior, esta cifra es superada de abril a octubre, cuando se realizan en Oficina de Información Turística el 84,71% de las consultas internacionales.

Gráfico 9. Media de consultas internacionales diarias



1.2.2.1 Procedencia europea

Como se indica en el apartado anterior, el 80,86% de las consultas internacionales proceden de Europa, 52.350 exactamente. Estas consultas ascienden un 123,55% en relación a 2021.

Las consultas de Europa se agrupan de abril a octubre, marcando así la línea de tendencia internacional, como hemos visto.

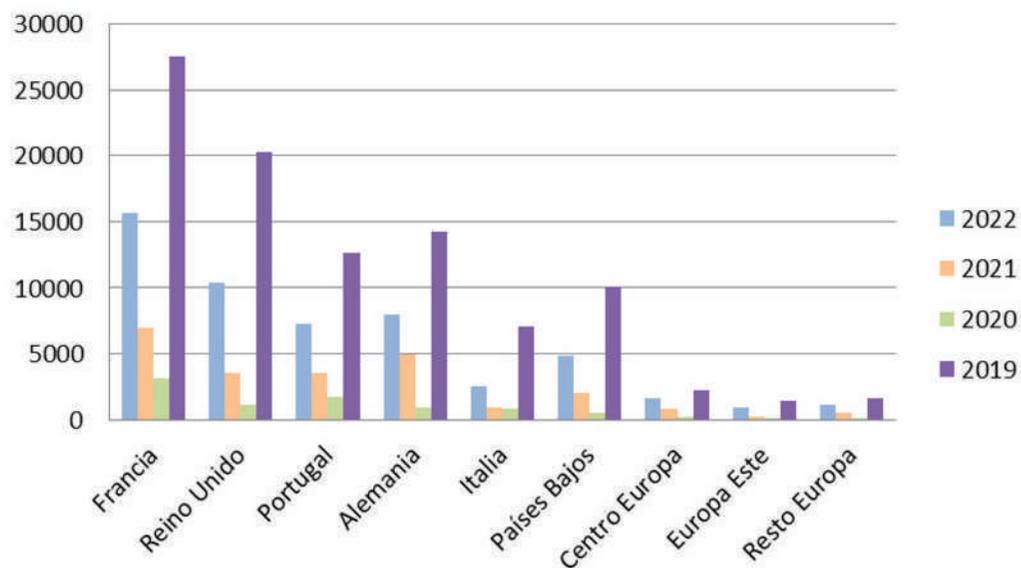
Tabla 7. Consultas de procedencia europea

	Francia	Reino Unido	Portugal	Alemania	Italia	Países Bajos	Centro Europa	Europa Este	Resto Europa	Total
Enero	185	53	265	18	103	26	18	11	13	692
Febrero	455	122	365	69	33	52	67	6	21	1.190
Marzo	851	422	289	231	136	184	125	17	255	2.510
Abril	1.876	1.117	1.084	1.076	245	568	265	63	54	6.348
Mayo	2.296	1.375	693	1.316	223	1.005	277	85	151	7.421
Junio	1.275	1.520	555	1.222	147	533	163	256	69	5.740
Julio	1.483	799	550	926	419	563	58	63	72	4.933
Agosto	2.840	1.283	1.276	618	472	518	175	114	107	7.403
Septiembre	1.770	1.697	694	950	177	700	230	171	241	6.630
Octubre	1.661	1.562	611	1.352	419	533	217	46	117	6.518
Noviembre	674	320	305	149	140	136	48	56	31	1.859
Diciembre	234	128	581	30	40	39	16	25	13	1.106
Total	15.600	10.398	7.268	7.957	2.554	4.857	1.659	913	1.144	52.350

*Fuente: Oficina de Información Turística

Al igual que en el resto de casos, los datos absolutos están lejos de los de 2019, pero también evidencian todo lo que se ha recuperado con respecto a 2020 y 2021, como se observa en el gráfico 10.

Gráfico 10. Comparación 2019-2022



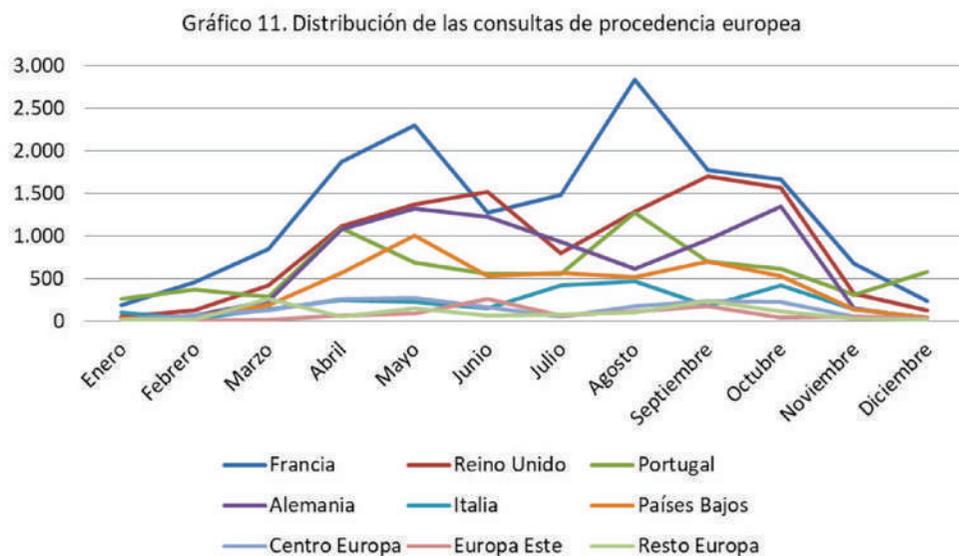
Francia es el principal mercado emisor de visitantes europeos, con un 29,80% de las consultas. El siguiente país que nutre de internacionales a nuestra ciudad es el Reino Unido, con un 19,86%. El país que aún no ha recuperado su peso anterior en el total europeo es Italia.

Tabla 8. Porcentajes de procedencias europeas

	2022	2021	2020	2019
Francia	29,80	29,74	35,87	28,38
Reino Unido	19,86	15,05	13,21	20,88
Portugal	13,88	14,89	20,27	12,97
Alemania	15,20	20,92	10,32	14,68
Italia	4,88	4,01	9,26	7,23
Países Bajos	9,28	8,71	6,24	10,44
Centro Europa	3,17	3,69	2,50	2,28
Europa del Este	1,74	0,85	1,48	1,41
Resto de Europa	2,19	2,15	0,85	1,72

*Fuente: Oficina de Información Turística

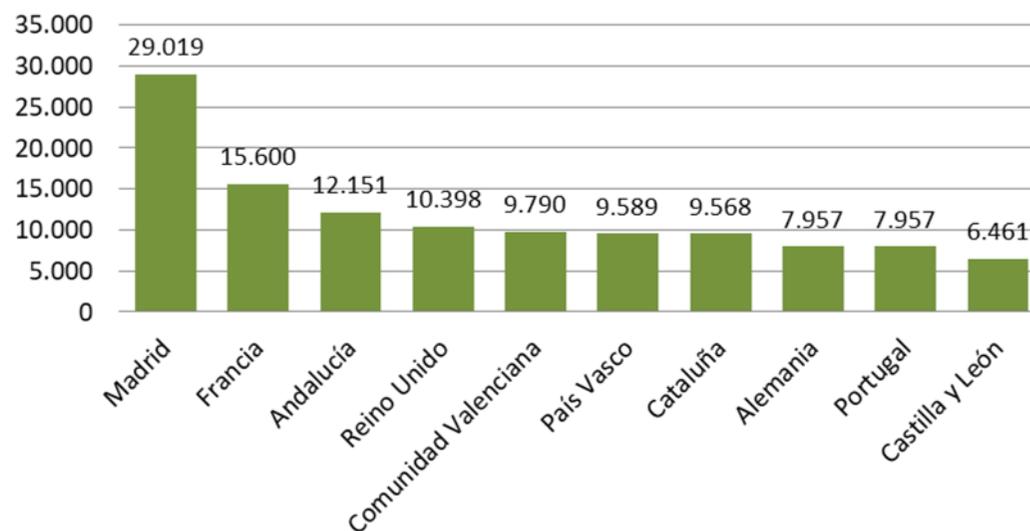
La distribución de las consultas europeas replica ya las distribuciones anteriores a la pandemia del Covid-19. La presencia francesa es abundante de abril a octubre, con una bajada en junio, donde las consultas francesas son superadas por las inglesas. Los picos alemanes están en mayo octubre mientras que los británicos prefieren junio, septiembre y octubre. Portugal tiene fuerte presencia en abril y agosto mientras que los procedentes de Bélgica y Holanda prefieren venir a Salamanca en mayo (mayoritariamente).



1.2.3 Principales mercados emisores

En una lista de los diez principales emisores de consultas en la OIT se observa cómo de fuerte ha sido la recuperación entre las consultas internacionales, puesto que Francia ocupa la segunda posición y, a partir de ahí, se van intercalando mercados nacionales e internacionales.

Gráfico 12. Diez principales procedencias de consultas



Estas diez comunidades autónomas y países representan el 56,20% de las consultas totales atendidas en la OIT. Su aportación total está lejos aún de la de 2019 (44,01%). En 2022 nuestros visitantes están más agrupados.

Tabla 9. Principales procedencias de consultas

Procedencia	2022
Madrid	13,76
Andalucía	7,40
Castilla y León	5,76
Comunidad Valenciana	4,93
Cataluña	4,64
País Vasco	4,55
Francia	4,54
Alemania	3,77
Castilla La Mancha	3,77
Galicia	3,06

*Fuente: Oficina de Información Turística

1.3 Pernoctaciones

Nota aclaratoria: para este análisis se obvia a los habitantes de Salamanca, ya que no se les considera ni excursionistas ni turistas, así como las consultas no presenciales. Se trabaja con el número de 170.973 consultas.

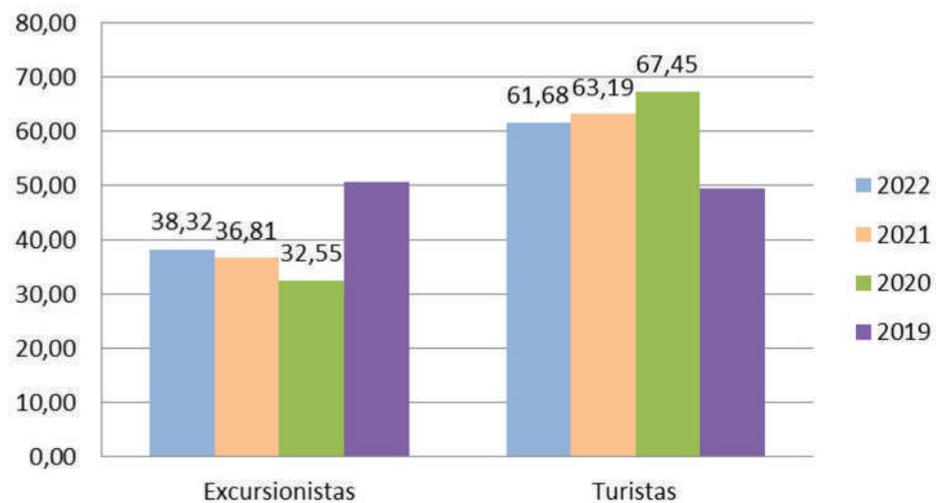
De acuerdo a los datos recogidos en la OIT, 105.453 consultas las realizaron turistas (un 45,91% más que en 2021), esto es, personas que declaran permanecer al menos una noche en la ciudad. Esta cifra representa el 61,68% de las consultas realizadas. Los visitantes que dijeron ser excursionistas fueron 65.520 (un 55,65% más que en 2021) un 38,32% de las consultas.

Con estos datos realizamos una estimación de la estancia media que en 2022 se situó en 2,27 días.

Tabla 10. Tiempo de estancia declarado

	Consultas	%
Excursionistas	65.520	38,32
Turistas	105.453	61,68
Una noche	48.738	46,22
Dos noches	29.059	27,56
Tres noches o +	27.656	26,23

Gráfico 13. Comparación general 2019-2022 (%)



Como es lógico, la estancia de nacionales e internacionales no presenta la misma distribución.

En el caso de las consultas realizadas por nacionales, 71.382 declaran ser turistas, un 20,41% más que en 2021. En términos relativos representan el 67,19%, 1 punto menos que el año anterior. Las consultas de excursionistas fueron 34.853, un 28,83% más que en 2021.

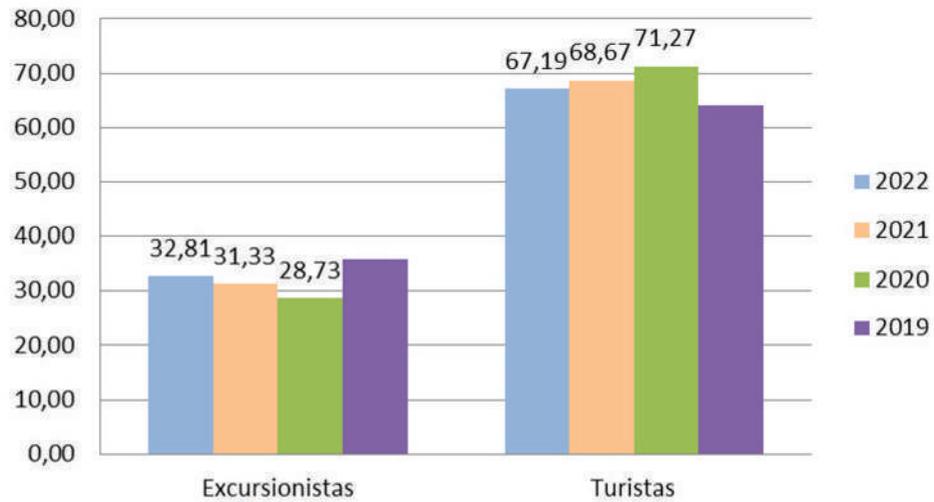
La estancia media de los visitantes nacionales, según nuestra estimación, se sitúa en 2,37 días.

Tabla 11. Tiempo de estancia declarado: nacionales

	Consultas	%
Excursionistas	34.853	32,81
Turistas	71.382	67,19
Una noche	32.942	46,15
Dos noches	20.435	28,63
Tres noches o +	18.005	25,22

*Fuente: Oficina de Información Turística

Gráfico 14. Comparación nacional 2019-2022 (%)



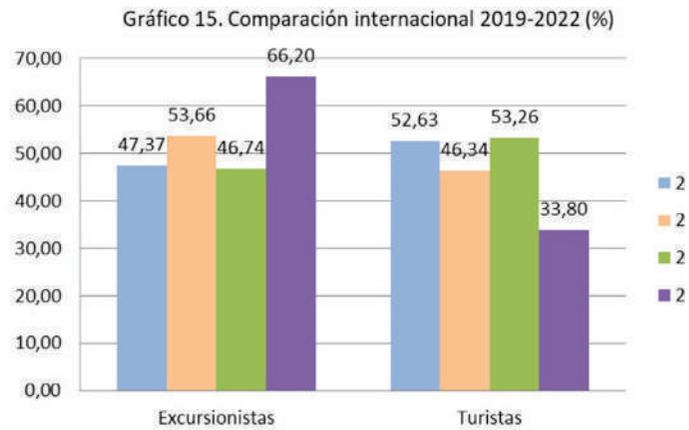
Fijándonos en las consultas internacionales, vemos que la tendencia es ligeramente diferente. El peso relativo de los turistas es del 52,63%, no llegando a los niveles generales.

La estancia media estimada de estos visitantes es la más baja de las tres realizadas: 2,11 días.

Tabla 12. Tiempo de estancia declarado: internacionales

	Consultas	%
Excursionistas	30.667	47,37
Turistas	34.071	52,63
Una noche	15.796,0	46,36
Dos noches	8.624,0	25,31
Tres noches o +	9.651,0	28,33

*Fuente: Oficina de Información Turística



2. Estadísticas web: www.salamanca.es

La web pública de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U. tuvo en 2022 210.883 usuarios, un 10,76% menos que en 2021. La duración media de una sesión es de 1:23 minutos.

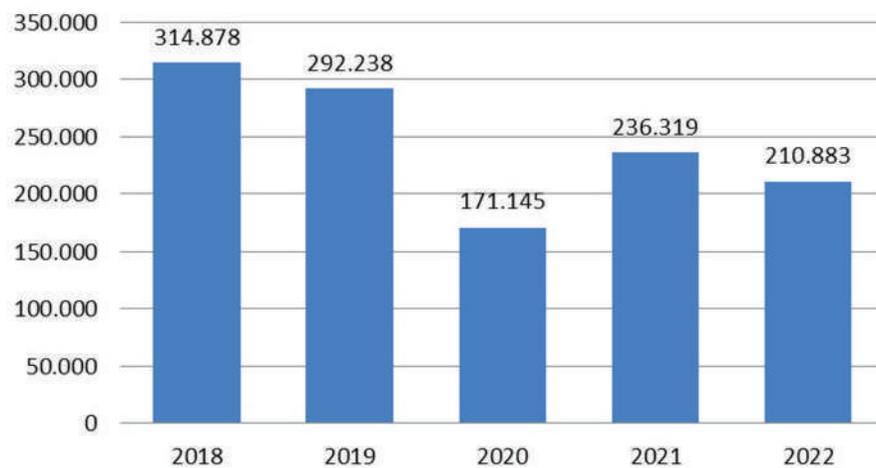
En mayo de 2022 se realizó la migración de la página al nuevo sistema de Google Analytics GA4, que depura mucho más los datos, razón por la cual puede haber variado ligeramente el nivel de usuarios.

Tabla 13. Usuarios de la web www.salamanca.es

Enero	17.119
Febrero	17.562
Marzo	18.451
Abril	17.101
Mayo	16.841
Junio	16.088
Julio	18.711
Agosto	21.720
Septiembre	17.825
Octubre	17.830
Noviembre	17.033
Diciembre	14.602
Total	210.883

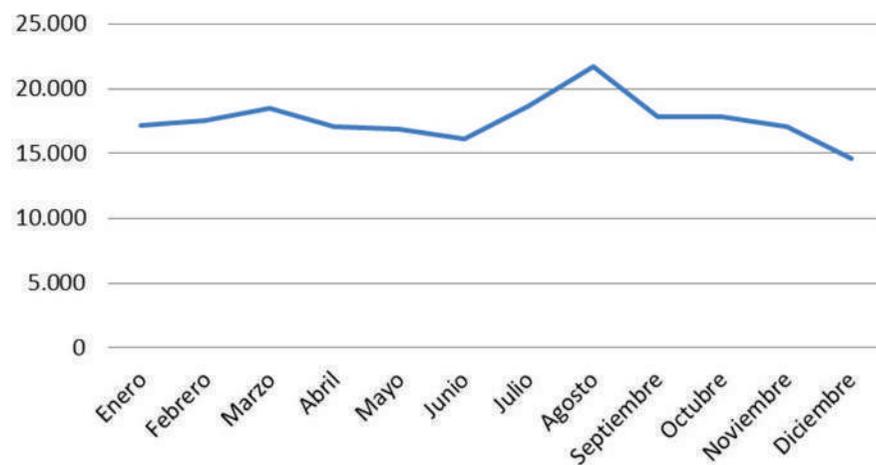
*Fuente: Google Analytics

Gráfico 16. Comparativa 2018-2022



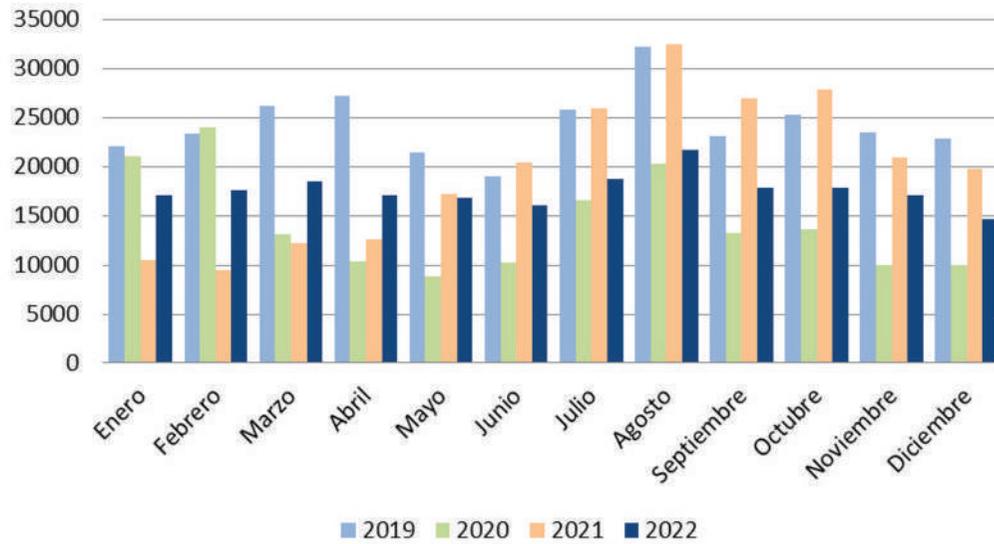
Los meses con mayor número de usuarios fueron agosto, julio y febrero. Podemos ver cómo las cifras se mantienen en una línea bastante estable, subiendo de los 20.000 usuarios únicamente en agosto y bajando de los 15.000 únicamente en diciembre.

Gráfico 17. Usuarios 2022

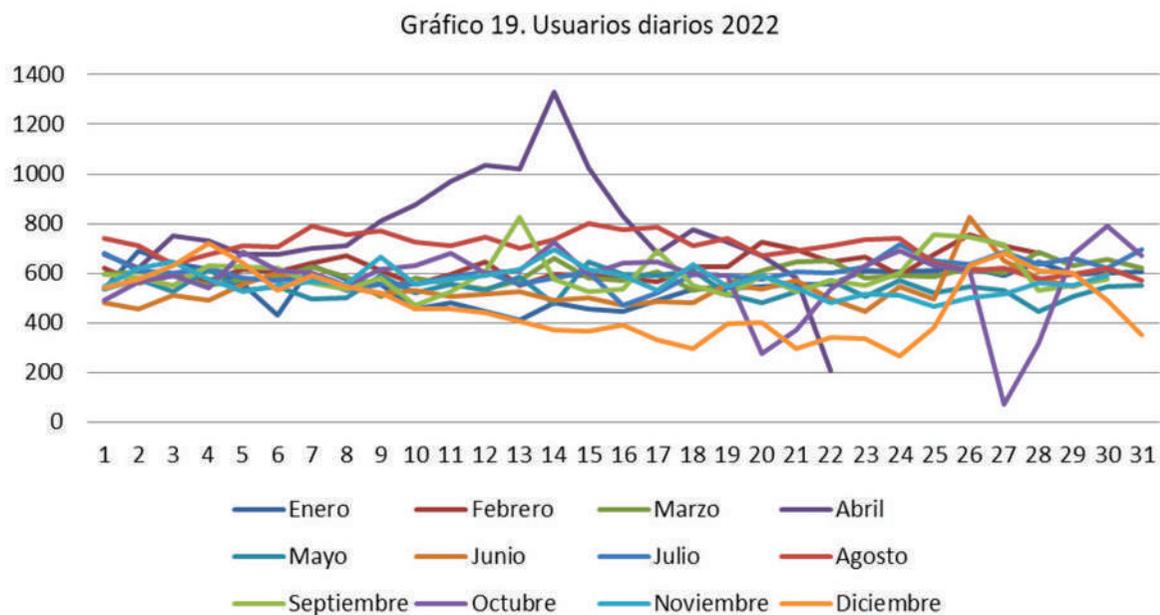


Los usuarios se mantienen estables durante todo el año, sin los altibajos por temporadas que veíamos en otros años.

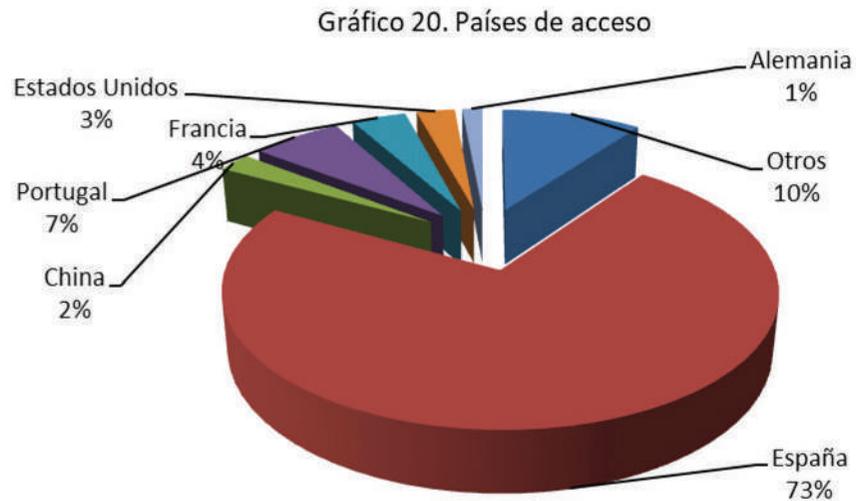
Gráfico 18. Comparaciones usuarios 2019-2022



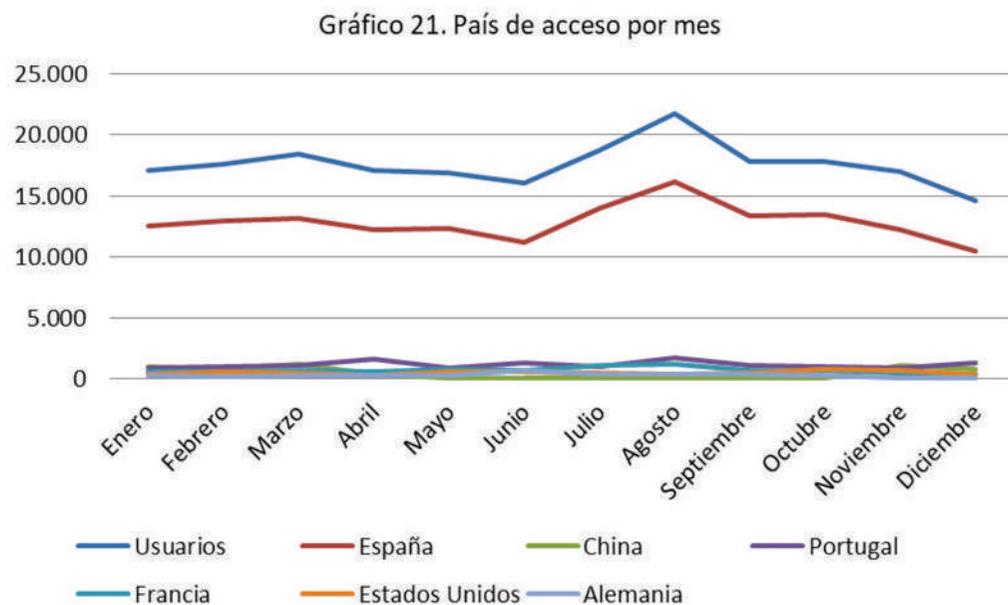
El comportamiento diario por meses está en la misma línea de los resultados mensuales agregados: agosto, julio y febrero se mantienen líderes. La estabilidad mensual de la que hemos hablado se observa también en el comportamiento diario, ya que los usuarios diarios se mueven (todos los meses) entre los 400 y los 800 usuarios. Cabe destacar el pico de usuarios en la web del 10 al 15 de abril, por la festividad del Lunes de Aguas; el 27 de octubre, que hubo una caída de la web y algunos días de diciembre, en los que los usuarios bajaron de 400.



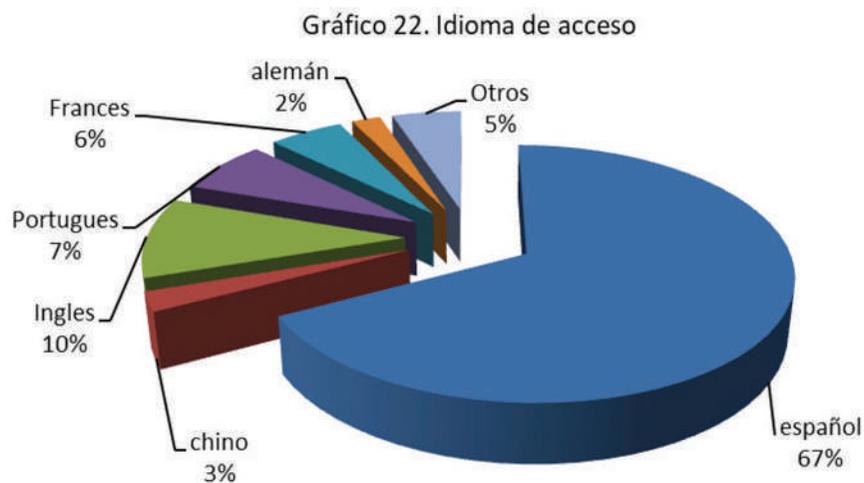
Los países desde los que más usuarios ha recibido la página web www.salamanca.es han sido: España (con el 72,91% de los usuarios), Portugal (6,48%), Francia (3,93%), EE.UU. (2,76%), China (2,37%) y Alemania (1,47%). Por tercer año consecutivo, hay un número importante de usuarios vinculados a China.



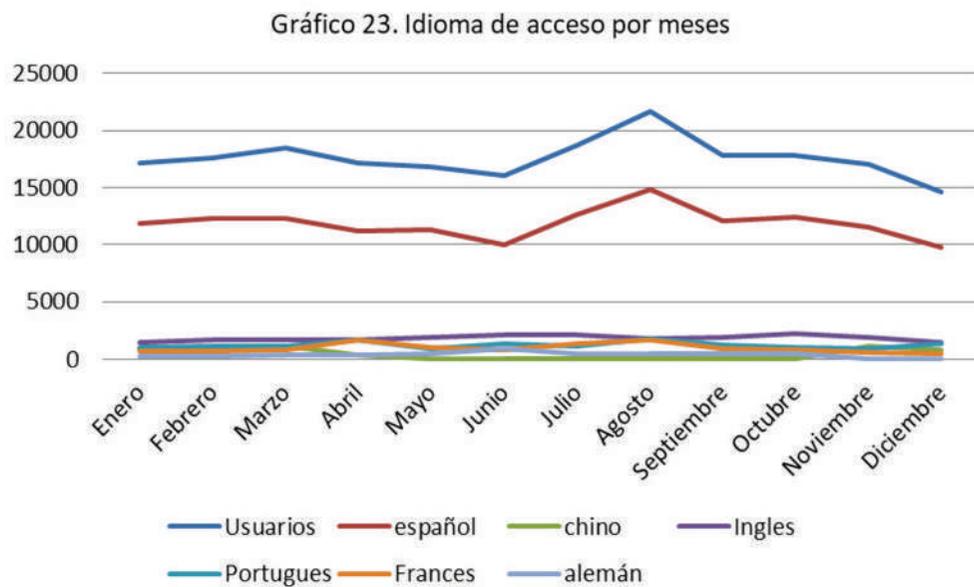
En la siguiente distribución vemos cómo la forma de la línea de usuarios está marcada por los que acceden a la página desde España. Viendo las líneas del resto de los países podemos observar cómo el interés de los portugueses es más elevado en abril y agosto, los usuarios asociados a Francia destacaron en julio y agosto y los usuarios chinos aparecen de enero a abril y de nuevo en noviembre y diciembre.



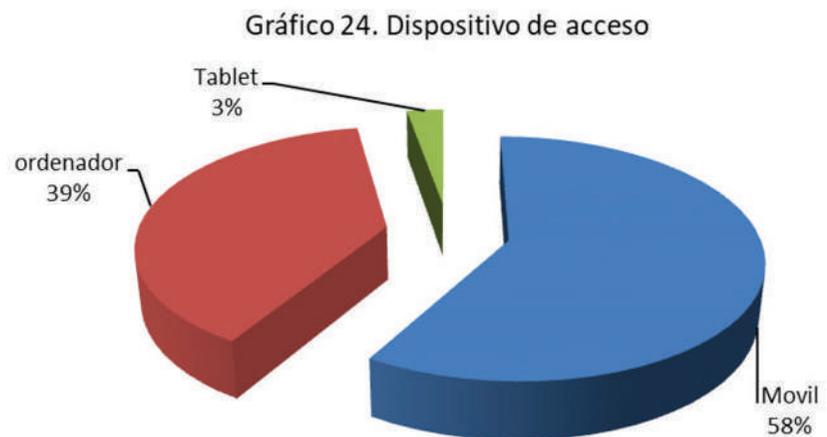
Las cifras relativas a los idiomas usados por estos usuarios son muy similares a las del país de acceso: el español es el principal idioma utilizado por los usuarios, en el 67,34% de los casos, seguido del inglés con el 10,45%. Consecuentemente con las cifras vistas en los gráficos 5 y 6, el 2,48% de los usuarios accedieron a la página web en chino.



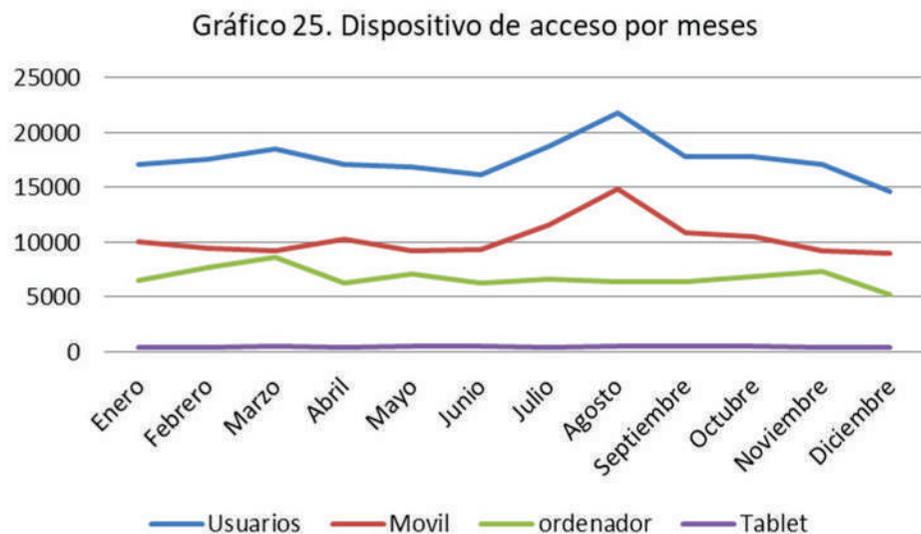
Las líneas de distribución por meses son similares a las que observamos en el gráfico 6, (País de acceso por meses): el idioma inglés predomina todos los meses por encima del resto, mientras que se notan subidas del francés en abril y mayo.



Un 61,36% de los usuarios han utilizado un dispositivo móvil (Smartphone o Tablet). Los usuarios que acceden a la web desde un ordenador se mantienen en valores cercanos al 40%.



En la distribución por meses por dispositivo de acceso vemos como el acceso en el móvil es el que marca la línea de los usuarios. Es interesante ver cómo en marzo y noviembre los usuarios de ordenador casi igualan a los usuarios de móvil.

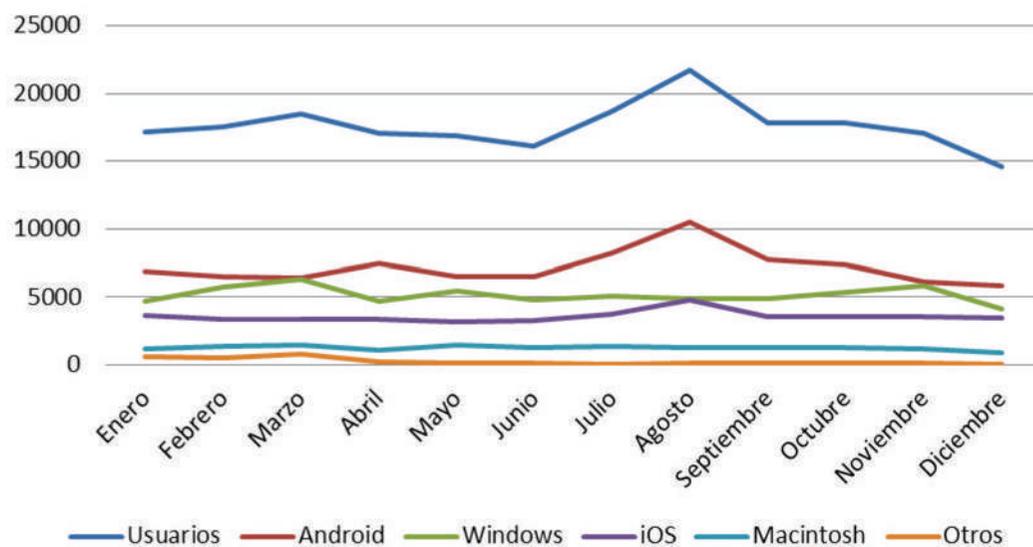


Cerca de la mitad de estos usuarios (40,89%) ha usado Android como sistema operativo de acceso a la web, un 29,42% ha usado Windows y un 20,49% iOS (Apple). El 98% de los usuarios han utilizado los sistemas operativos usados mayoritariamente por dispositivos móviles y ordenadores.

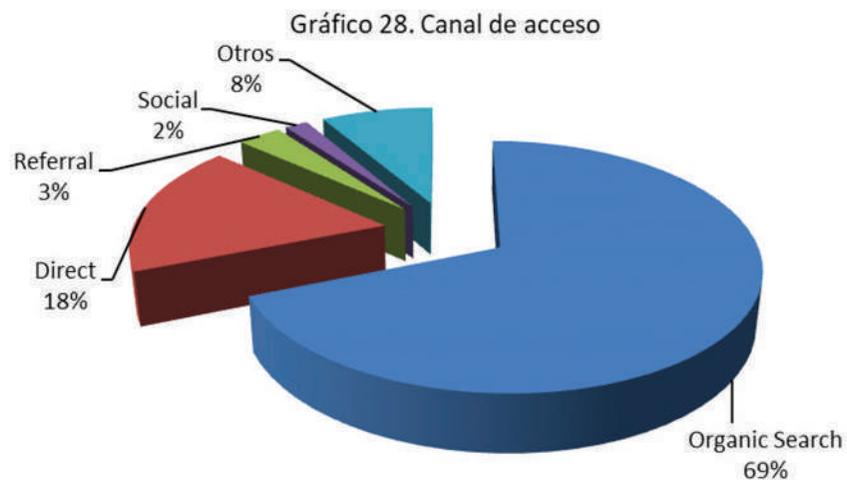


Como vemos, Android marca la forma de la línea de usuarios, aunque al igual que comentamos en los dispositivos de acceso, en marzo y noviembre estos usuarios son igualados por los de Windows.

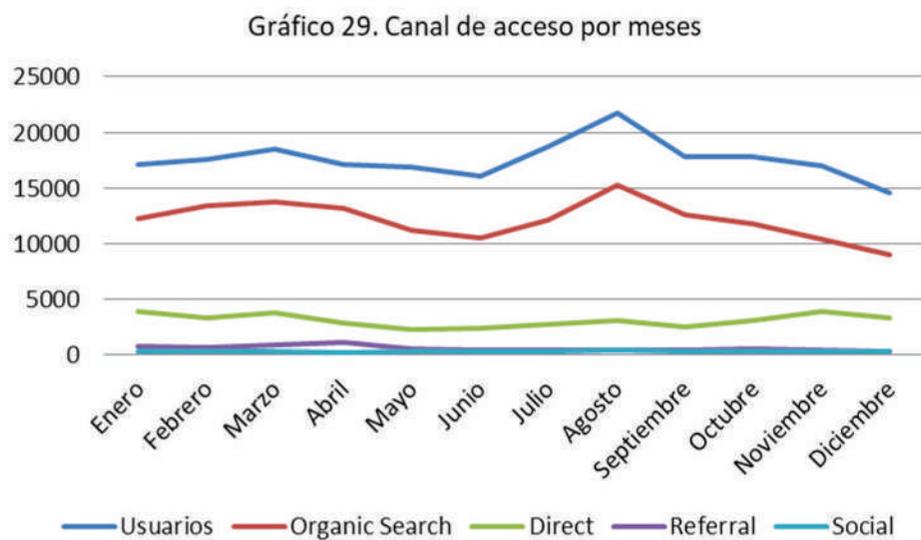
Gráfico 27. Sistema operativo por mes de acceso



Con respecto a los canales por los que los usuarios llegan a la página web www.salamanca.es, el 68,90% lo hacen por medio de una búsqueda directa en buscadores, esto es, poniendo las palabras de búsqueda relacionadas con nuestra web y accediendo a ella desde los resultados que le arroja el buscador. El 17,62% acceden a la página poniendo directamente nuestra dirección en el buscador o página de acceso a internet que usen. El 3,30% acceden desde referencias en otras páginas web, blogs, artículos, etc. Mientras que el 1,73% lo hacen desde las referencias de las diferentes redes sociales.



Al ver la distribución de los canales de acceso por meses las líneas son similares, cabe destacar que la entrada referencial en abril destaca del resto de su serie.



3. Visitas al patrimonio monumental y cultural

3.1 Ieronimus. Torres medievales de la Catedral

Durante 2022 el espacio recibió 118.912 visitas, cifra que supone un aumento del 49,84% con respecto a 2021, pero aún es un 17,85% menos que en 2019. Tenemos que añadir a esta cifra a 1.388 escolares que visitaron el espacio dentro del programa de la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes.

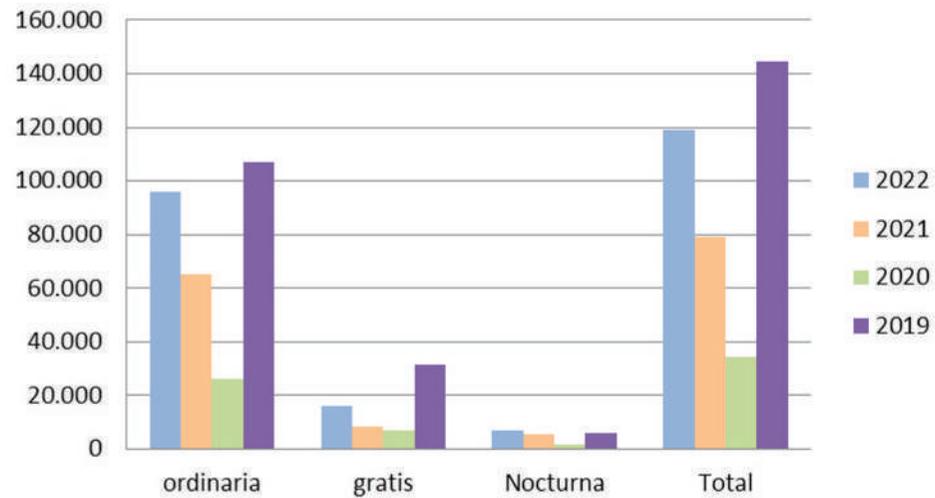
Este dato incluye las visitas en horario diurno (95.473) que ascienden un 46,59%, las nocturnas (7.098) que ascienden un 26,28% y las gratuitas (16.071) con un ascenso del 90,75%.

Tabla 14. Visitantes Ieronimus

	2022	2021	2020	2019
Enero	5.248	745	4.505	4.915
Febrero	8.300	456	8.280	7.284
Marzo	8.722	1.099	2.473	14.527
Abril	14.453	2.699		16.132
Mayo	10.672	5.037		13.593
Junio	9.226	6.223		14.381
Julio	9.402	8.768	3.782	12.412
Agosto	13.089	14.675	7.350	16.292
Septiembre	11.123	10.182	3.335	12.967
Octubre	12.728	12.589	2.802	11.761
Noviembre	7.746	8.008	380	10.498
Diciembre	8.203	8.877	1.528	9.993
Total	118.912	79.358	34.435	144.755

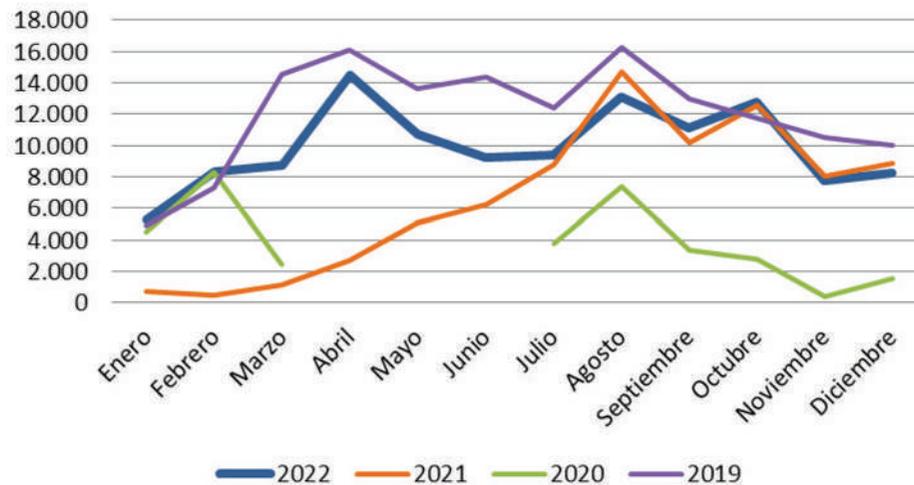
*Fuente: Gestión de Ieronimus

Gráfico 30. Comparación 2019-2022



La afluencia, superada la pandemia del Covid-19, reproduce los patrones anteriores a 2020, salvo pico en marzo y junio. Al igual que es 2021 es reseñable la afluencia de visitantes al espacio en septiembre, con valores cercanos a los de agosto.

Gráfico 31. Distribución visitas



En 2022 se han realizado, como viene siendo habitual, el programa de visitas nocturnas en fin de semana. Durante este año se han realizado visitas de febrero a diciembre. Además se han efectuado visitas nocturnas "A la carta", fuera del horario preestablecido.

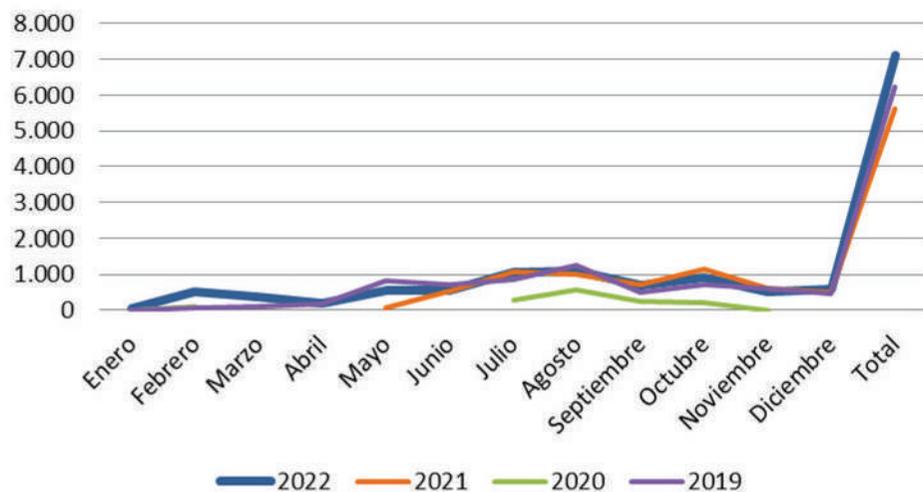
En total han utilizado este servicio 7.098 personas. Supone una subida del 26,28% con respecto a 2021. Esta cifra está también por encima de los valores de 2019. Teniendo una afluencia bastante homogénea salvo por la bajada de abril (en Semana Santa no es posible realizar visitas nocturnas) y la gran afluencia de julio, agosto y octubre.

Tabla 15. Visitas nocturnas Ieronimus

	2022	2021	2020	2019
Enero	50		7	0
Febrero	507		117	81
Marzo	361			100
Abril	197			162
Mayo	547	62		828
Junio	541	546		704
Julio	1.059	1.062	283	853
Agosto	1.109	1.006	573	1.240
Septiembre	704	700	257	494
Octubre	908	1.147	202	706
Noviembre	507	591	8	620
Diciembre	608	507		457
Total	7.098	5.621	1.447	6.245

*Fuente: Gestión de Ieronimus

Gráfico 32. Distribución visitas nocturnas



leronimus ofrece también un horario de puertas abiertas (entrada gratuita) durante el año, las dos últimas horas del horario de los domingos, además de días puntuales de puertas abiertas (programas municipales de apertura de monumentos).

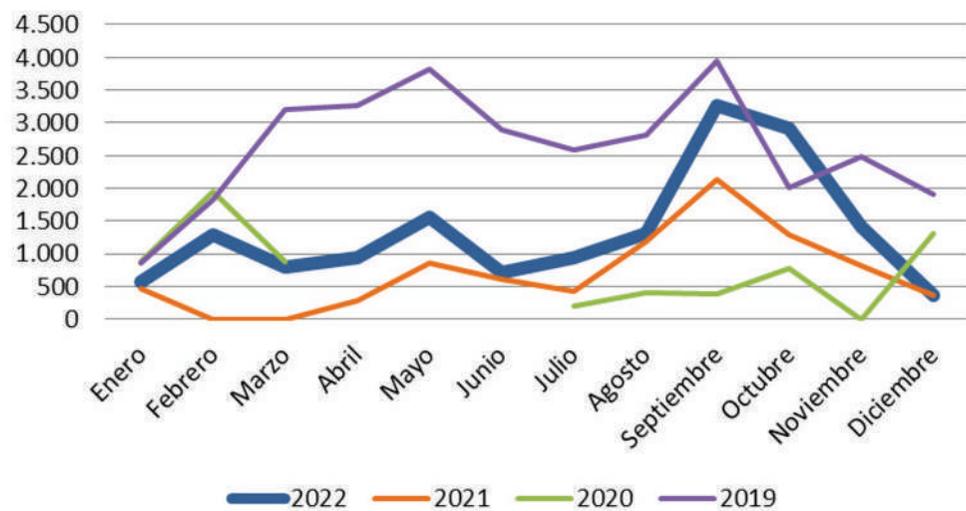
En esta modalidad de visita ascendieron a las Torres de la Catedral 16.071 personas, un 90,75% más que en 2021.

Tabla 16. Visitantes gratuitos Ieronimus

	2022	2021	2020	2019
Enero	562	475	872	854
Febrero	1.299	0	1.945	1.823
Marzo	793	0	886	3.198
Abril	950	291		3.260
Mayo	1.560	850		3.820
Junio	713	603		2.895
Julio	940	426	203	2.575
Agosto	1.301	1.191	412	2.820
Septiembre	3.264	2.124	376	3.952
Octubre	2.912	1.284	774	2.015
Noviembre	1.421	818	0	2.485
Diciembre	356	363	1.307	1.902
Total	16.071	8.425	6.775	31.599

*Fuente: Gestión de Ieronimus

Gráfico 33. Distribución visitas gratuitas



3.2 Scala Coeli. Las Torres de la Clerecía

Durante 2022 la subida a las Torres de la Clerecía, Scala Coeli, ha recibido 81.100 visitas, un 49,58% más que en 2021 y un 5% más que en 2019. Este espacio ya ha superado totalmente el efecto pandemia.

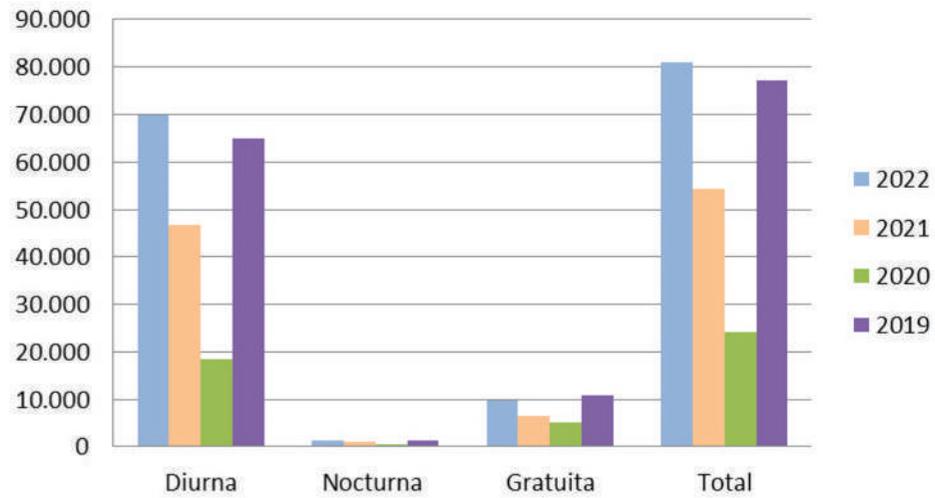
Se incluyen en esta cifra las visitas ordinarias (69.817) que suben un 49,38%, las visitas nocturnas (1.406) que ascienden un 39,76% y las visitas gratuitas (9.835) que suben un 52,55%.

Tabla 17. Visitas a Scala Coeli

	2022	2021	2020	2019
Enero	3.975	532	3.114	3.100
Febrero	5.180	356	5.077	3.650
Marzo	5.119	1.348	759	6.925
Abril	10.102	1.376		7.363
Mayo	5.979	2.854		7.180
Junio	5.686	3.821	458	5.780
Julio	6.780	5.930	2.655	7.149
Agosto	12.613	12.317	5.621	12.681
Septiembre	7.810	6.623	1.999	7.063
Octubre	7.748	8.471	1.945	5.881
Noviembre	4.969	5.307	680	5.033
Diciembre	5.139	5.284	1.770	5.427
Total	81.100	54.219	24.078	77.232

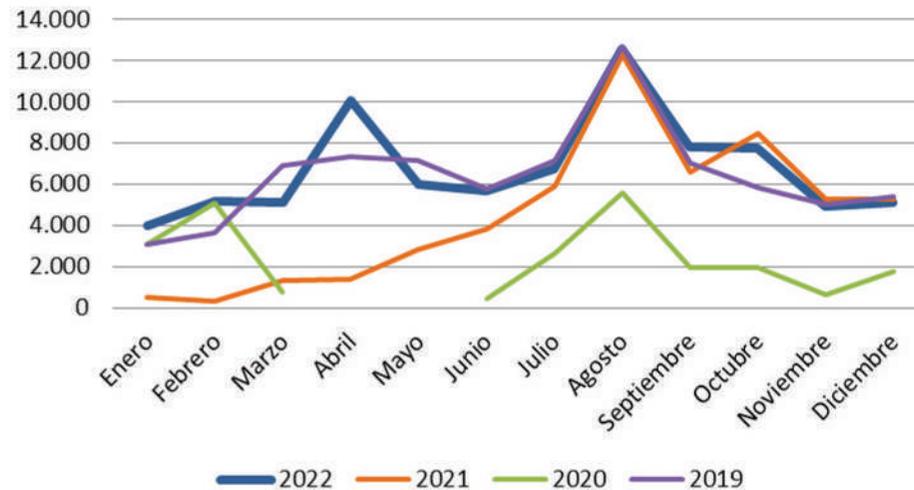
*Fuente: Gestión de Scala Coeli

Gráfico 34. Comparación 2019-2022



Agosto es el mes que más visitas se reciben en el espacio, igualando prácticamente las cifras de 2019. Únicamente en marzo y mayo el espacio recibe menos visitantes que en 2019. Junio, noviembre y diciembre tienen prácticamente los mismos valores.

Gráfico 35. Distribución visitas



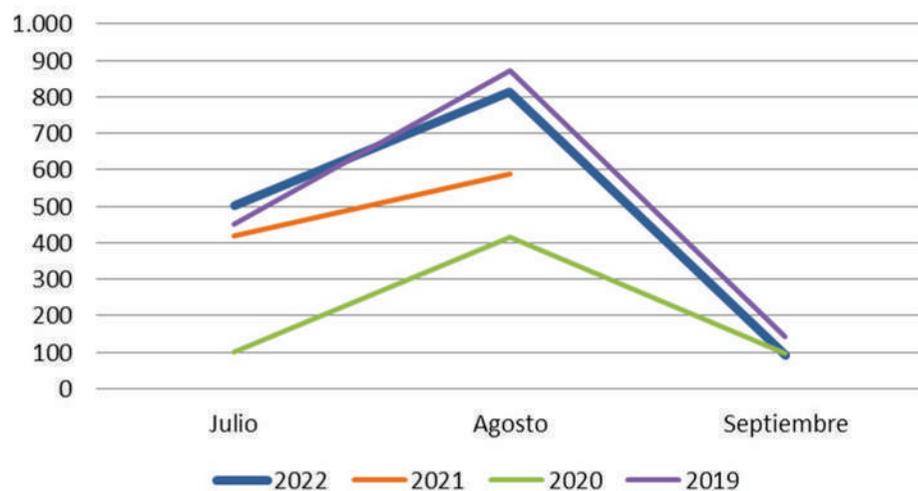
En 2022 se ha continuado el programa de visitas nocturnas, durante julio, agosto y septiembre. Han acudido a visitar las Torres de la Clerecía en horario nocturno 1.406 personas, un 39,76% más que en 2021. De ellas 1.338 fueron adultos y 68 niños.

Tabla 18. Visitas nocturnas a Scala Coeli

	2022	2021	2020	2019
Julio	501	418	102	449
Agosto	815	588	415	872
Septiembre	90		95	142
Total	1.406	1.006	612	1.463

*Fuente: Gestión de Scala Coeli

Gráfico 36. Distribución visitas nocturnas



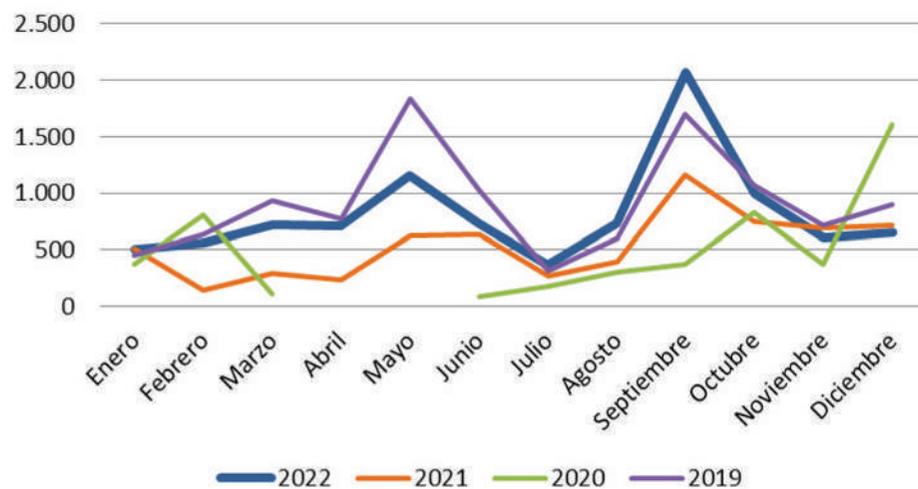
En 2022, 9.835 personas visitaron Scala Coeli de manera gratuita. El ascenso respecto a 2021 fue del 52,55%. Los martes en horario de 10 a 12h (excepto festivos, julio y agosto) visitaron el espacio 3.992 personas. También hubo entrada gratuita en días puntuales incluidos en los programas municipales de apertura de monumentos (2.317 personas). Se incluyen en este apartado los niños menores de 12 años (que no pagan entrada), 2.466, las visitas institucionales (654 personas) y las visitas de escolares organizadas por la Fundación Salamanca Ciudad Cultura y Saberes (406 niños).

Tabla 19. Visitantes gratuitos a Scala Coeli

	2022	2021	2020	2019
Enero	510	507	373	452
Febrero	563	151	805	642
Marzo	723	293	117	930
Abril	711	239		775
Mayo	1.161	628		1.832
Junio	738	634	91	1.024
Julio	371	275	180	313
Agosto	736	392	307	597
Septiembre	2.065	1.167	377	1.699
Octubre	994	752	828	1.066
Noviembre	607	697	373	721
Diciembre	656	712	1.611	901
Total	9.835	6.447	5.062	10.952

*Fuente: Gestión de Scala Coeli

Gráfico 37. Distribución visitas gratuitas



3.3 Casa Lis. Museo de Art Nouveau-Art Decó

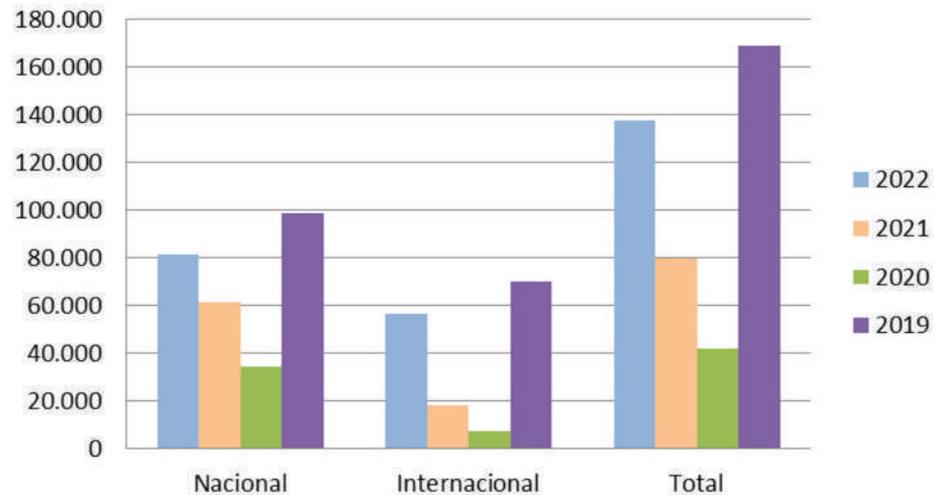
Las visitas en 2022 a este museo modernista fueron 137.759. Supone un aumento del 73,15% con respecto a 2021 pero aún un descenso del 18,45% con respecto a 2019.

Tabla 20. Visitantes al Museo Casa Lis

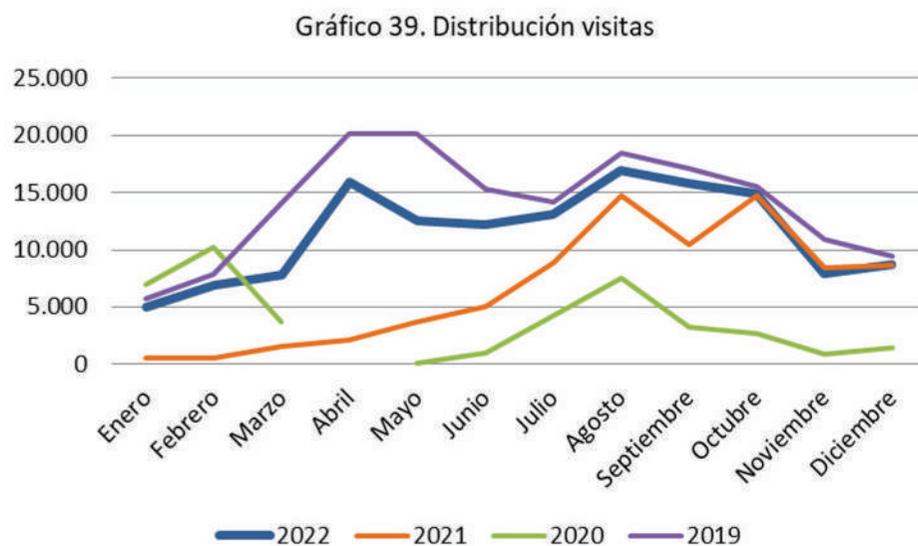
	2022	2021	2020	2019
Enero	5.025	592	6.921	5.739
Febrero	6.887	510	10.183	7.894
Marzo	7.840	1.615	3.727	14.086
Abril	15.906	2.136		20.169
Mayo	12.560	3.702	112	20.197
Junio	12.205	5.094	1.034	15.279
Julio	13.094	8.922	4.271	14.169
Agosto	16.985	14.713	7.525	18.407
Septiembre	15.762	10.514	3.224	17.134
Octubre	14.946	14.777	2.634	15.475
Noviembre	7.889	8.376	939	10.962
Diciembre	8.660	8.610	1.426	9.416
Total	137.759	79.561	41.996	168.927

*Fuente: Gestión del Museo Casa Lis

Gráfico 38. Comparación 2019-2022



De marzo a junio hay más diferencia en la llegada de visitantes al Museo. Los otros ocho meses las cifras son muy similares a las observadas en 2019.



El 58,97% de los visitantes al Museo durante 2022 son de procedencia nacional (incluyendo las visitas locales). El total de estas entradas es de 81.241, un 31,82% más que en 2021 (sólo un 17,72% menos que en 2019).

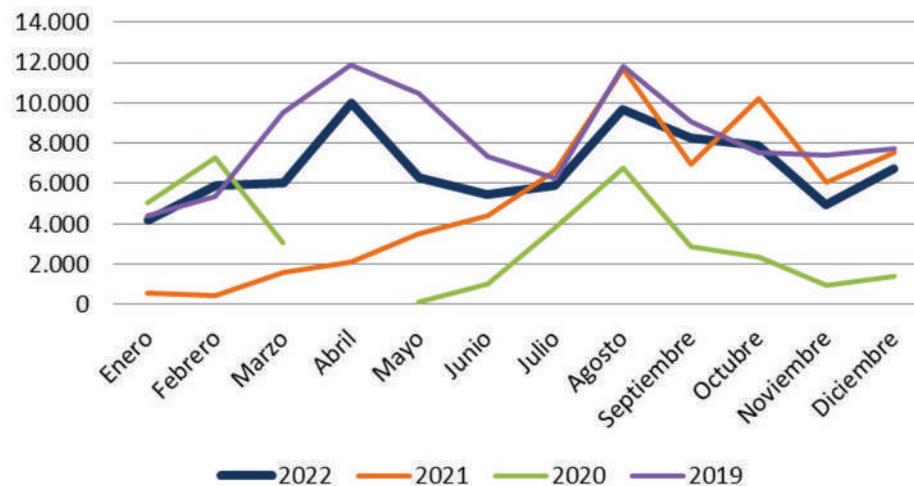
Tabla 21. Visitantes nacionales a Casa Lis

	2022	2021	2020	2019
Enero	4.186	568	5.044	4.410
Febrero	5.892	435	7.290	5.355
Marzo	6.041	1.577	3.025	9.509
Abril	9.989	2.087		11.855
Mayo	6.302	3.489	112	10.493
Junio	5.436	4.371	1.016	7.360
Julio	5.912	6.636	3.793	6.265
Agosto	9.680	11.701	6.771	11.826
Septiembre	8.276	6.966	2.889	9.046
Octubre	7.895	10.210	2.319	7.508
Noviembre	4.918	6.083	927	7.415
Diciembre	6.714	7.509	1.381	7.698
Total	81.241	61.632	34.567	98.740

*Fuente: Gestión del Museo Casa Lis

La distribución es muy parecida a la de 2019, aunque en todo momento (menos en octubre) por debajo de ella.

Gráfico 40. Distribución visitas nacionales



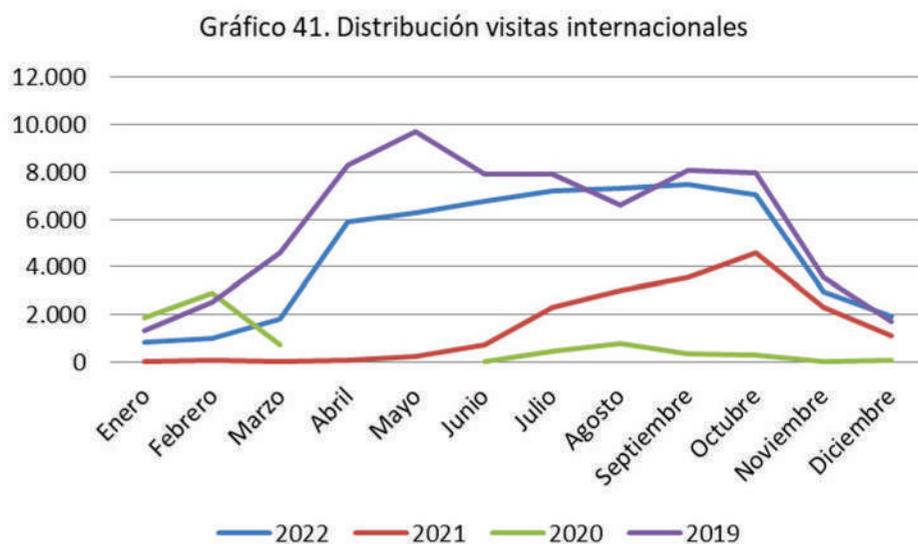
Los visitantes internacionales en 2022 fueron 56.518, el 41,03% de los totales. Esta cifra supone un ascenso del 215,23% con respecto a 2021, con una excelente recuperación, pero aún no se llega a los valores de 2019.

Tabla 22. Visitantes internacionales a Casa Lis

	2022	2021	2020	2019
Enero	839	24	1.877	1.329
Febrero	995	75	2.893	2.539
Marzo	1.799	38	702	4.577
Abril	5.917	49		8.314
Mayo	6.258	213		9.704
Junio	6.769	723	18	7.919
Julio	7.182	2.286	478	7.904
Agosto	7.305	3.012	754	6.581
Septiembre	7.486	3.548	335	8.088
Octubre	7.051	4.567	315	7.967
Noviembre	2.971	2.293	12	3.547
Diciembre	1.946	1.101	45	1.718
Total	56.518	17.929	7.429	70.187

*Fuente: Gestión del Museo Casa Lis

La primera mitad del año es más floja en cuanto a estas llegadas, lo que evidencia que el turismo internacional comenzó a recuperarse más tarde que el nacional.



Durante 2022 el Museo Casa Lis ha albergado las siguientes exposiciones temporales (datos incluidos en el total de visitantes):

- "Dalí y la Divina Comedia" del 17 de marzo al 11 de septiembre. Fue visitada por 60.000 personas.
- "Las hijas del jazz" del 22 de diciembre a abril de 2023.

3.4 Museo de Historia de la Automoción

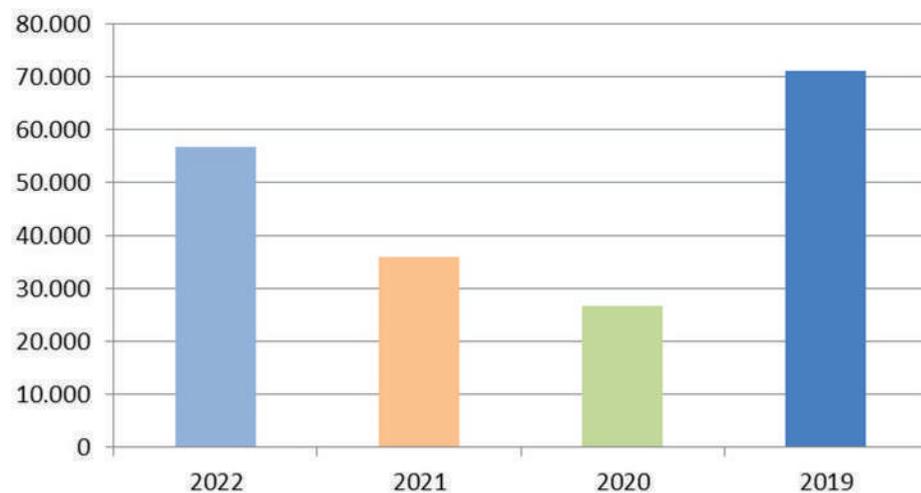
Este espacio, durante 2022, recibió 56.799 visitas. Esta cifra supone un aumento del 57,19% con respecto a 2021 y una diferencia de -20,02% con respecto a 2019.

Tabla 23. Visitantes Museo Historia de la Automoción

	2022	2021	2020	2019
Enero	3.679	2.088	4.472	3.381
Febrero	4.300	568	5.954	3.870
Marzo	3.765	1.059	1.728	4.757
Abril	5.975	1.585		6.573
Mayo	4.961	2.282	66	8.428
Junio	3.474	1.926	467	3.793
Julio	3.932	3.615	1.838	4.438
Agosto	6.059	5.782	3.981	7.480
Septiembre	7.081	4.485	2.183	12.654
Octubre	5.043	5.145	1.456	5.613
Noviembre	4.191	2.364	698	4.467
Diciembre	4.339	5.236	3.819	5.566
Total	56.799	36.135	26.662	71.020

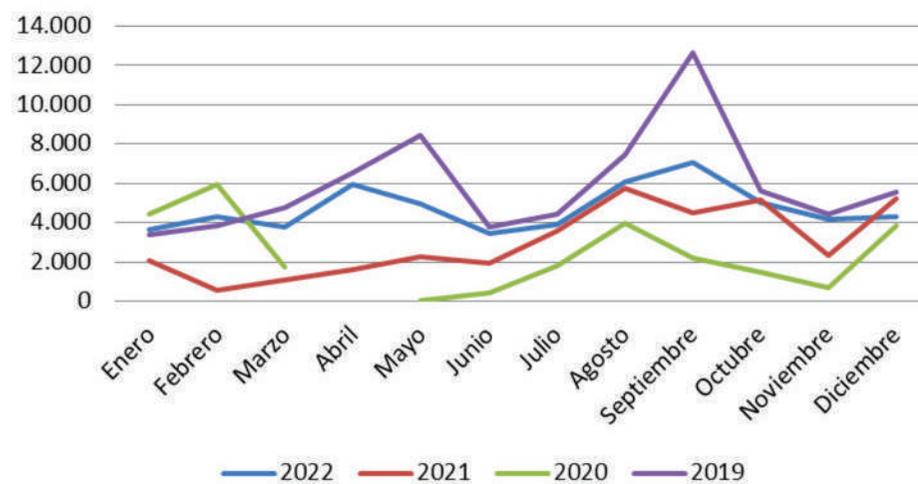
*Fuente: Gestión del MHAS

Gráfico 42. Comparación 2019-2022



A falta de los picos de mayo y septiembre, los datos han sido muy similares a los de 2019, con una distribución similar.

Gráfico 43. Distribución visitas



3.5 Monumenta Salmanticae

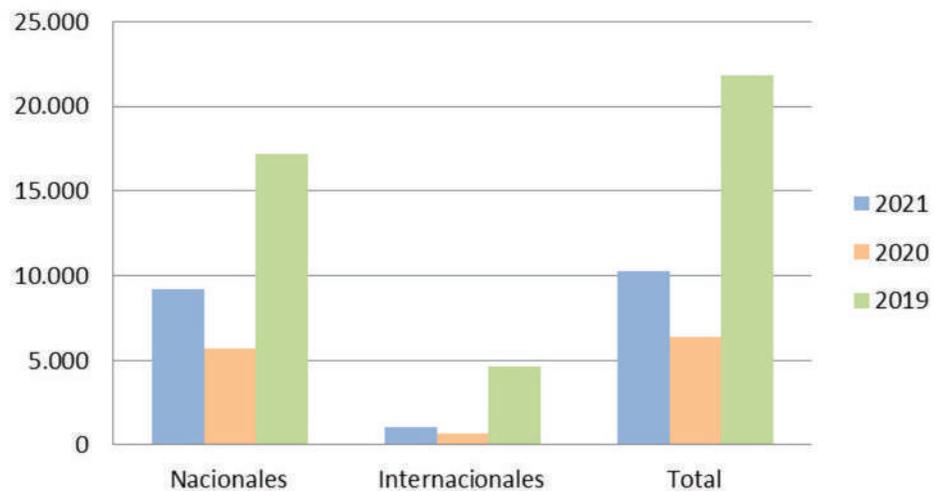
Durante 2022 el centro de interpretación de Monumenta Salmanticae recibió 15.393 visitantes, un 50,06% más que en 2020, aunque aún un 29,38% menos que en 2019. De estas visitas 539 corresponden a escolares (visitas de la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes) y 404 realizaron el Scape Room existente en el espacio.

Tabla 24. Visitantes Monumenta Salmanticae

	2022	2021	2020	2019
Enero	626	86	988	848
Febrero	1.405	141	1.174	1.153
Marzo	885	421	668	1.766
Abril	1.201	393		2.580
Mayo	1.378	617		1.683
Junio	1.085	654	129	1.182
Julio	883	986	610	1.422
Agosto	1.419	1.489	1.055	2.081
Septiembre	1.459	1.149	566	2.040
Octubre	1.578	1.842	530	2.355
Noviembre	1.817	1.269	320	2.676
Diciembre	1.657	1.211	352	2.013
Total	15.393	10.258	6.392	21.799

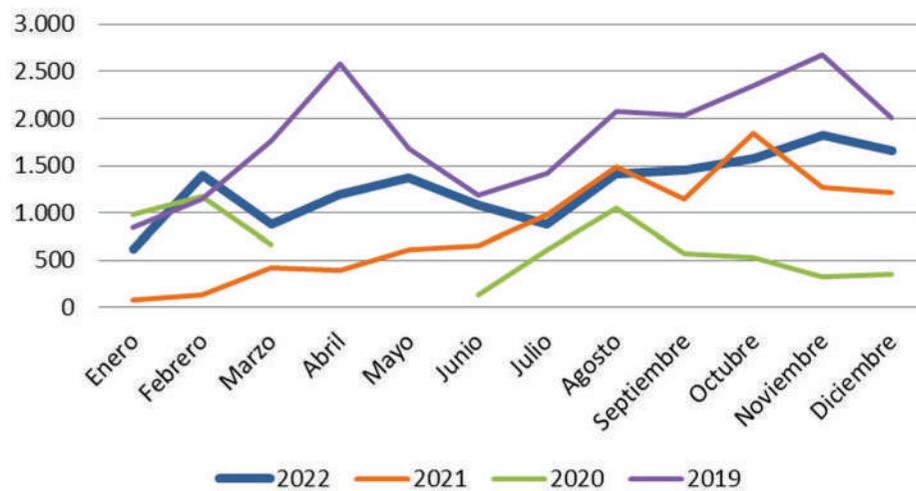
*Fuente: Monumenta Salmanticae

Gráfico 44. Comparación 2019-2022



La distribución de visitantes empieza a parecerse a la anterior a la pandemia, aunque aún sin el pico de abril ni valores tan altos de agosto a noviembre.

Gráfico 45. Distribución visitas



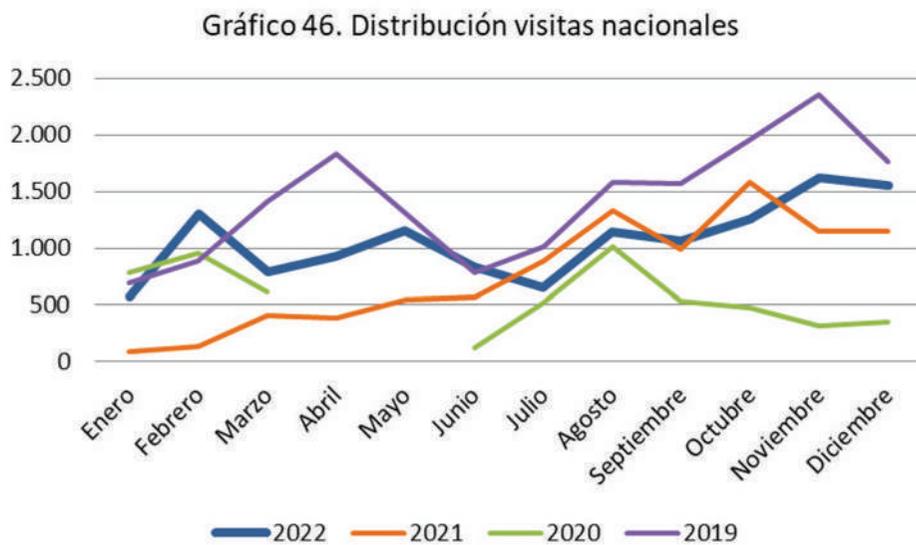
Los visitantes nacionales, 12.874 en 2022, representan el 83,64% de las visitas al espacio. Este tipo de visitante ha incrementado sus cifras en un 39,43% en relación a 2021 (aún un 24,96% por debajo del 2019).

Tabla 25. Visitantes nacionales Monumenta Salmanticae

	2022	2021	2020	2019
Enero	571	86	789	698
Febrero	1.302	139	956	884
Marzo	794	414	615	1.412
Abril	931	387		1.837
Mayo	1.153	551		1.306
Junio	831	571	126	786
Julio	650	882	519	1.011
Agosto	1.142	1.333	1.012	1.582
Septiembre	1.067	987	538	1.569
Octubre	1.257	1.584	479	1.953
Noviembre	1.622	1.153	316	2.355
Diciembre	1.554	1.146	347	1.764
Total	12.874	9.233	5.697	17.157

*Fuente: Monumenta Salmanticae

Los visitantes nacionales, debido al peso que tienen en el total, son los que marcan la línea de tendencia general, y se reproduce lo indicado en la distribución general.



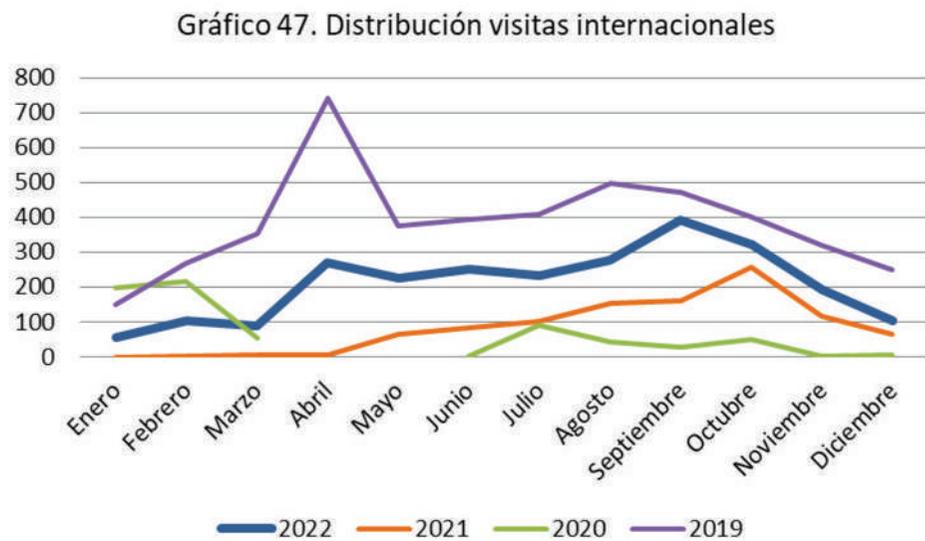
Con respecto a las visitas internacionales, en 2022 el espacio recibió 2.519, un 145,76% más que en 2021. Representan el 16,36% de los visitantes.

Tabla 26. Visitantes internacionales Monumenta Salmanticae

	2022	2021	2020	2019
Enero	55	0	199	150
Febrero	103	2	218	269
Marzo	91	7	53	354
Abril	270	6		743
Mayo	225	66		377
Junio	254	83	3	396
Julio	233	104	91	411
Agosto	277	156	43	499
Septiembre	392	162	28	471
Octubre	321	258	51	402
Noviembre	195	116	4	321
Diciembre	103	65	5	249
Total	2.519	1.025	695	4.642

*Fuente: Monumenta Salmanticae

Menos en marzo y abril, la distribución de las visitas internacionales en 2022 es similar a la de 2019, aunque con valores inferiores todos los meses.



3.6 Universidad Pontificia de Salamanca: Vita Ignatti

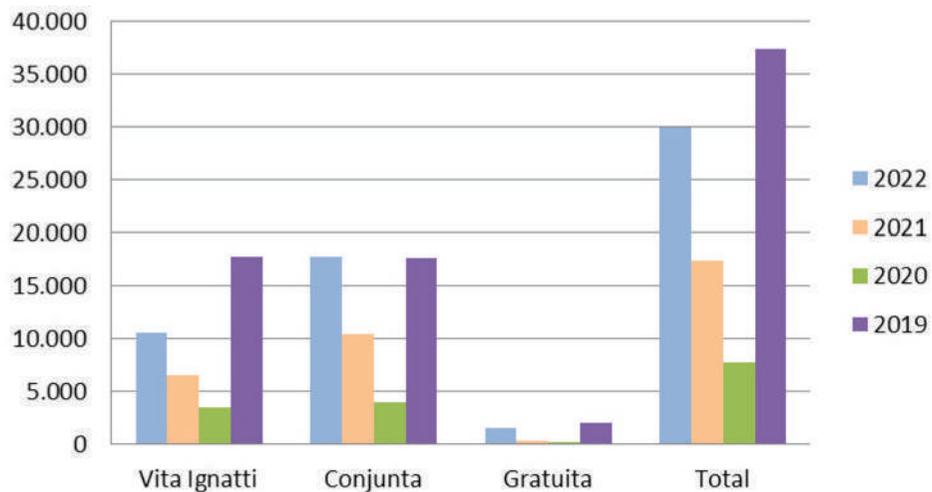
Los datos facilitados por la Universidad Pontificia de Salamanca nos muestran que en 2022 Vita Ignatti recibió 29.964 visitas, un 72,62% más que en 2021. Esta cifra aún está un 19,87% por debajo de los datos de 2019.

Tabla 27. Visitantes a Vita Ignatti

	2022	2021	2020	2019
Enero	1.151		1.912	1.460
Febrero	2.040		2.523	1.577
Marzo	1.959	2	555	3.432
Abril	3.972	7		4.603
Mayo	2.012	7		3.412
Junio	2.293	241		2.916
Julio	2.546	1.197	619	2.767
Agosto	4.717	4.962	1.266	5.688
Septiembre	2.553	2.884	536	2.854
Octubre	3.035	3.770	392	2.958
Noviembre	1.701	1.801		2.720
Diciembre	1.985	2.487		3.006
Total	29.964	17.358	7.803	37.393

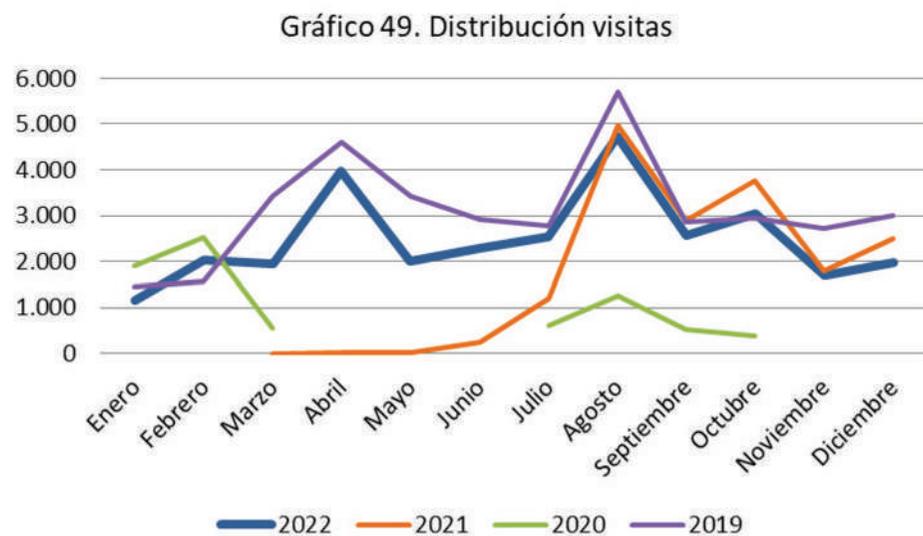
*Fuente: Universidad Pontificia de Salamanca

Gráfico 48. Comparación 2019-2022



Esta cifra incluye la entrada normal (se visita sólo este espacio), que fue utilizada por 10.629 personas (un 62,32% más que en 2021), la entrada conjunta con Scala Coeli, realizada por 17.797 visitantes (un 70,40% más que en 2021) y las visitas gratuitas, 1.538 personas (ascendieron un 320,22%).

La distribución de las visitas es similar a la de 2019, con picos de afluencia en abril, agosto y octubre y cifras muy similares el resto del año.



3.7 Museo del Comercio y de la Industria de Salamanca

Las visitas al Museo del Comercio durante 2022 fueron 16.550, un 93,75% más que en 2021 (5,40% por encima de las visitas de 2019).

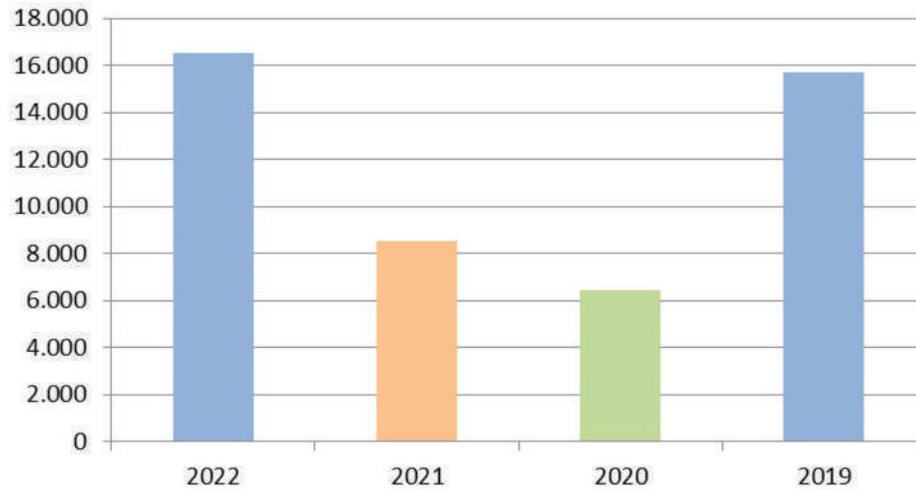
De los espacios analizados hasta el momento, es el segundo, junto con Scala Coeli, que supera sus valores de visitantes anteriores a la pandemia del Covid-19.

Tabla 28. Visitantes Museo del Comercio

	2022	2021	2020	2019
Enero	799	653	1.112	818
Febrero	1.325	410	1.635	1.219
Marzo	1.865	470	932	2.174
Abril	964	313		1.036
Mayo	1.215	613	21	1.320
Junio	4.086	626	232	1.801
Julio	606	516	219	712
Agosto	530	312	392	659
Septiembre	1.011	1.235	402	957
Octubre	668	1.402	341	1.644
Noviembre	842	1.292	416	1.496
Diciembre	2.639	700	743	1.865
Total	16.550	8.542	6.445	15.701

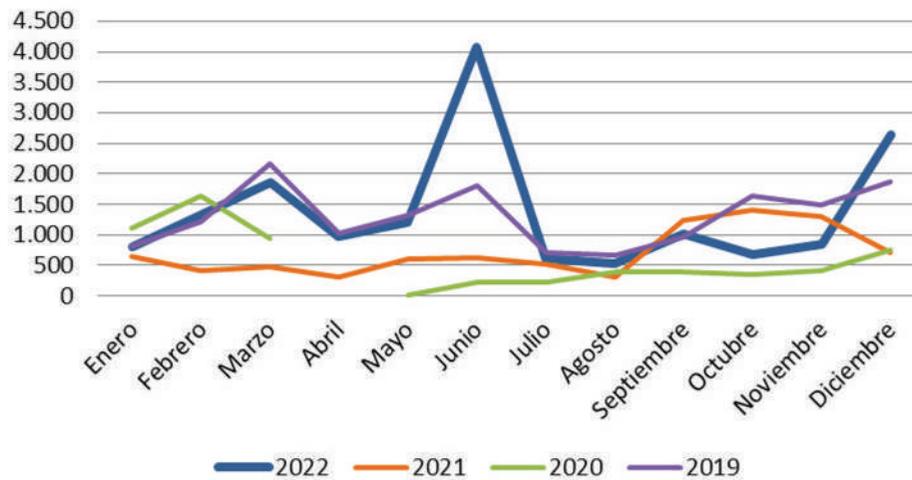
*Fuente: Museo del Comercio

Gráfico 50. Comparación 2019-2022



La línea de 2022 está prácticamente superpuesta a la de 2019 salvo por los picos de junio y diciembre y un descenso en octubre y noviembre.

Gráfico 51. Distribución visitas



3.8 Museo Taurino

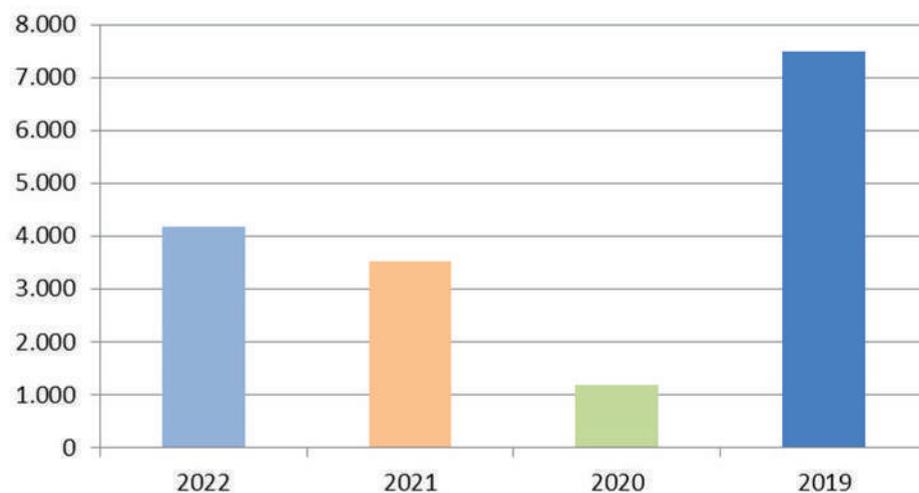
Durante 2022 este espacio recibe 4.187 visitas, un 18,65% más que el año anterior pero aún un 44,21% por debajo de las cifras pre-pandemia. Esta cifra incluye a 1.652 personas que visitaron el Museo de manera gratuita y 251 que realizaron el Scape Room que existe en el espacio.

Tabla 29. Visitantes al Museo Taurino

	2022	2021	2020	2019
Enero	51	63	276	195
Febrero	128	18	426	467
Marzo	273	154	48	694
Abril	251	28		1.131
Mayo	654	144		1.070
Junio	419	70	5	418
Julio	319	181	33	394
Agosto	213	1.265	78	423
Septiembre	1.117	913	44	1.289
Octubre	212	231	82	358
Noviembre	244	229	37	269
Diciembre	306	233	168	797
Total	4.187	3.529	1.197	7.505

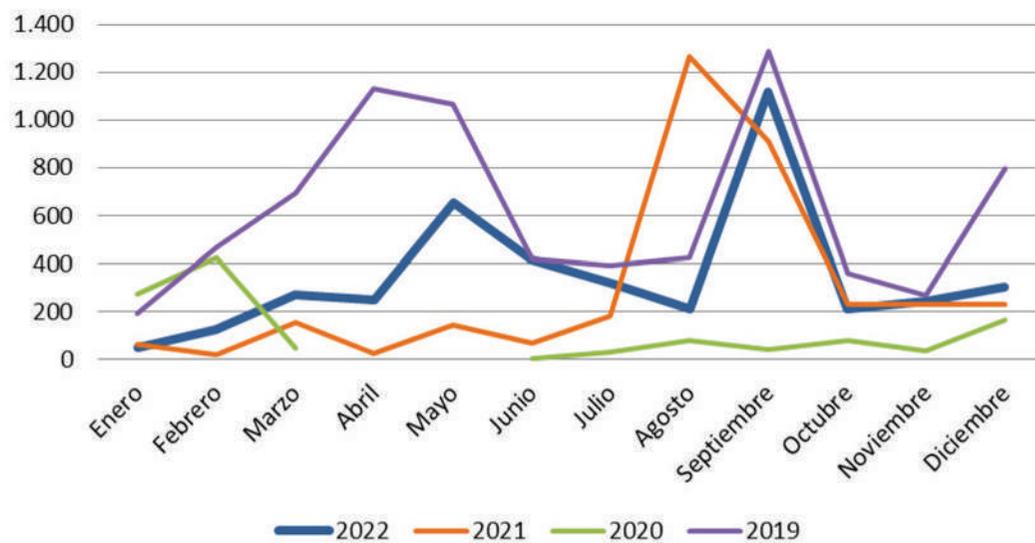
*Fuente: Museo Taurino

Gráfico 52. Comparación 2019-2022



Las cifras de los visitantes a partir de junio son similares a las de 2019. En los primeros cinco meses del año las cifras de visitantes son muy bajas.

Gráfico 53. Distribución visitas



3.9 Filmoteca de Castilla y León

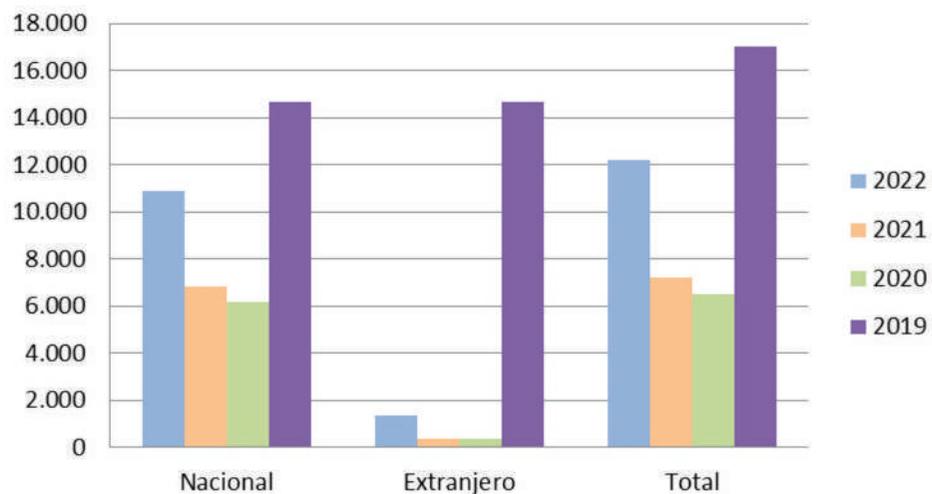
La exposición Artilugios para Fascinar de la Filmoteca de Castilla y León recibió en 2022 a 12.207 visitantes, un 69,31% más que en 2021, pero aún sin alcanzar los valores de 2019 (-28,28%).

Tabla 30. Visitantes Filmoteca de Castilla y León

	2022	2021	2020	2019
Enero	734	304	1.207	1.094
Febrero	831	0	1.513	1.514
Marzo	1.167	0	426	1.795
Abril	1.272	71		1.636
Mayo	1.298	646		1.263
Junio	901	784	66	1.059
Julio	1.041	1.535	509	1.851
Agosto	1.218	904	792	1.506
Septiembre	932	643	408	1.441
Octubre	1.120	844	631	1.311
Noviembre	866	750	501	1.623
Diciembre	827	729	468	928
Total	12.207	7.210	6.521	17.021

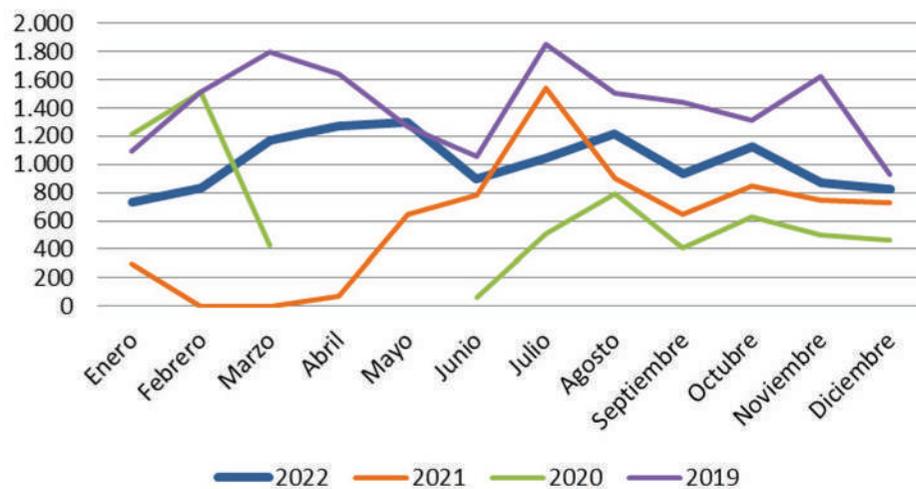
*Fuente: Filmoteca de Castilla y León

Gráfico 54. Comparación 2019-2022



La afluencia durante todo el año fue bastante regular, sin los picos de marzo, julio y noviembre habituales antes de la pandemia del Covid-19.

Gráfico 55. Distribución visitas



Los visitantes nacionales que fueron en 2022 a la Filmoteca de Castilla y León ascienden a 10.919, un 59,77% más que en 2021. Esta cifra representa el 89,45% del total de visitas del espacio.

Tabla 31. Visitantes nacionales Filmoteca de Castilla y León

	2022	2021	2020	2019
Enero	687	304	1.082	1.029
Febrero	770	0	1.337	1.471
Marzo	1.051	0	417	1.499
Abril	1.167	71		1.302
Mayo	1.068	633		1.028
Junio	741	764	66	883
Julio	867	1.436	500	1.540
Agosto	1.195	846	765	1.250
Septiembre	858	609	398	1.167
Octubre	987	774	629	1.169
Noviembre	767	701	501	1.455
Diciembre	761	696	468	898
Total	10.919	6.834	6.163	14.691

*Fuente: Filmoteca de CyL

Al tener tanto peso en el total la distribución nacional es muy parecida a la general. Mayo, abril y agosto son los meses que más se acercan a la afluencia anterior a la pandemia.



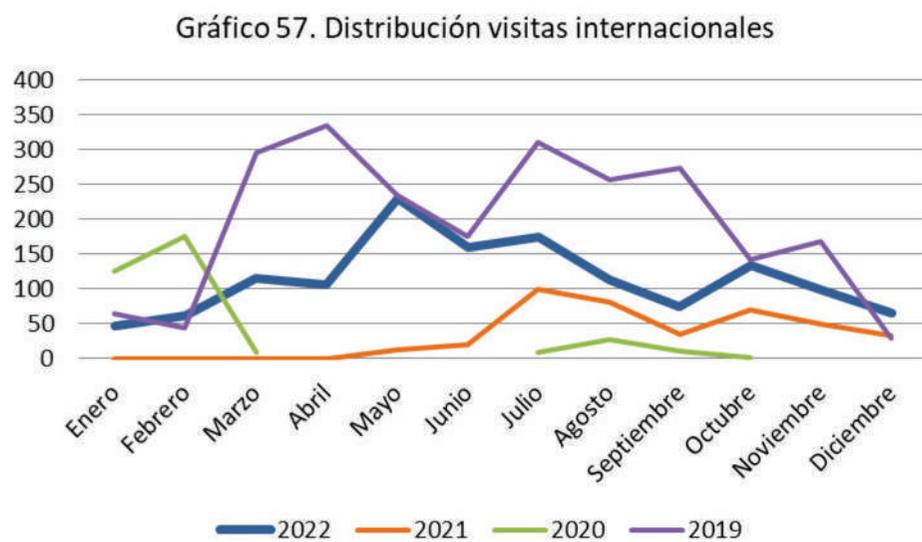
En lo referente al mercado internacional, la Filmoteca de Castilla y León recibió durante 2022 la visita de 1.379 foráneos, un 246,48% más que en 2021.

Tabla 32. Visitantes extranjeros Filmoteca de Castilla y León

	2022	2021	2020	2019
Enero	47	0	125	65
Febrero	61	0	176	43
Marzo	116	0	9	296
Abril	105	0		334
Mayo	230	13		235
Junio	160	20		176
Julio	174	99	9	311
Agosto	114	80	27	256
Septiembre	74	34	10	274
Octubre	133	70	2	142
Noviembre	99	49		168
Diciembre	66	33		30
Total	1.379	398	358	2.330

*Fuente: Filmoteca de Cyl

En el caso de los visitantes internacionales al espacio, se puede comenzar a hablar de recuperación, incluso hay cinco meses con valores muy cercanos a 2019, pero aún queda trabajo por hacer para recuperar a este tipo de visitante.



3.10 Museo de pintura medieval de Santa Clara

En el año 2022 el Museo Convento de Las Claras recibió 5.152 visitantes, un 32,65% más que en 2021, y un 64,28% por encima de los recibidos en 2019.

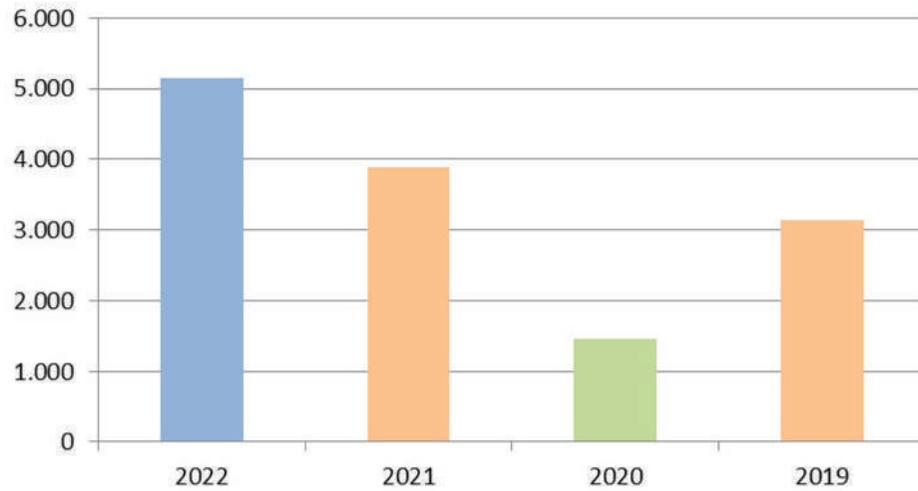
El Museo tuvo puertas abiertas del 1 al 9 de enero de 2022, de ahí la alta cifra de visitantes en ese mes.

Tabla 33. Visitantes Museo de Pintura Medieval Santa Clara

	2022	2021	2020	2019
Enero	1.159	47	211	188
Febrero	270	66	187	224
Marzo	349	144	28	266
Abril	448	73		253
Mayo	318			400
Junio	355			296
Julio	279		199	237
Agosto	443		357	384
Septiembre	303	729	142	227
Octubre	319	488	137	236
Noviembre	378	425	61	239
Diciembre	531	1.912	139	186
Total	5.152	3.884	1.461	3.136

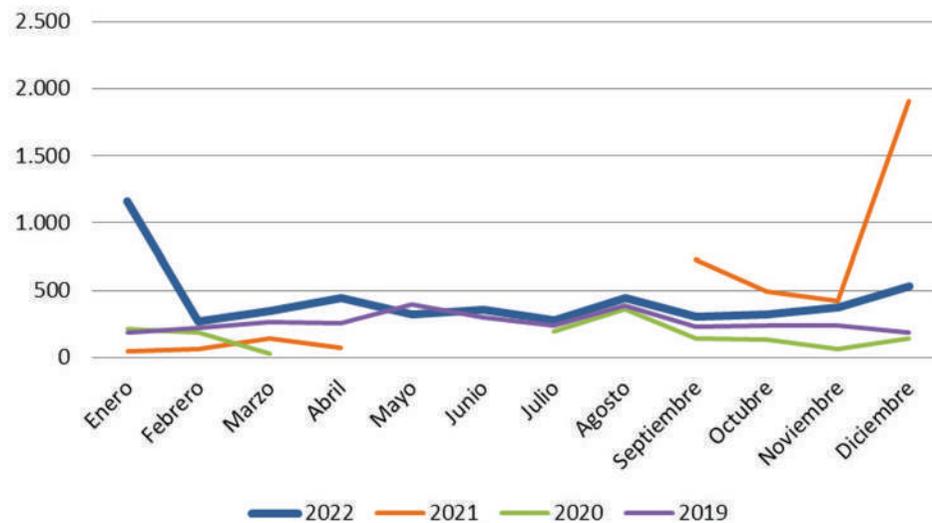
*Fuente: Museo de Pintura Medieval Santa Clara

Gráfico 58. Comparación 2019-2022



Este espacio, salvo por los datos de enero, tiene su línea de distribución prácticamente encima de la de 2019.

Gráfico 59. Distribución visitas



3.11 Casa de Santa Teresa

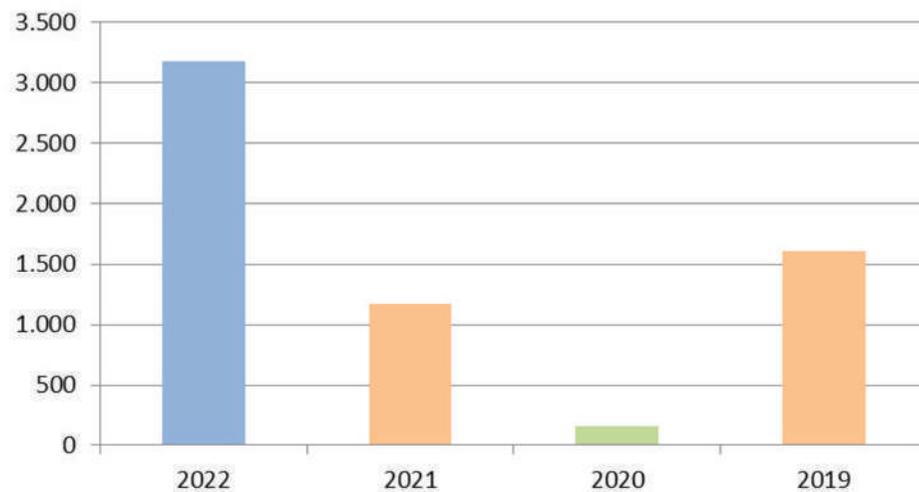
La Casa de Santa Teresa recibió 3.170 visitantes en 2022. No se puede comparar con las cifras de 2021, puesto que durante este año estuvo abierto únicamente medio año. Sí se puedan comparar con los datos de 2019, superados ampliamente (+96,77%).

Tabla 34. Visitantes Casa de Santa Teresa

	2022	2021	2020	2019
Enero	17	0	93	197
Febrero	43	0	55	105
Marzo	300	0	12	84
Abril	196	0	0	164
Mayo	92	0	0	201
Junio	86	0	0	123
Julio	79	30	0	134
Agosto	241	204	0	126
Septiembre	134	100	0	104
Octubre	513	171	0	186
Noviembre	927	418	0	145
Diciembre	542	245	0	42
Total	3.170	1.168	160	1.611

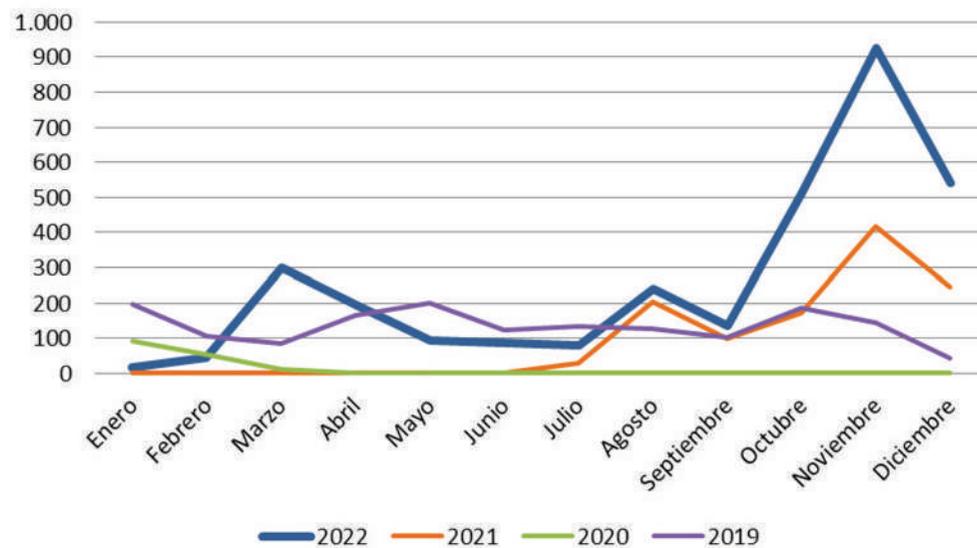
*Fuente: Casa de Santa Teresa

Gráfico 60. Comparación 2019-2022



La distribución en 2022 es muy similar a la de 2019 salvo en los dos últimos meses del año, con gran afluencia de visitantes debido a las visitas al espacio programadas dentro de “Las Llaves de la Ciudad”.

Gráfico 61. Distribución visitas



3.12 Albergue de peregrinos Casa de la Calera

Durante 2022 el albergue recibió a 1.314 peregrinos. Las comparaciones anuales únicamente pueden ser tenidas en cuenta mensualmente, no de manera global, puesto que en 2021 el espacio únicamente estuvo abierto seis meses.

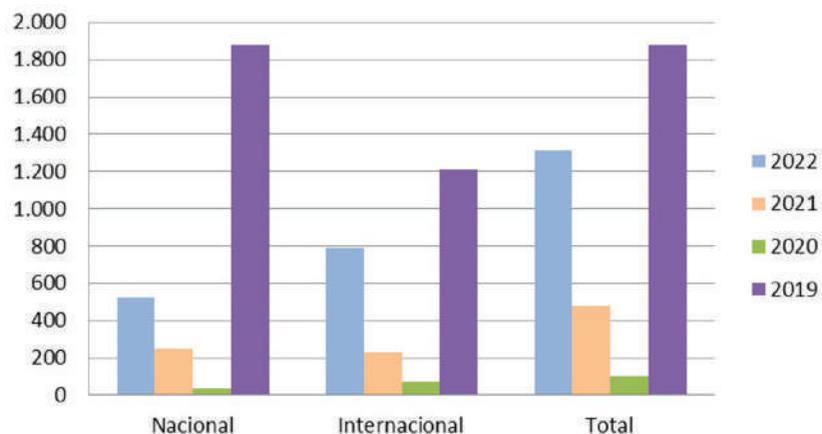
Con respecto a 2019, las cifras de peregrinos aún están un 30,03% por debajo.

Tabla 35. Usuarios Albergue de peregrinos

	2022	2021	2020	2019
Enero	18		31	41
Febrero	33		58	55
Marzo	113		15	153
Abril	224			282
Mayo	270			364
Junio	91			287
Julio	87	70		84
Agosto	89	40		115
Septiembre	88	102		203
Octubre	205	186		158
Noviembre	67	63		100
Diciembre	29	17		36
Total	1.314	478	104	1.878

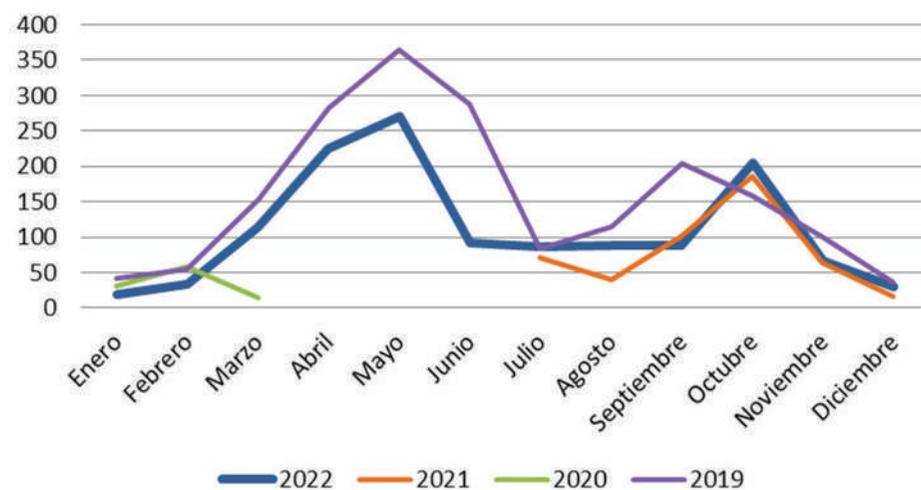
*Fuente: Albergue de peregrinos

Gráfico 62. Comparación 2019-2022



Abril, mayo y junio deben recuperar los peregrinos a los que nos tenía acostumbrados el histórico del albergue, pero la recuperación de afluencia habitual va a buen ritmo.

Gráfico 63. Distribución peregrinos



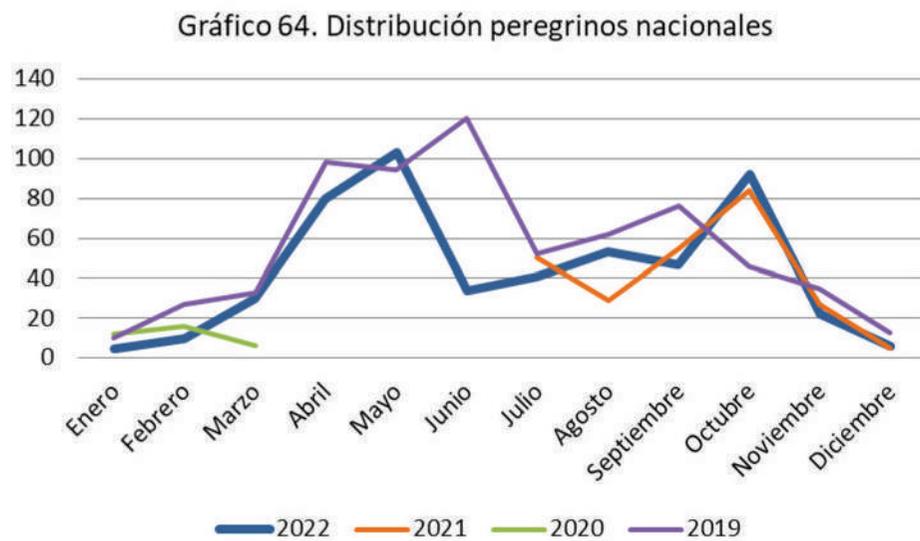
Los peregrinos nacionales fueron 523, un 221,47% menos que en 2019 (último periodo de referencia).

Tabla 36. Usuarios nacionales

	2022	2021	2020	2019
Enero	5		12	10
Febrero	10		16	27
Marzo	30		6	33
Abril	80			98
Mayo	103			94
Junio	34			120
Julio	41	50		52
Agosto	53	29		62
Septiembre	47	55		76
Octubre	92	84		46
Noviembre	22	27		35
Diciembre	6	5		13
Total	523	250	34	666

*Fuente: Albergue de peregrinos

Mayo y octubre superan las cifras de 2019 mientras que en junio se observa mucha diferencia negativa con ese año.



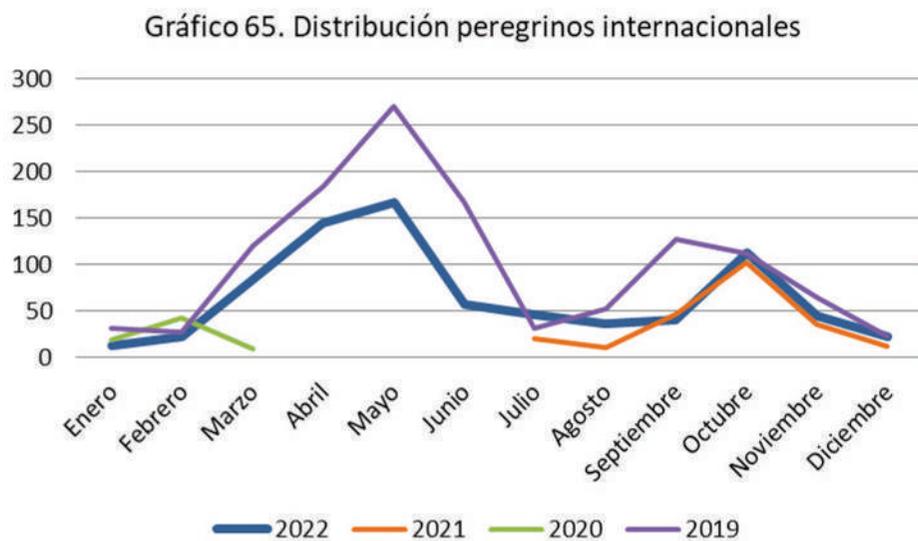
Los peregrinos extranjeros que llegaron al albergue en 2022 fueron 791, un 34,73% menos que en 2019.

Tabla 37. Usuarios internacionales

	2022	2021	2020	2019
Enero	13		19	31
Febrero	23		42	28
Marzo	83		9	120
Abril	144			184
Mayo	167			270
Junio	57			167
Julio	46	20		32
Agosto	36	11		53
Septiembre	41	47		127
Octubre	113	102		112
Noviembre	45	36		65
Diciembre	23	12		23
Total	791	228	70	1.212

*Fuente: Albergue de peregrinos

De abril a junio las cifras son mucho más bajas que en 2019, al igual que en septiembre. El resto de meses la distribución es similar.



3.13 Iglesia de la Vera Cruz

2022 es el tercer año completo de apertura de la Iglesia de la Vera Cruz, aunque debido a la pandemia provocada por el SARS-CoV-2 y el confinamiento general que tuvo lugar, es el segundo año con cifras de visitantes todos los meses.

Durante este año visitaron el espacio 20.337 personas, un 10,88% más que en 2021. El 80,72% de ellas fueron realizadas por nacionales y el 19,28% por internacionales.

Tabla 38. Visitas Iglesia de la Vera Cruz

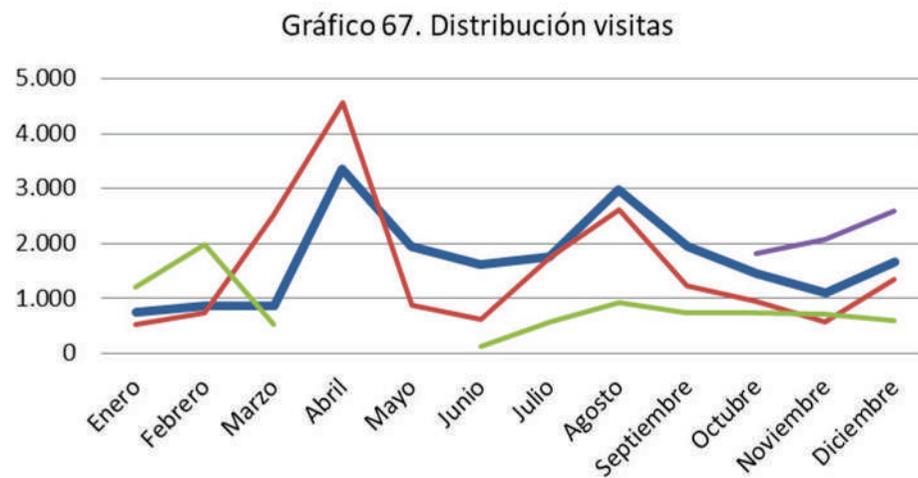
	2022	2021	2020	2019
Enero	748	530	1.216	
Febrero	878	743	1.987	
Marzo	879	2.519	521	
Abril	3.349	4.573		
Mayo	1.947	878		
Junio	1.621	618	141	
Julio	1.750	1.745	580	
Agosto	2.977	2.611	924	
Septiembre	1.948	1.241	739	
Octubre	1.457	952	738	1.820
Noviembre	1.105	568	726	2.069
Diciembre	1.678	1.363	595	2.602
Total	20.337	18.341	8.167	6.491

*Fuente: Iglesia de la Vera Cruz

El 51,92% de las visitas totales fueron realizadas por salmantinos, un público muy importante entre los visitantes a esta iglesia, sede de la Cofradía de Semana Santa con el mismo nombre.



El pico en la distribución correspondiente a abril es más atenuado que en 2021, el resto de meses está por encima del año anterior. Habrá que esperar unos años más para conocer cuál es la línea de tendencia definitiva del espacio.



3.14 Iglesias de la ciudad

En 2022 se abrieron al público seis iglesias dentro del programa de apertura de templos de la Diócesis de Salamanca, el Patronato provincial de Turismo y la Junta de Castilla y León en verano. El periodo de apertura se realizó del 13 de julio al 12 de septiembre.

Tabla 39. Visitantes iglesias en verano

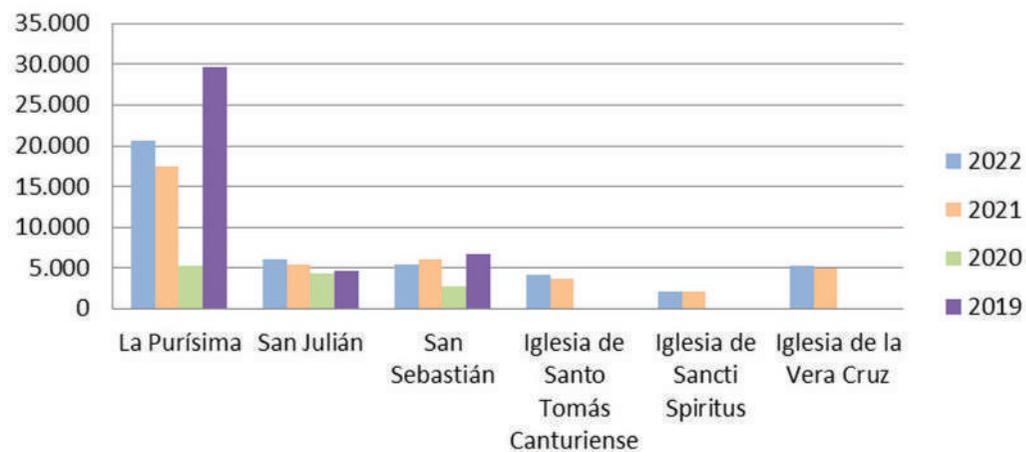
	2022	2021	2020	2019
La Purísima	20.708	17.407	5.285	29.722
San Julián	6.122	5.410	4.317	4.639
San Sebastián	5.424	6.122	2.707	6.714
Iglesia de Santo Tomás Canturiense	4.109	3.703		
Iglesia de Sancti Spiritus	2.078	2.059		
Iglesia de la Vera Cruz	5.342	4.973		

*Fuente: Diócesis de Salamanca

No se pueden comparar totalmente las cifras puesto que sólo tres iglesias tienen histórico de apertura en verano. Otras tres únicamente han abierto en 2021 y 2022.

Aun así las iglesias más populares son las más grandes y las que más se integran en la ruta turística: La iglesia de la Purísima y la de San Martín de Tours.

Gráfico 68. Comparación verano 2019-2022



En 2022 volvieron a abrirse iglesias en el periodo de Semana Santa, en este caso fueron también seis aunque no todas coinciden con las abiertas en el periodo estival.

La iglesia más popular en este periodo es San Martín de Tours seguida de la Purísima. El resto de iglesias no superan las 10.000 visitas (San Marcos no supera ni las 1.000).

Tabla 40. Visitantes iglesias en Semana Santa

	2022
Iglesia de la Purísima	13.386
Iglesia de San Marcos	626
Iglesia de San Sebastián	7.985
Iglesia de San Julián	3.251
Iglesia de San Martín	23.571
Iglesia de la Vera Cruz	2.622

*Fuente: Diócesis de Salamanca

3.15 Sitios arqueológicos

En los últimos años se han incorporado varios sitios arqueológicos a la oferta de lugares visitables de Salamanca. Estos espacios no tienen una regularidad en sus visitas sino que se puede acudir a ellos en horarios y épocas concretos y siempre en visita guiada con un arqueólogo.

A los tradicionales sitios arqueológicos visitables (Cerro de San Vicente y Pozo de Nieve) se unió en 2019 el Centro de Interpretación de la Muralla, en 2020 el Parque Arqueológico del Botánico y en 2021 las Laderas del Cerro de San Vicente.

3.15.1 Cerro de San Vicente

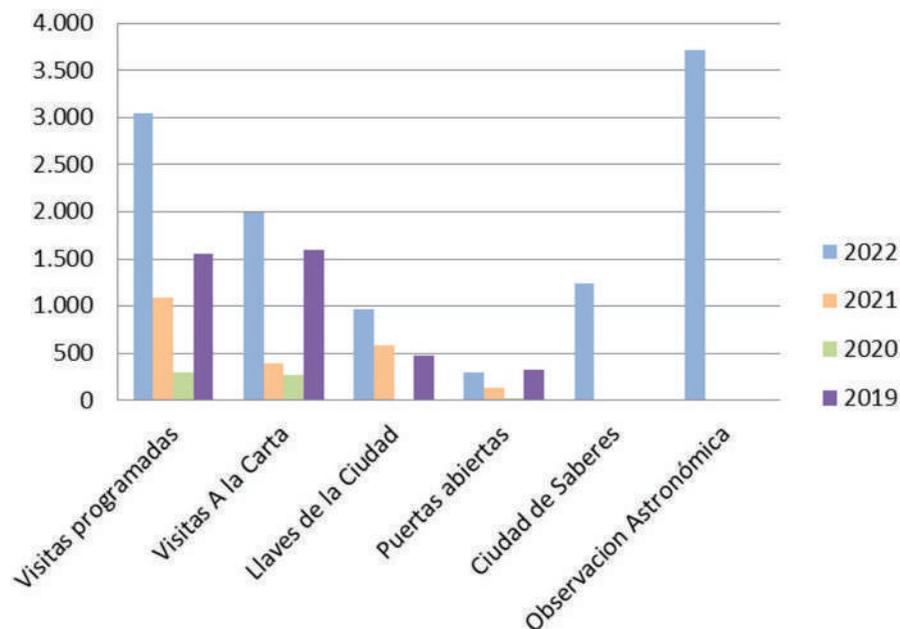
Este espacio recibió durante 2022 11.249 visitas. Estas cifras no son comparables con las de 2021, ni siquiera con las de 2019, puesto que los periodos de apertura, peticiones de visitas, etc. varían mucho de un periodo a otro.

Tabla 41. Visitas Cerro de San Vicente

	2022	2021	2020	2019
Visitas programadas	3.046	1.095	298	1.551
Visitas A la Carta	1.994	388	273	1.593
Llaves de la Ciudad	960	585		473
Puertas abiertas	294	135	17	325
Ciudad de Saberes	1.242			
Observación Astronómica	3.713			
Total	11.249	2.203	588	3.942

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

Gráfico 69. Comparación 2019-2022



Un tercio de las visitas realizadas a este espacio durante 2022 se corresponden con las observaciones astronómicas realizadas en julio y agosto para ver el Cielo de Salamanca. Casi el 30% corresponden a las visitas programadas en las distintas épocas por Turismo de Salamanca. El mismo porcentaje (27%) corresponde a las visitas realizadas dentro del programa las Llaves de la Ciudad, desarrollado de octubre a diciembre. Las visitas bajo petición apenas llegan al 20%, y las visitas realizadas por los escolares dentro de la programación de la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes son el 11%.

Gráfico 70. Distribución visitas

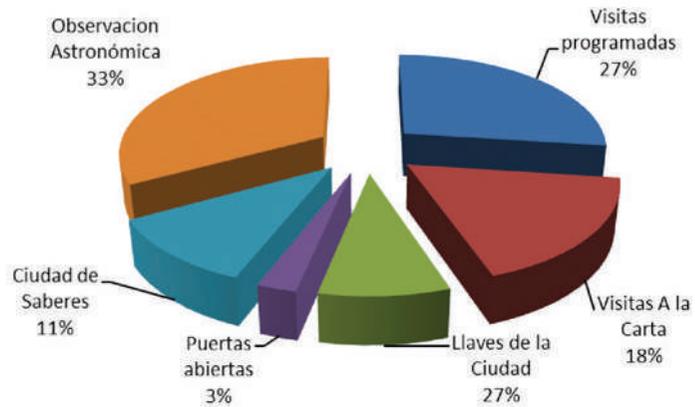


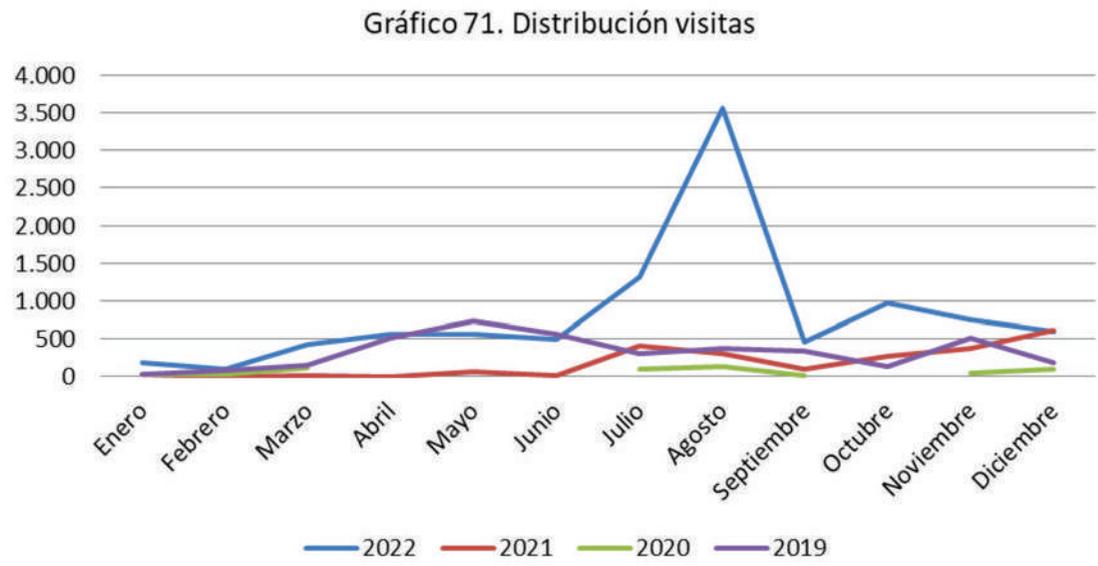
Tabla 42. Distribución mensual

	2022	2021	2020	2019
Enero	192	25	25	30
Febrero	110	0	38	90
Marzo	432	22	125	154
Abril	570	0		513
Mayo	563	63		727
Junio	488	9		564
Julio	1.324	408	101	299
Agosto	3.555	305	134	382
Septiembre	457	102	17	343
Octubre	975	281		144
Noviembre	744	379	50	515
Diciembre	597	609	98	181
Total	10.007	2.203	588	3.942

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

Durante 2022 la programación del Cerro tuvo lugar todos los meses menos febrero. En esta distribución mensual no están incluidas las visitas escolares, puesto que no tenemos su distribución en el tiempo, sólo el total.

La subida de las visitas en julio y el gran pico de agosto se deben a la observación astronómica llevada a cabo en el espacio dentro de la programación estival (observaciones durante julio y agosto y un maratón 4 días de agosto).



3.15.2 Pozo de Nieve

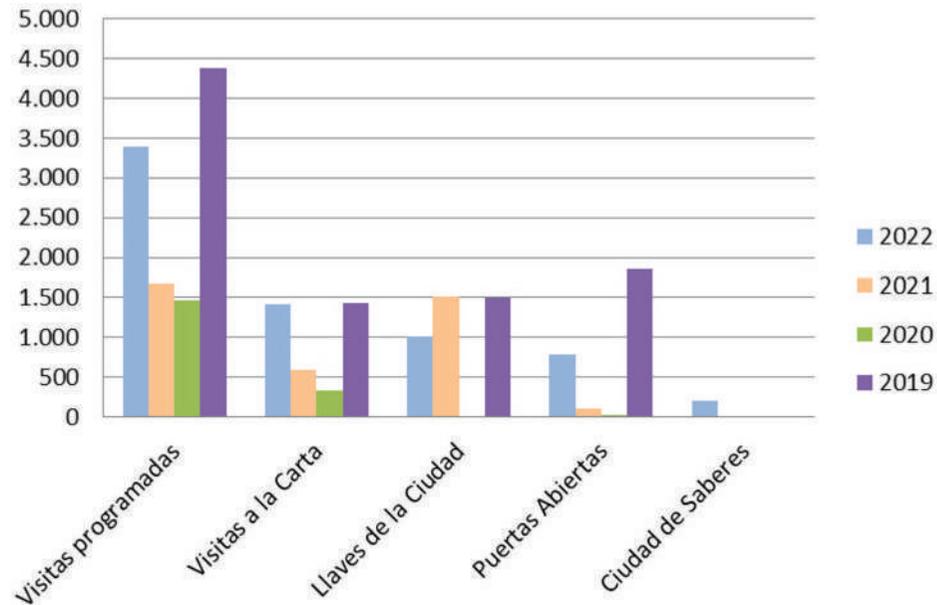
Este espacio recibió durante 2022 6.830 visitas. Tampoco vamos a comparar las cifras, por el mismo motivo que en el espacio anterior. Únicamente el mes de febrero no tuvo programación de visitas durante este año.

Tabla 43. Visitas Pozo de Nieve

	2022	2021	2020	2019
Visitas programadas	3.397	1.678	1.460	4.384
Visitas a la Carta	1.411	594	340	1.436
Llaves de la Ciudad	1.013	1.513	0	1.495
Puertas Abiertas	796	104	27	1.855
Ciudad de Saberes	213			
Total	6.830	3.889	1.827	7.315

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

Gráfico 72. Comparación 2019-2022



El 50% de las visitas al espacio se realizan dentro de las programadas por la Sociedad de Turismo. Un 39% corresponden a las visitas organizadas dentro del programa de las Llaves de la Ciudad. Las visitas a la carta representan el 21%, las puertas abiertas un 11% y las visitas de escolares gestionadas por la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes, un 3%.

Gráfico 73. Distribución visitas

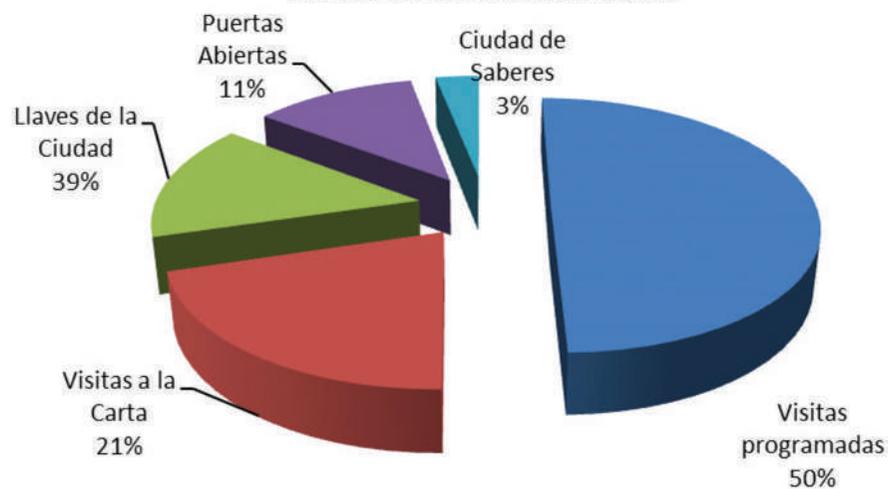


Tabla 44. Distribución mensual

	2022	2021	2020	2019
Enero	233	21	20	85
Febrero	0	5	230	79
Marzo	687	9	375	970
Abril	628	0		359
Mayo	536	49		1.709
Junio	452	22		1.052
Julio	482	554	212	633
Agosto	537	529	472	751
Septiembre	1.060	107	162	1.208
Octubre	757	637	206	906
Noviembre	753	1.043	55	889
Diciembre	492	913	95	529
Total	6.617	3.889	1.827	9.170

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

Se ve, en la distribución de las visitas, la falta de ellas en febrero. La distribución es muy homogénea salvo septiembre, por la celebración de las jornadas de puertas abiertas. En esta distribución mensual no están incluidas las visitas escolares, puesto que no tenemos su distribución en el tiempo, sólo el total.

Gráfico 74. Distribución visitas

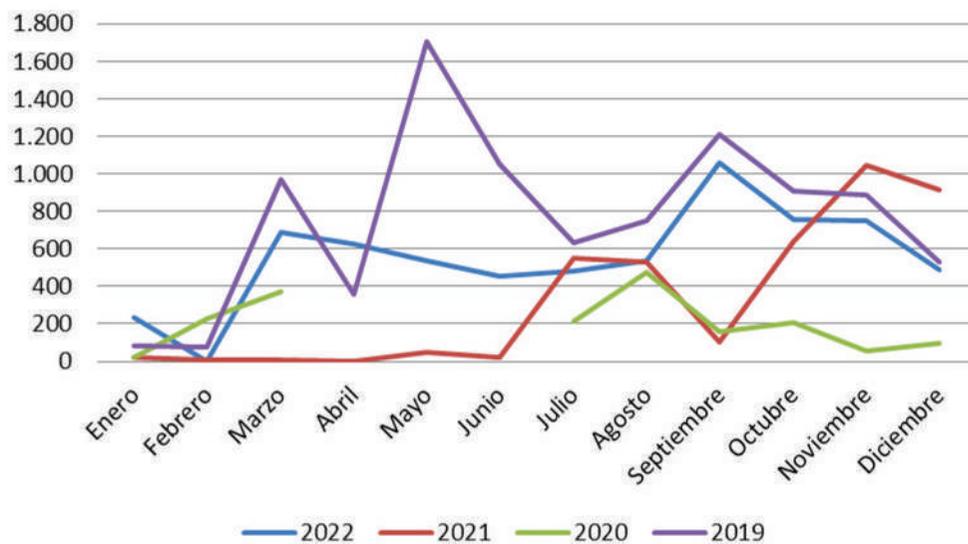
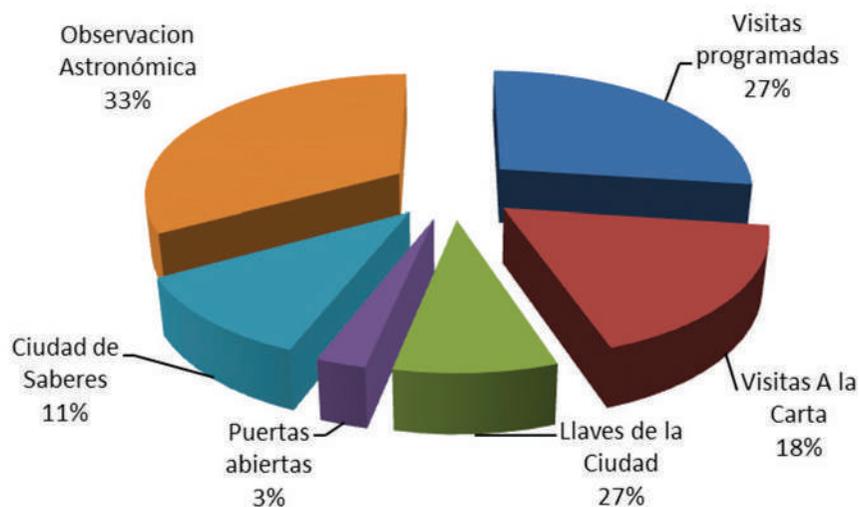


Gráfico 70. Distribución visitas



3.15.3 Salmantica Sede Antiqua Castrorum. Centro de Interpretación de la Muralla

Durante 2022 han visitado el espacio 19.451 personas. Al tener un horario de apertura semanal, sí se podrían realizar comparaciones de datos, aunque al disponer también de visitas a la carta y programación como el resto de los espacios arqueológicos, no sería muy fiable.

Un 12,94% de las visitas al espacio fueron resultado de la inclusión del mismo en los diferentes programas de la Sociedad de Turismo como Disfruta de la Navidad o Salamanca Dorada, Azul y Verde (en verano). El 1,80% fueron visitas guiadas a la carta y el 1,09% por escolares de las visitas organizadas por la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes (no están incluidas en la distribución mensual al tener sólo su cifra final).

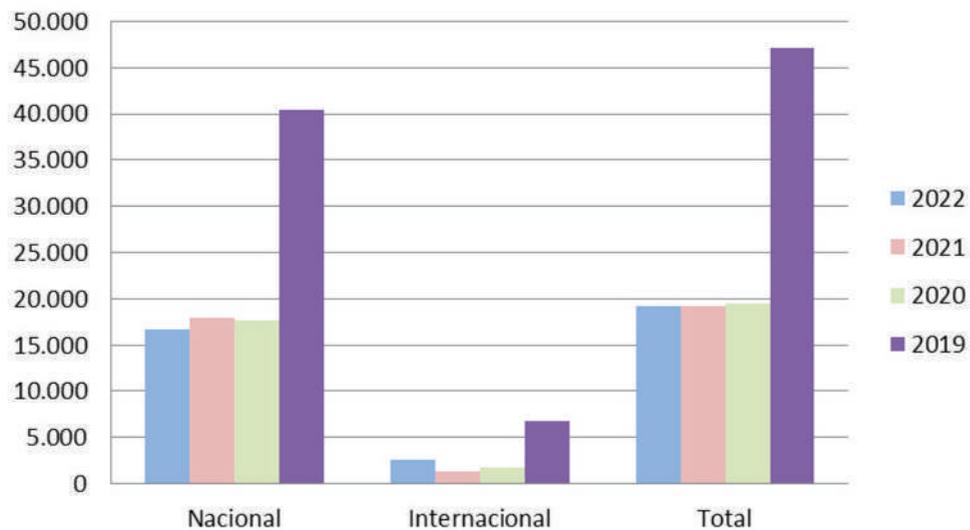
Tabla 45. Visitas Salmantica Sedes Antiqua Castrorum

	2022	2021	2020	2019
Enero	1.708	519	2.731	1.420
Febrero	1.615	0	6.522	5.453
Marzo	1.174	32	1.319	7.671
Abril	1.669	10		5.704
Mayo	1.384	35		2.964
Junio	1.012	0	243	2.875
Julio	1.096	2.510	1.291	2.587
Agosto	1.330	3.474	2.008	4.775
Septiembre	1.844	2.126	1.416	3.737
Octubre	2.513	3.723	1.669	
Noviembre	1.887	2.799	956	3.653
Diciembre	2.006	3.969	1.391	6.289
Total	19.238	19.197	19.546	47.128

*Fuente: SSAC

El 86,62% de las visitas fueron realizadas por visitantes nacionales (el 47,22% de ellos eran locales) y el 13,38% por visitantes internacionales (aún no se han recuperado las visitas pre-pandemia).

Gráfico 75. Comparación 2019-2022



La distribución de 2022 es muy homogénea, sin grandes picos ni bajadas abruptas. Únicamente octubre resalta en visitantes por encima del resto.



3.15.4 Parque Arqueológico del Botánico

Este espacio abrió sus puertas el 18 de noviembre de 2020, por lo que no es posible tener referencias para comparar los datos de 2022, debido a las espaciales circunstancias de 2021.

Durante 2022 han visitado este espacio 3.172 personas. Su funcionamiento es igual que el del Pozo de Nieve y el Cerro de San Vicente, con programación y visitas guiadas a la carta.

Tabla 46. Visitas Parque Arqueológico del Botánico

	2022	2021	2020
Visitas programadas	1.497	1.409	1.964
Visitas A la Carta	739	339	60
Llaves de la Ciudad	704	377	
Puertas abiertas	232	155	
Total	3.172	2.280	2.024

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

El 47% de los visitantes realizaron visitas programadas por Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U., mientras que un 23% realizaron visitas a la carta. Casi el 20% acudió al espacio en las Llaves de la Ciudad mientras que el 8% lo hizo en los periodos de puertas abiertas.



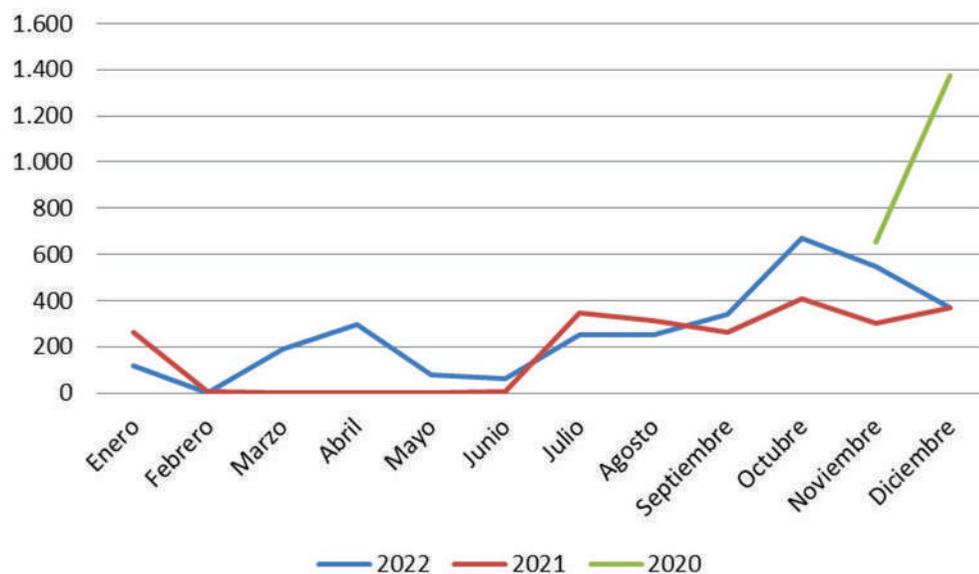
Tabla 47. Distribución mensual

	2022	2021	2020
Enero	118	264	
Febrero	0	5	
Marzo	188	0	
Abril	296	0	
Mayo	76	0	
Junio	60	5	
Julio	254	348	
Agosto	249	314	
Septiembre	342	265	
Octubre	672	409	
Noviembre	549	302	651
Diciembre	368	368	1.373
Total	3.172	2.280	2.024

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

Como en los otros espacios arqueológicos el único mes que no tuvo programación durante 2022 fue febrero. Vemos la progresión ascendente durante el año.

Gráfico 78. Distribución de las visitas



3.14.5 Laderas del Cerro de San Vicente

Este espacio abrió sus puertas el 27 de diciembre de 2021, por lo cual no es posible tener referencias para comparar los datos de 2022.

Durante 2022 han visitado este espacio 3.459 personas. El funcionamiento de este nuevo espacio es igual que el del Pozo de Nieve, Parque Arqueológico del Botánico y el Cerro de San Vicente, con programación y visitas guiadas a la carta.

Tabla 48. Visitas Laderas Cerro de San Vicente

	2022	2021
Visitas programadas	2.145	210
Visitas A la Carta	546	0
Llaves de la Ciudad	580	0
Puertas abiertas	188	0
Total	3.459	210

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

El 62% fueron visitas programadas por Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U., casi el 20% acudieron al espacio en las Llaves de la Ciudad mientras que el 16% pidieron visitas a la carta y un 5% acudió en los diferentes programas de puertas abiertas.



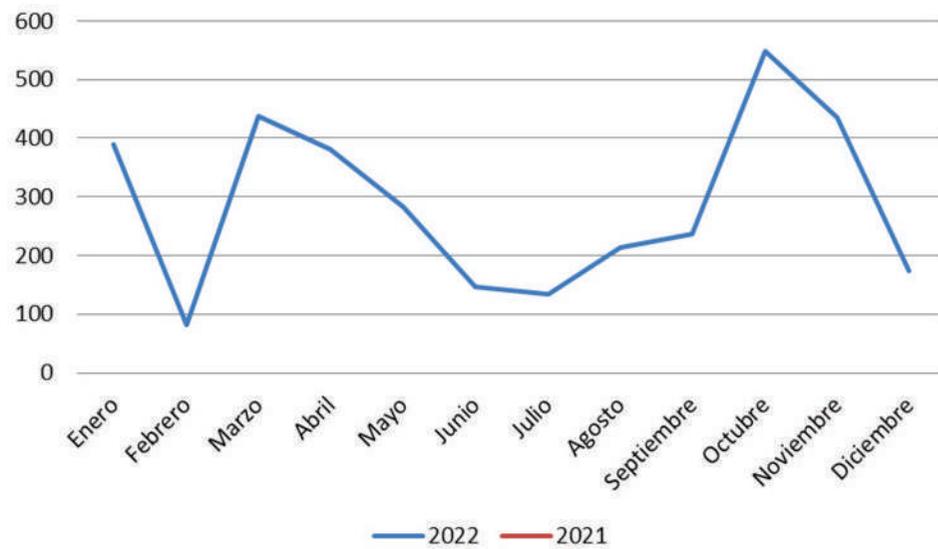
Tabla 49. Distribución mensual

	2022	2021
Enero	390	
Febrero	81	
Marzo	437	
Abril	381	
Mayo	282	
Junio	146	
Julio	134	
Agosto	213	
Septiembre	237	
Octubre	548	
Noviembre	436	
Diciembre	174	210
Total	3.459	210

*Fuente: Arqueóloga y Sociedad de Turismo

Como en los otros espacios arqueológicos no hubo programación en febrero, aunque sí visitas a la carta. Podemos observar lo irregular de la distribución, con picos elevados y bajadas muy pronunciadas de junio a septiembre y en diciembre.

Gráfico 80. Distribución de las visitas



Resumen

Tabla 50. Resumen de visitantes a monumentos y espacios expositivos

	2022	2021	2020	2019	Variación %
Museo Casa Lis	137.759	79.561	41.996	168.927	73,15
Ieronimus	120.300	79.358	34.435	144.755	51,59
Scala Coeli	81.100	54.219	24.078	77.232	49,58
Museo de la Historia de la Automoción	56.799	36.135	26.662	71.020	57,19
Iglesia de La Purísima	34.094	17.407	5.285	46.802	
Vita Ignatti	29.964	17.358	7.803	37.393	72,62
Iglesia de San Martín	23.571	21.121	6.035	76.228	
Iglesia de la Vera Cruz	20.337	18.341	8.167	6.491	10,88
Salmantica Sede Antiqua Castrorum	19.451	19.197	19.546	47.128	1,32
Museo de Comercio e Industria	16.550	8.542	6.445	15.701	93,75
Monumenta Salmanticae	15.393	10.258	6.392	21.799	50,06
Iglesia de San Sebastián	13.409	6.122	2.707	15.305	
Filmoteca de Castilla y León	12.207	7.210	6.163	17.021	69,31
Cerro de San Vicente	11.249	2.203	588	3.942	
Iglesia de San Julián	9.373	5.410	4.317	8.237	
Pozo de Nieve	6.830	3.889	1.827	9.137	
Museo de Pintura Medieval Santa Clara	5.152	3.884	1.461	3.136	32,65
Museo Taurino	4.187	3.529	1.197	7.505	18,65
Iglesia de Santo Tomás Canturiense	4.109	3.703			
Laderas del Cerro de San Vicente	3.459				
Parque Arqueológico del Botánico	3.172	2.280	2.024		
Casa de Santa Teresa	3.170	1.168	160	1.611	171,40
Iglesia de Sancti-Spiritus	2.078	2.059			
Albergue de peregrinos Casa de la Calera	1.341	478	104	1.878	180,54
Iglesia de San Marcos	626	5.060	730	13.077	

4. Análisis de la pernoctación

4.1 Encuesta de ocupación hotelera del Instituto Nacional de Estadística

El Instituto Nacional de Estadística (INE en adelante) nos da datos de la ciudad de Salamanca como punto turístico. También veremos datos provinciales (el total del año) para tener la visión general de la importancia del turismo en la ciudad.

4.1.1 Ciudad

En 2022 llegaron a nuestra ciudad 654.220 viajeros según los datos recogidos en la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE (datos provisionales). Esta cifra representa un ascenso del 62,77% con respecto a 2021 y un descenso del 8,08% con respecto a los datos pre pandémicos -2019. En lo referente a su procedencia, se alojaron en los hoteles de la ciudad 440.433 viajeros nacionales (+37,66%) y 213.787 viajeros internacionales (+160,77%).

Tabla 51. Encuesta de Ocupación Hotelera en Salamanca

	Viajeros			Pernoctaciones			Estancia media	Nivel Ocupación	Ocupación fin semana
	España	Extranj.	Total	España	Extranj.	Total			
Enero	21.173	6.960	28.133	35.792	10.843	46.635	1,66	26,77	39,76
Febrero	30.181	7.255	37.436	51.755	11.120	62.875	1,68	39,45	63,13
Marzo	29.160	9.662	38.822	52.394	16.790	69.184	1,78	37,04	59,49
Abril	41.832	17.096	58.928	71.127	27.275	98.402	1,67	51,96	65,15
Mayo	33.593	20.045	53.638	57.591	32.735	90.326	1,68	46,94	65,88
Junio	37.097	19.323	56.420	61.624	32.322	93.946	1,67	51,62	71,58
Julio	41.897	28.105	70.002	60.802	43.006	103.808	1,48	55,71	64,59
Agosto	53.643	31.976	85.619	81.229	45.100	126.329	1,48	70,63	74,85
Septiembre	43.804	22.946	66.750	72.284	37.186	109.470	1,64	59,31	70,49
Octubre	41.161	23.542	64.703	72.880	36.360	109.240	1,69	56,51	70,13
Noviembre	29.936	12.798	42.734	56.923	20.713	77.636	1,82	42,95	63,33
Diciembre	36.956	14.079	51.035	63.507	21.907	85.414	1,67	46,07	54,27
Total	440.433	213.787	654.220	737.908	335.357	1.073.265	1,64	48,75	63,55

*Fuente: INE (datos provisionales)

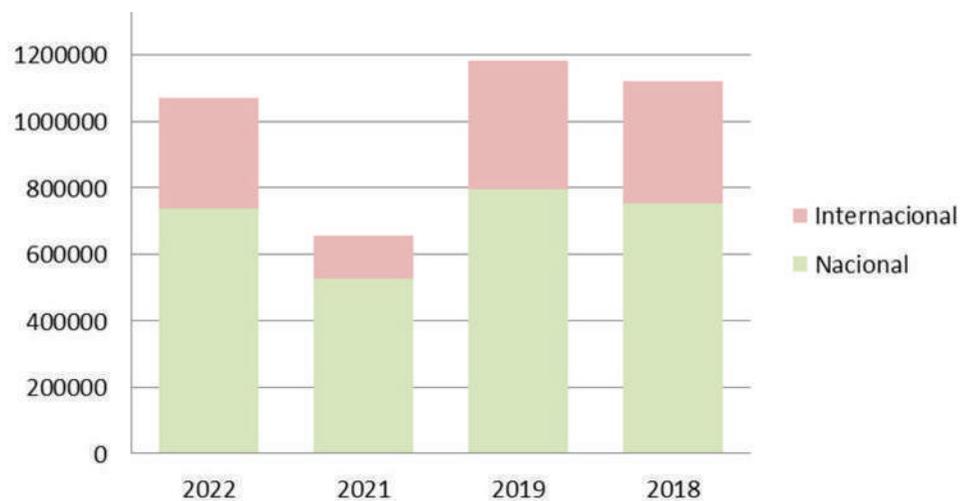
El turismo nacional está mucho más cerca de los niveles de 2019, con un descenso del 6,76% mientras que falta un poco más para recuperar los mercados internacionales, con un descenso del 10,68%. Si bien también hay que tener en cuenta que 2019 marcó records en todas las cifras del turismo en la ciudad y que 2022 no ha sido tampoco un año fácil debido a la coyuntura internacional por la guerra de Ucrania y a la grave crisis energética derivada de ella.

Los valores de 2022 son ya los habituales de un año "normal", dando ya por superada la pandemia del Covid-19. De hecho, en viajeros sólo hay una bajada del 4,01% con respecto a 2018 y de un -4,49% en pernoctaciones.

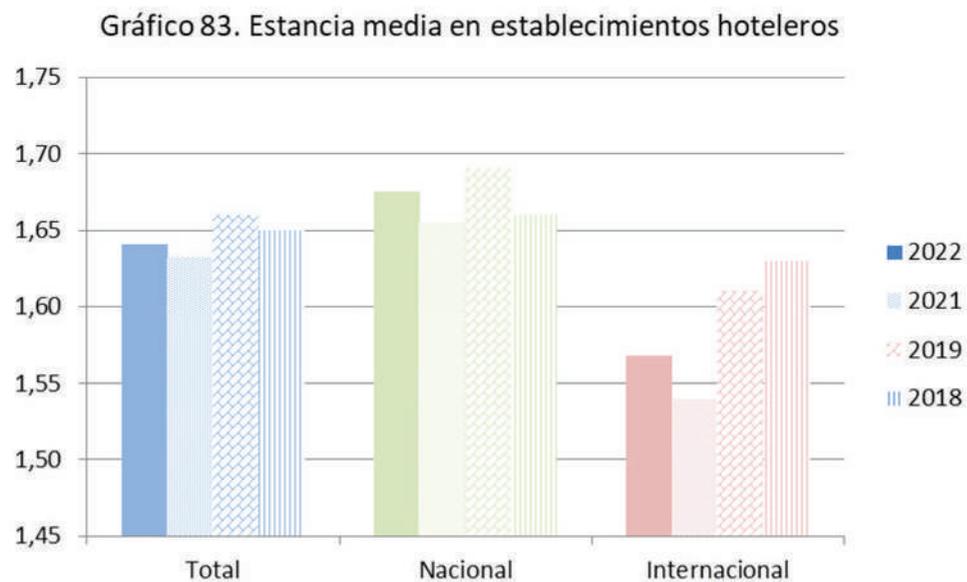


Las pernoctaciones acumuladas en este tipo de establecimientos hoteleros durante 2022 fueron 1.073.265, un 63,65% más que en 2021 y un 9,23% menos que en 2019. Las pernoctaciones se comportan igual que los viajeros, las de los nacionales ascienden un 39,34% situándose en 737.908 y las de los internacionales lo hacen un 165,67%, llegando a las 335.357.

Con respecto a 2019 observamos cómo las pernoctaciones nacionales descienden un 7,49% mientras que las internacionales lo hacen un 12,88%.



La estancia media de los viajeros que vinieron a Salamanca durante 2022 se sitúa en los 1,64 días frente a los 1,63 de 2021 y los 1,66 de 2019. La estancia de los viajeros españoles se encuentra por encima de esta media (1,68) mientras que los viajeros internacionales se quedan algo menos de media (1,57).



El nivel de ocupación fue, durante 2022, del 48,75% lo cual está 11,87 puntos por encima de la ocupación registrada en 2021 (36,88%), y 5,64 puntos por debajo de la registrada en 2019 (54,98%). El fin de semana la variación de la ocupación fue de 16,72 puntos (63,55% frente al 46,83% en 2021). En 2019 esta cifra se situó en el 68,28%.

Gráfico 84. Grado de ocupación en establecimientos hoteleros

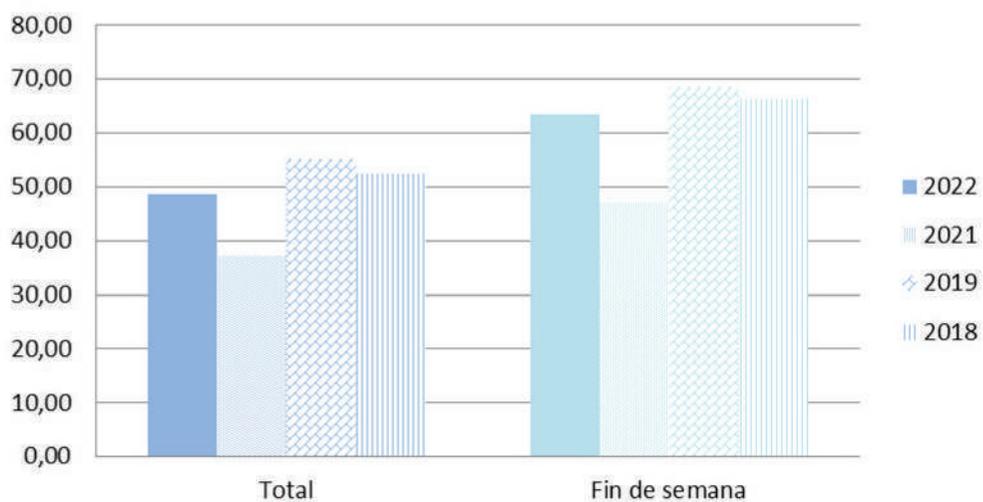


Tabla 52. Comparación 2022-2019

	Viajeros			Pernoctaciones			Estancia media	Nivel Ocupación
	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total		
2022	440.433	213.787	654.220	737.908	335.357	1.073.265	1,64	48,75
2021	319.934	81.984	401.918	529.587	126.231	655.818	1,63	36,88
2020	167.947	55.520	223.467	282.117	94.346	376.463	2	29,47
2019	472.386	239.350	711.736	797.449	384.938	1.182.387	1,68	54,98
Δ %	37,66	160,77	62,77	39,34	165,67	63,65		

*Fuente: INE (2022 datos provisionales)

4.1.2 Provincia

Los datos ofrecidos por la Encuesta de Ocupación Hotelera para la provincia dejan ver una tendencia similar a la de la ciudad. Los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia fueron 928.017 en 2022, un 57,04% más que en 2021 (aún un 11,82% menos que en 2019). Las pernoctaciones ascienden un 56,91% (1.593.380).

Tabla 53. Encuesta de Ocupación Hotelera (provincia)

	Viajeros			Pernoctaciones			Estancia media	Nivel Ocupación
	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total		
2022	663.209	264.808	928.017	1.189.814	403.566	1.593.380	1,72	42,27
2021	484.389	106.553	590.942	853.146	162.311	1.015.457	1,72	32,62
2020	243.096	65.102	308.198	422.018	105.571	527.589	1,36	17,95
2019	729.696	322.650	1.052.346	1.341.233	492.387	1.833.620	1,74	45,76
Δ %	36,92	148,52	57,04	39,46	148,64	56,91		

*Fuente: INE (2022 datos provisionales)

El grado de ocupación fue del 42,27%. La estancia media es mayor que en la ciudad situándose en 1,72 días.

4.1.3 Relación ciudad-provincia

El INE nos ofrece datos tanto provinciales como locales, por lo cual podemos hacer una correlación para conocer cuál sería el peso de los turistas que se alojan en establecimientos hoteleros de la ciudad en relación con los que se alojan en el mismo tipo de establecimientos en la provincia.

Tabla 54. Relación ciudad-provincia

	Viajeros			Pernoctaciones		
	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total
Ciudad	440.433	213.787	654.220	737.908	335.357	1.073.265
Provincia	663.209	264.808	928.017	1.189.814	403.566	1.593.380
Peso	66,41	80,73	70,50	62,02	83,10	67,36

*Fuente: INE (datos provisionales)

Observamos la gran importancia del turismo de la ciudad en relación con la provincia ya que, en el peor de los casos, los datos de la ciudad son el 62,02% de los provinciales.

Vemos que más de dos tercios de los viajeros que llegan a la provincia se alojan en la ciudad (70,50%). En el caso de los viajeros extranjeros este porcentaje sube al 80,73%, 8 de cada 10 viajeros pernoctan en la ciudad.

Con las pernoctaciones sucede algo parecido. Baja ligeramente el peso de las realizadas por los viajeros nacionales al 62,02% mientras que suben las de los internacionales (83,10%).

4.2 Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León

Esta publicación recoge información sobre viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros, turismo rural, campamentos de turismo, apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico de la provincia de Salamanca.

4.2.1 Provincia

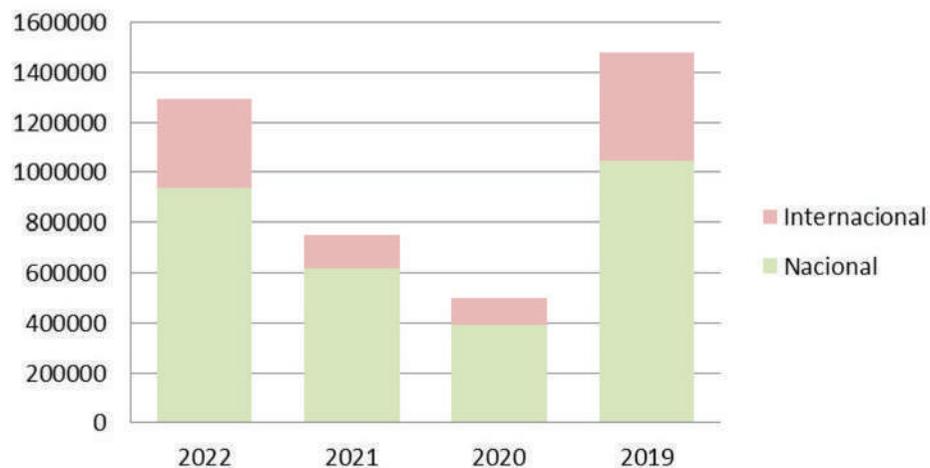
Según la Junta de Castilla y León la provincia de Salamanca recibió en 2022 un total de 1.291.975 viajeros, un 72,02% más que en 2021. En lo referente a su procedencia, se alojaron en los establecimientos de la provincia 937.642 viajeros nacionales (+52,30%) y 354.273 viajeros internacionales (+161,65%).

Tabla 55. Boletín de Coyuntura Turística en Salamanca

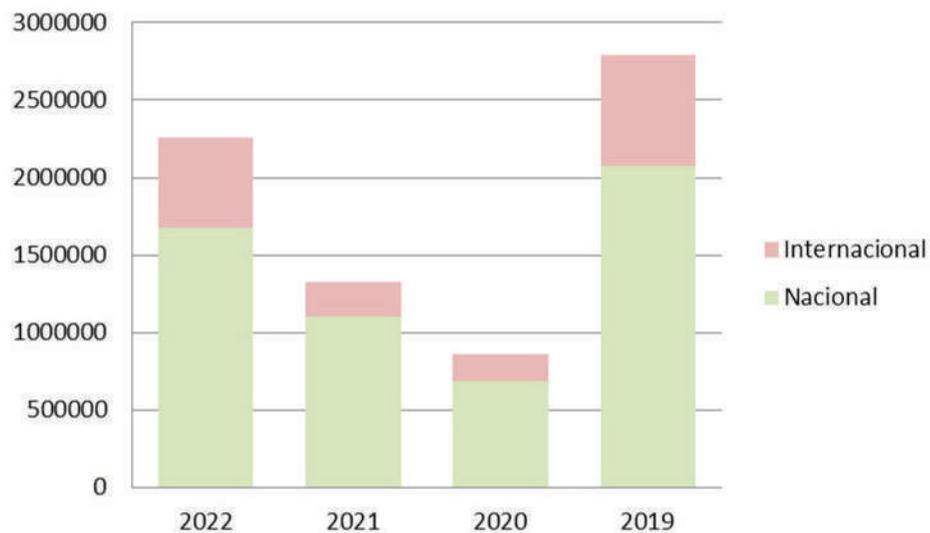
	Viajeros			Pernoctaciones			Grado de ocupación	Estancia media
	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total		
Enero	43.793	12.252	56.045	68.746	21.636	90.382	18,53	1,61
Febrero	63.708	15.363	79.131	104.483	25.257	129.740	24,56	1,64
Marzo	61.705	18.144	79.849	111.707	29.970	141.677	23,52	1,77
Abril	78.691	28.019	106.710	152.594	49.051	201.645	28,98	1,89
Mayo	66.066	29.246	95.312	130.073	51.734	181.807	25,50	1,91
Junio	73.757	31.075	104.832	133.832	54.545	188.377	28,47	1,80
Julio	92.201	43.913	136.114	165.005	66.286	231.291	31,83	1,70
Agosto	166.523	64.821	231.344	275.489	101.301	376.790	51,89	1,63
Septiembre	88.010	38.299	126.309	168.164	64.303	232.467	33,88	1,84
Octubre	81.021	33.684	114.705	154.058	57.214	211.272	30,72	1,84
Noviembre	60.860	18.795	79.655	106.891	30.036	136.927	24,20	1,72
Diciembre	61.307	20.662	81.969	106.896	31.286	138.182	23,53	1,69
TOTAL	937.642	354.273	1.291.975	1.677.938	582.619	2.260.557	29,48	1,75

*Fuente: JCyl

Gráfico 85. Viajeros en establecimientos de la provincia

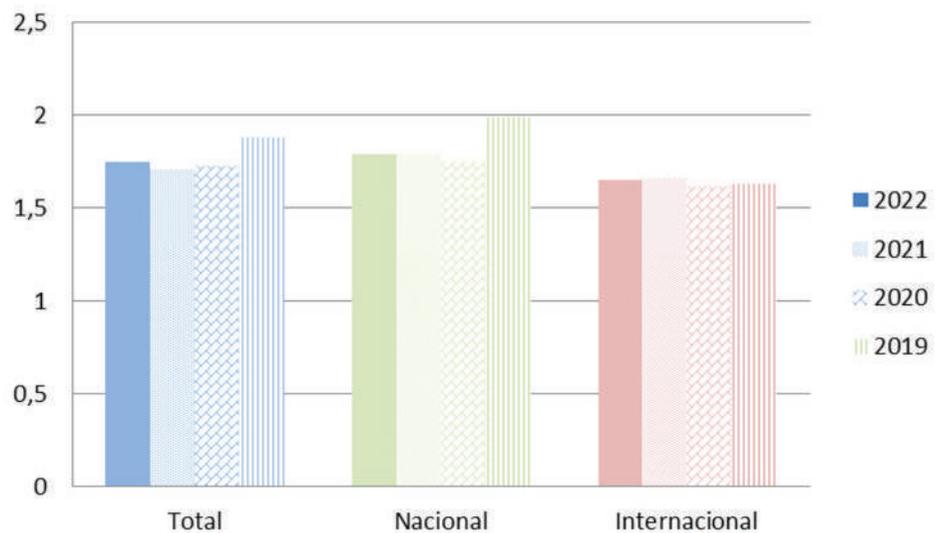


Las pernoctaciones acumuladas durante 2022 fueron 2.260.557, un 70,37% más que en 2021. En el caso de las pernoctaciones, las nacionales aumentan un 52,24%, superando el millón y medio mientras que las de los internacionales lo hacen un 159,30% (582.619).



La estancia media de los viajeros que llegaron a la provincia durante 2022 se sitúa en los 1,75 días, al igual que en 2021. La estancia de los viajeros españoles está por encima de esta cifra (1,79 días) mientras que los viajeros internacionales se quedan menos tiempo, de media, en la provincia (1,65).

Gráfico 87. Estancia media en establecimientos de la provincia



El nivel de ocupación fue, durante 2022, del 29,48% superando el registrado en 2021 (25,22%). Sólo agosto superó con creces esa cifra, con valores por encima del 50%.

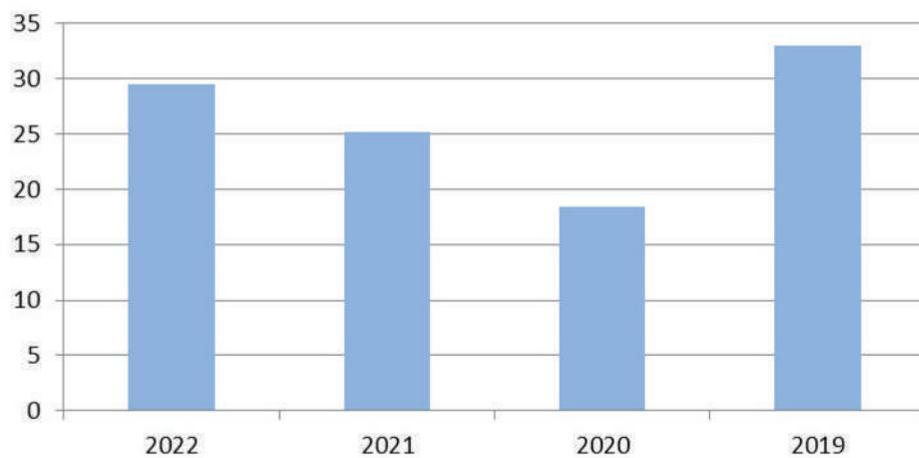


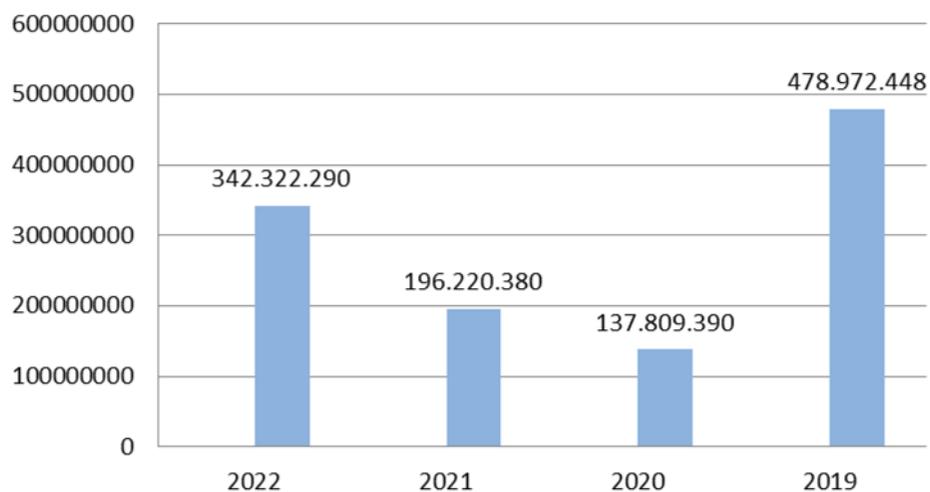
Tabla 56. Comparación 2022-2019

	Viajeros			Pernoctaciones			Grado de ocupación	Estancia media
	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total		
2022	937.642	354.273	1.291.975	1.677.938	582.619	2.260.557	29,48	1,75
2021	615.646	135.400	751.046	1.102.191	224.692	1.326.883	25,22	1,71
2020	392.644	106.113	498.757	690.172	171.756	861.928	18,41	1,73
2019	1.043.747	435.957	1.479.704	2.076.000	711.230	2.787.230	32,95	1,88
Variación %	52,30	161,65	72,02	52,24	159,30	70,37		

4.2.2 Gasto turístico

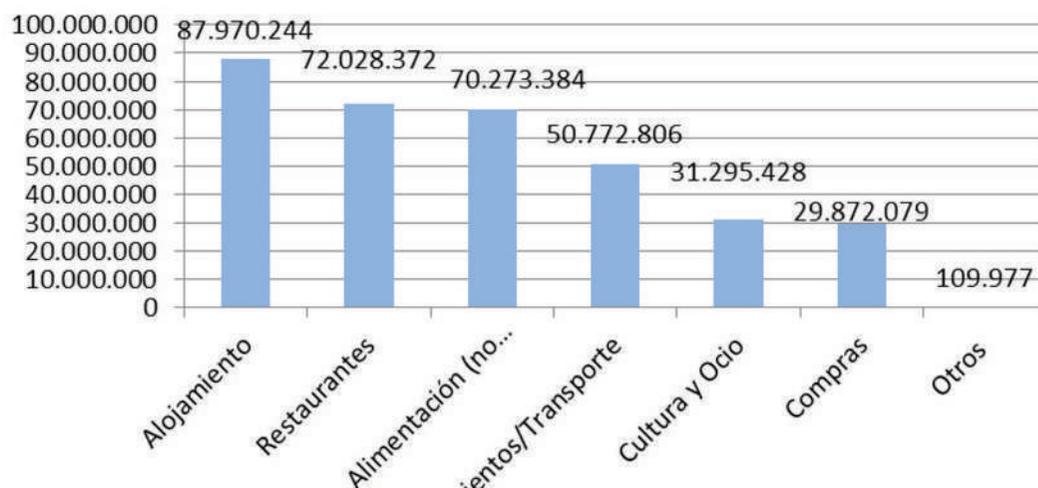
Durante 2022, según los datos de la Junta de Castilla y León, los viajeros que visitaron la provincia de Salamanca realizaron un gasto de 342.322.290€. Esta cifra es superior a la realizada en 2021 (+74,46%) pero aún no llega al gasto realizado en 2019.

Gráfico 89. Comparación 2019-2022



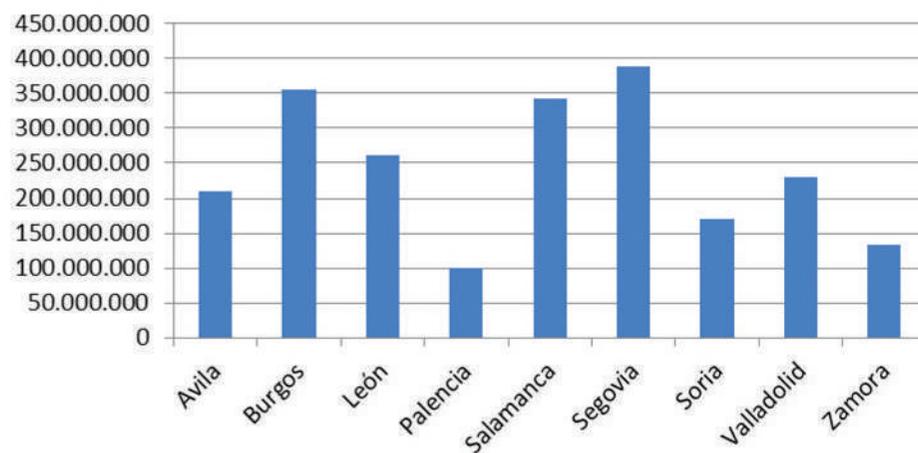
El total de gasto provincial se distribuye en gasto en alojamiento (25,7%), restaurantes (21,04%), alimentación (20,53%), desplazamientos/transporte (14,83%), cultura y ocio (9,14%) y compras (8,73%). Es interesante ver cómo las compras en alimentación están muy cerca del gasto en restaurantes.

Gráfico 90. Distribución del gasto turístico en la provincia



Con respecto al resto de provincias de la comunidad Salamanca ocupa el tercer lugar en cuanto a gasto turístico, por detrás de Segovia y León. El gasto en Salamanca representa el 15,62% del realizado en la Castilla y León.

Gráfico 91. Comparación del gasto Turístico (provincias de Castilla y León)



5. Análisis de la oferta

Para conocer la oferta turística de la ciudad usamos como fuente el registro de establecimientos turísticos, de apartamentos turísticos y de viviendas de uso turístico de la Junta de Castilla y León.

A diciembre de 2022 había en Salamanca 45 hoteles, 31 hostales, 20 pensiones, 50 empresas de apartamentos turísticos y 2 albergues turísticos que suman un total 148 establecimientos hoteleros reglados donde pernoctar en la ciudad. Estos establecimientos tienen un total de 6.552 plazas repartidas en 3.270 habitaciones.

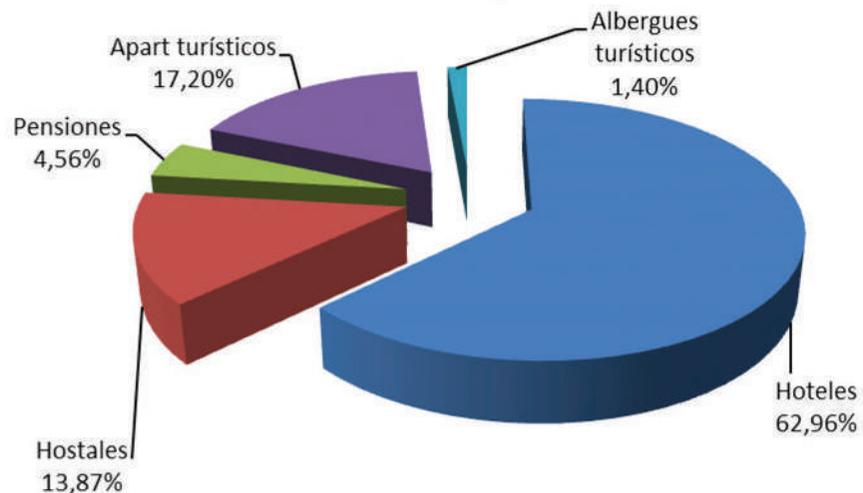
En estas cifras no están incluidas las viviendas de uso turístico. A diciembre de 2022 había inscritas 352 viviendas en el registro de viviendas de uso turístico de Castilla y León, que suman alrededor de 1.714 plazas.

Tabla 57. Oferta hotelera en Salamanca

	Establecimientos	Habitaciones	Plazas
5*	4	184	362
4*	18	1.149	2.199
3*	8	419	786
2*	10	308	559
1*	5	124	219
Hoteles	45	2.184	4.125
2*	20	301	540
1*	11	214	369
Hostales	31	515	909
Pensiones	20	173	299
Apartamentos turísticos	50	377	1.127
Albergues turísticos	2	21	92

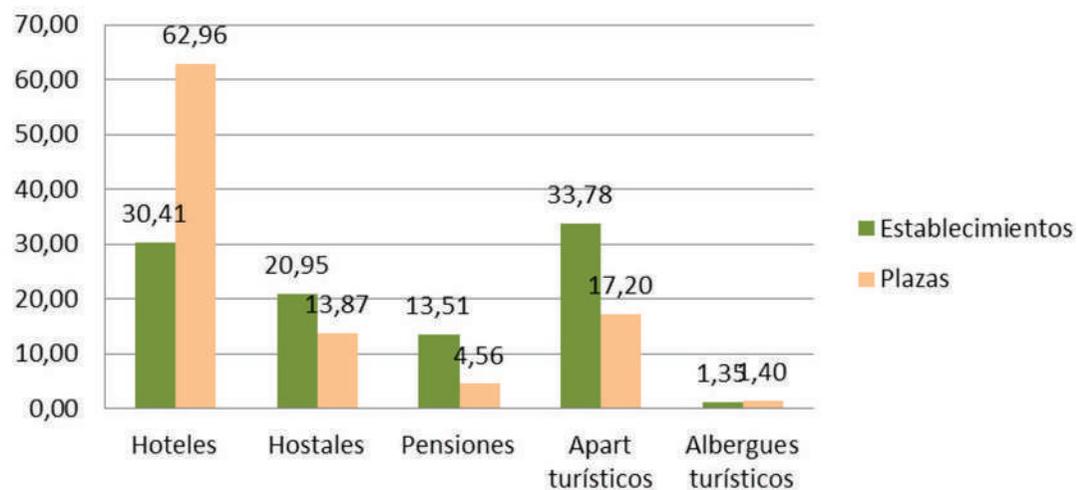
*Fuente: Datos Abiertos. Junta de Castilla y León

Gráfico 92. Distribución de las plazas en la oferta hotelera



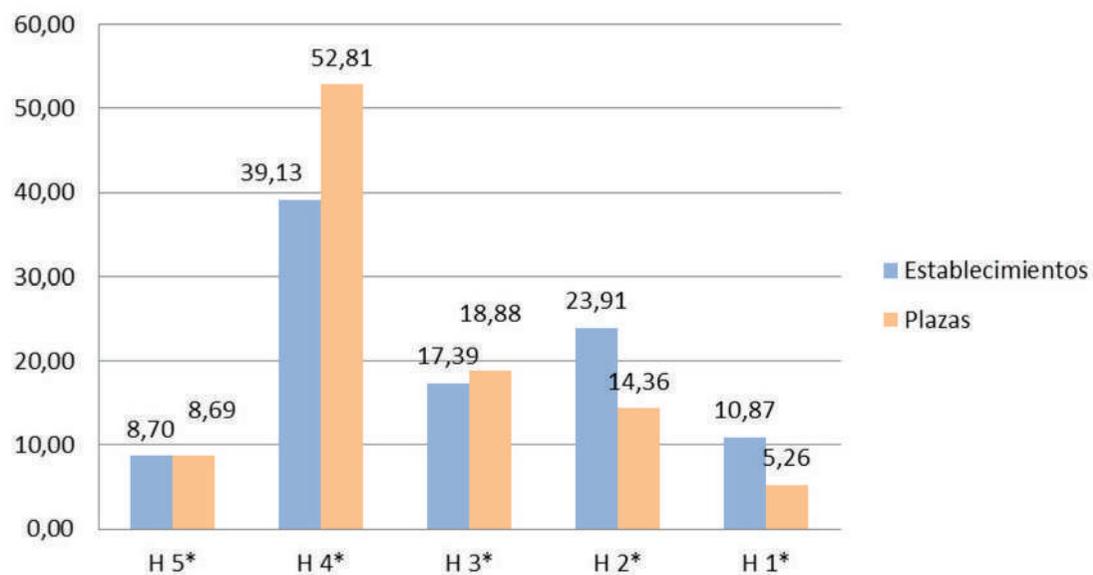
Los hoteles son casi un tercio de los establecimientos hoteleros de la ciudad, ya superados por los apartamentos turísticos, si bien es cierto que en número de plazas no hay comparación posible, 6 de cada 10 plazas de alojamiento en la ciudad están en hoteles.

Gráfico 93. Relación establecimientos- plazas



Si prestamos atención únicamente a los hoteles, casi un 40% de los establecimientos corresponden a hoteles de 4 estrellas. En cuanto a las plazas, estos hoteles son los más grandes de la ciudad, puesto que aglutinan más de la mitad de las plazas disponibles en hoteles.

Gráfico 104. Relación establecimientos-plazas (hoteles)



6. Otras estadísticas

6.1 AENA

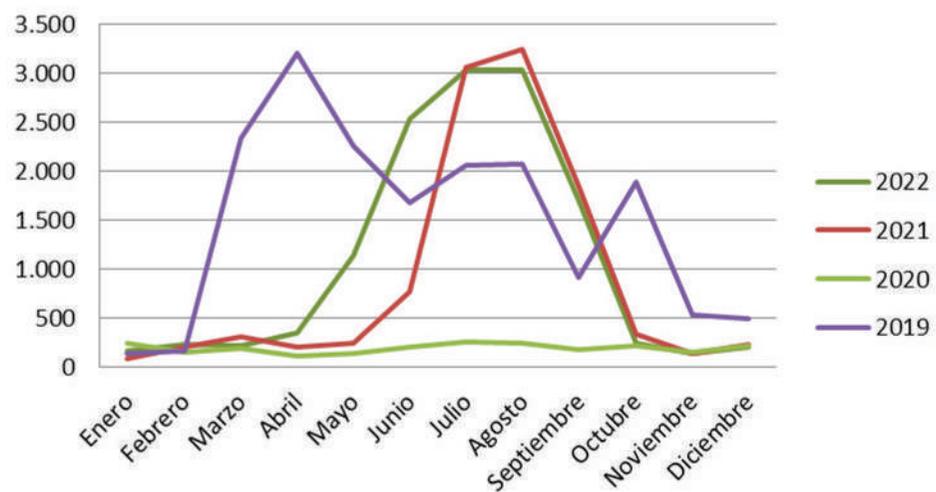
Durante 2022 el aeropuerto de Matacán continuó teniendo vuelos comerciales a Palma de Mallorca, lo cual hace que los pasajeros que han pasado por el aeropuerto asciendan a 13.021 (6.436 llegaron y 6.582 salieron de Matacán).

Tabla 58. Pasajeros en el aeropuerto de Matacan

	2022	2021	2020	2019
Enero	166	90	245	142
Febrero	229	204	155	169
Marzo	218	320	191	2.338
Abril	359	212	120	3.204
Mayo	1.138	245	138	2.255
Junio	2.536	774	207	1.684
Julio	3.037	3.059	262	2.059
Agosto	3.027	3.246	251	2.075
Septiembre	1.704	1.851	179	921
Octubre	246	346	226	1.888
Noviembre	148	143	162	532
Diciembre	213	240	222	499
Total	13.021	10.730	2.358	17.766

*Fuente: Aena

Gráfico 95. Distribución de viajeros en Matacán



El aumento de pasajeros visible de mayo a septiembre está motivado por los pasajeros de los vuelos de la compañía Volotea S.L. a Palma de Mallorca.



11 | PALACIO DE CONGRESOS DE SALAMANCA

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCIÓN ECONÓMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

11 | **PALACIO DE CONGRESOS DE SALAMANCA**

Presentación

El Palacio de Congresos de Salamanca en números

1. Actividad en el Palacio de Congresos

1.1 Eventos congresuales

1.2 Eventos culturales

1.3 Graduaciones

1.4 Ferias y exposiciones

1.5 Prensa, comunicación y rodajes

1.6 Eventos entidades públicas

1.7 Otros eventos

2. Mejoras realizadas en el espacio

3. Promoción, Comercialización y Formación

3.1 Actividad Comercial 2022

3.2 Presupuestos enviados y candidaturas presentadas

3.3 Otras actividades realizadas

3.4 Formación

4. Colaboración con asociaciones

4.1 Asociación de Palacios de Congresos de España – APCE

4.2 OPC Madrid

4.3 Palacios de Congresos de Castilla y León

4.4 Empresas Amigas Universidad de Salamanca

5. Marketing y comunicación

5.1 Material promocional

5.2 Redes sociales y comunicación

Presentación

Desde que la Sociedad de Turismo, Comercio y Promoción de Salamanca, S.A.U. asumiera la encomienda de gestión del Palacio de Congresos en 2020, se ha estado trabajando de una forma continua en el incremento de actividad del espacio así como en una buena gestión de cada evento realizado.

En el año 2022 el Palacio de Congresos ha acogido 170 eventos y 91.553 asistentes. Además el espacio ha estado ocupado 176 días y en 66 de ellos se celebraron dos o más eventos.

Las principales actuaciones realizadas durante el año han sido:

En el área de Dirección, preparación y desarrollo de contratos así como adquisición de elementos para la mejora de los espacios. Coordinación con la Gerencia y varios departamentos de la Sociedad de Turismo en las áreas de marketing y comunicación, administración, promoción, calidad, formación y gestión y coordinación de equipos.

En el área de comercialización, la promoción local es uno de los objetivos principales, ya que el prescriptor local de un evento es factor clave para la celebración del mismo. Durante el ejercicio se han mantenido 280 reuniones y 157 visitas de inspección. Según las encuestas de calidad cumplimentadas por el cliente, el índice de satisfacción de la gestión del evento ha de sido un 3,70 sobre 4.

Durante el ejercicio se han elaborado 129 presupuestos y se han presentado 8 candidaturas, de las que 7 han sido confirmadas.

En el año 2022 el Palacio de Congresos celebró su 30 aniversario. Por este motivo el día 30 de junio se organizó una gala de celebración, un evento networking que congregó entidades públicas y privadas, clientes del Palacio, posibles prescriptores de eventos y proveedores entre otros.

En el área de comunicación y marketing, el uso de redes sociales así como un buen posicionamiento SEO de la página web es fundamental para la promoción del Palacio de Congresos.

En el área asociativa, se sigue apostando por formar parte de la Asociación de Palacios de Congresos, del grupo Palacio de Congresos de Castilla y León y de la Asociación OPC Madrid.

El Palacio de Congresos de Salamanca en números

Año 2022

170 Eventos celebrados

176 Días ocupados

66 Días ocupados con dos o más eventos

91.553 Asistentes

Índice de satisfacción del cliente **3,70 / 4** según encuestas cumplimentadas

129 Presupuestos enviados

8 Candidaturas presentadas / **7** candidaturas confirmadas

280 Reuniones

157 Visitas de Inspección

5 Cursos de formación y webinars

8.555 Contactos en LinkedIn

890 seguidores en Instagram

3ª posición en google con la Keyword "palacio de los congresos" y 4ª posición con la Keyword "Palacio de Congresos"

1. Actividad en el Palacio de Congresos

Durante el ejercicio 2022 se han celebrado en el Palacio de Congresos 170 eventos, con una participación de 91.553 asistentes y 176 días ocupados. En 66 de los 176 días ocupados se celebraron dos o más eventos a la vez.

1.1 Eventos congresuales

Jornada IES Abroad Salamanca

Fecha: 24 de enero

Asistentes: 100



Encuentro empresarial: definir la nueva era de trabajo, retos y tendencias en 2022

Fecha: 3 de febrero

Asistentes: 40



IX Congreso del Grupo Español de Tratamiento de Cabeza y Cuello

Fecha: 24 y 25 de febrero

Asistentes: 350



Inauguración I Jornadas Taurinas

Fecha: 3 de marzo

Asistentes: 50

Congreso SemFYC

Fecha: 10 de marzo

Asistentes: 320



XXV Aniversario Agrupación Cristo Yacente

Fecha: 12 de marzo

Asistentes: 750



Jornadas Esgrima Artístico

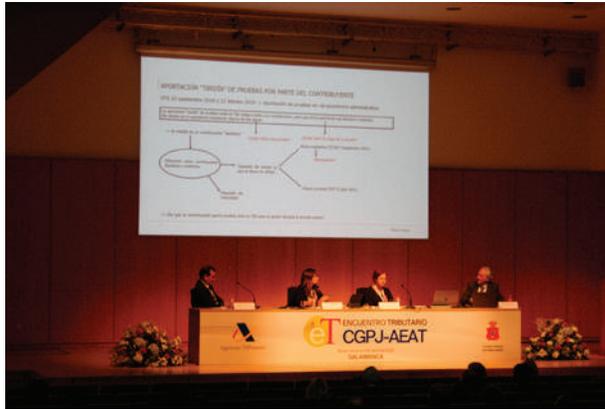
Fecha: 25, 26 y 27 de marzo

Asistentes: 150

Sesiones Conjuntas del Consejo del Poder Judicial y la Agencia Tributaria

Fecha: 30, 31 de marzo y 1 de abril

Asistentes: 200



XXV Aniversario Asociación Empresa Familiar

Fecha: 19 de abril

Asistentes: 300



Congreso Internacional de la Cofradía de la Veracruz

Fecha: 29 y 30 de abril

Asistentes: 50

Jornada la Edición Universitaria en México

Fecha: 4 de mayo

Asistentes: 50

Jornada libro “La Naranja”

Fecha: 5 de mayo

Asistentes: 50

Jornada Literatura Infantil y Juvenil en México

Fecha: 6 de mayo

Asistentes: 50

Acto Hermandad Donantes de Sangre

Fecha: 14 de mayo

Asistentes: 200

Jornadas Formación Educación Financiera

Fecha: 18 de mayo

Asistentes: 30

Jornadas Contratos Reservados a la Administración como Apoyo a las Entidades del Tercer Sector

Fecha: 23 de mayo

Asistentes: 250



Jornada La Gaceta

Fecha: 9 de junio

Asistentes: 750



Encuentro Nacional de Bolilleras

Fecha: 11 de junio

Asistentes: 400



Jornadas Salamanca en la Boda de Felipe II

Fecha: 12 de junio

Asistentes: 50

Jornadas La Cocina en el Siglo de Oro en los Colegios Mayores

Fecha: 13 de junio

Asistentes: 50

Jornadas Santa Teresa, Mujer Inquieta Adelantada a su Tiempo

Fecha: 14 de junio

Asistentes: 50

Jornadas Pachakuty, Cambio de Era en el Mundo Precolombino

Fecha: 15 de junio

Asistentes: 50

Jornadas Campeonato de Ajedrez

Fecha: 13 de junio

Asistentes: 300

Workshop Fam Trip Junta de Castilla y León

Fecha: 17 de junio

Asistentes: 30



Jornadas La Moda en la Corte de Isabel I de Castilla

Fecha: 26 de junio

Asistentes: 30

Encuentro Speedcubing España

Fecha: 30 y 31 de julio

Asistentes: 150

XIII Iranian Studies Conference

Fecha: 1 de septiembre

Asistentes: 600

Startup Olé

Fecha: 5,6 y 7 de septiembre

Asistentes: 10.000



Congreso HAIS'22

Fecha: 5,6 y 7 de septiembre

Asistentes: 100

Congreso SOCO'22

Fecha: 5,6 y 7 de septiembre

Asistentes: 100

Congreso CISIS'22

Fecha: 5,6 y 7 de septiembre

Asistentes: 100

Congreso ICEUTE'22

Fecha: 5,6 y 7 de septiembre

Asistentes: 100

XI Congreso Anual de la AVEE

Fecha: 6 y 7 de octubre

Asistentes: 200



I Congreso de Envejecimiento y Salud

Fecha: 20 y 21 de octubre

Asistentes: 500



Foro Debate El Español

Fecha: 27 de octubre

Asistentes: 150



Congreso La Gaceta

Fecha: 3 de noviembre

Asistentes: 200



Congreso Mundial de Investigación en las Artes del Espectáculo

Fecha: 10 y 11 de noviembre

Asistentes: 310



Congreso Instituto de la Construcción de CyL

Fecha: 14 y 15 de noviembre

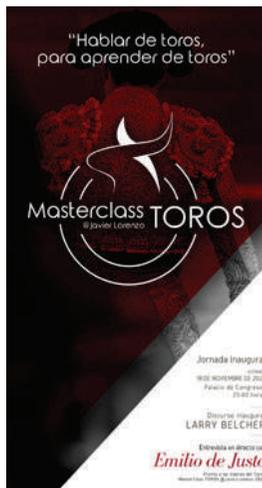
Asistentes: 300



Inauguración 2ª MasterClass Taurinas

Fecha: 18 de noviembre

Asistentes: 195



Encuentro Nacional de Tunas

Fecha: 19 de noviembre

Asistentes: 900

II Jornadas Audiovisuales “Las Mujeres en el Audiovisual Español”

Fecha: 23 de noviembre

Asistentes: 100



1.2 Eventos culturales

Johann Strauss Gran Concierto de Año Nuevo

Fecha: 2 de enero

Asistentes: 700



Carmina Burana, Orff y 9ª Sinfonía de Beethoven

Fecha: 13 de enero

Asistentes: 750



La Ruina Podcast

Fecha: 16 de enero

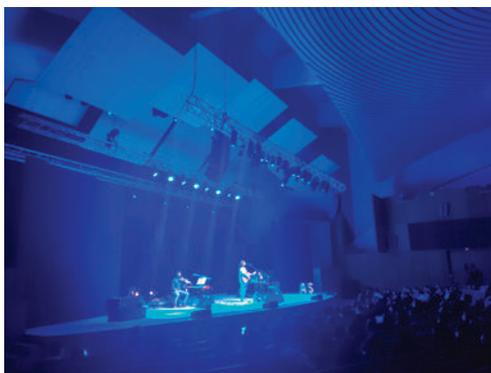
Asistentes: 300



Andrés Suárez

Fecha: 21 de enero

Asistentes: 900



Carlos Sadness

Fecha: 22 de enero

Asistentes: 800

Tomatito

Fecha: 4 de febrero

Asistentes: 900

No te Metas en Política

Fecha: 5 de febrero

Asistentes: 300



Farruquito

Fecha: 9 de febrero

Asistentes: 900



La Gala del Amor y del Humor

Fecha: 12 de febrero 1ª sesión

Asistentes: 800



La Gala del Amor y del Humor

Fecha: 12 de febrero 2ª sesión

Asistentes: 800

Mamma Mía

Fecha: 19 de febrero

Asistentes: 700

Niña Pastori

Fecha: 20 de febrero

Asistentes: 950



Tributo a Michael Jackson

Fecha: 25 de febrero

Asistentes: 700

De Pedro

Fecha: 5 de marzo

Asistentes: 720

Musical Infantil “Qué Festín”

Fecha: 6 de marzo

Asistentes: 830



Juan Amodeo “Avangelio”

Fecha: 11 de marzo

Asistentes: 280



Paco Candela

Fecha: 18 de marzo

Asistentes: 820

Ismael Serrano

Fecha: 19 de marzo

Asistentes: 600



Certamen de Música Procesional

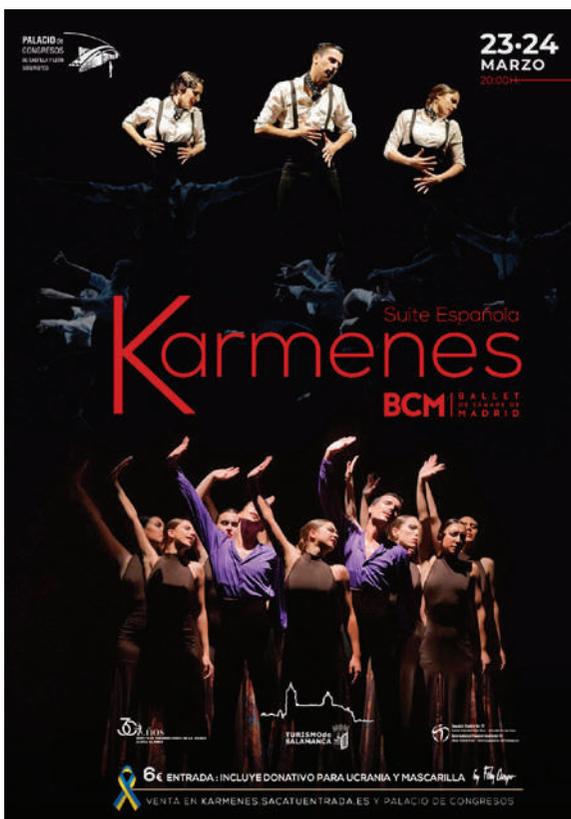
Fecha: 20 de marzo

Asistentes: 1.000

Karmenes

Fecha: 23 de marzo

Asistentes: 1.000



Karmenes

Fecha: 24 de marzo

Asistentes: 1.000

León Benavente

Fecha: 25 de marzo

Asistentes: 500

Concierto Film Symphony Orchestra

Fecha: 26 de marzo

Asistentes: 1.050



Los Secretos, Gira 2022

Fecha: 1 de abril

Asistentes: 800



Concierto Benéfico por Ucrania

Fecha: 2 de abril

Asistentes: 1.000



Martita de Graná

Fecha: 3 de abril

Asistentes: 1.050



We Love Queen

Fecha: 8 de abril

Asistentes: 500

Jorge Blass

Fecha: 9 de abril

Asistentes: 600



Concierto Cuarteto Saxofones

Fecha: 21 de abril

Asistentes: 200

Concierto de Ópera – Semana Cultural de México

Fecha: 4 de mayo

Asistentes: 300

Silvia Pérez Cruz

Fecha: 6 de mayo

Asistentes: 900

Quique González

Fecha: 7 de mayo

Asistentes: 600

El Lago de los Cisnes

Fecha: 8 de mayo

Asistentes: 700

Luis Piedrahita

Fecha: 14 de mayo

Asistentes: 650



Coco el Musical

Fecha: 22 de mayo

Asistentes: 700



Concierto de Viento del Conservatorio de Música

Fecha: 27 de mayo

Asistentes: 200



Elysium Ballet

Fecha: 2 de junio

Asistentes: 1.000



Elysium Ballet

Fecha: 3 de junio

Asistentes: 1.000

FICMA Proyección de corto

Fecha: 10 de junio

Asistentes: 150

FICMA Gala de Clausura

Fecha: 18 de junio

Asistentes: 200



Gala de la Academia Raquel Gómez – sesión infantil

Fecha: 18 de junio

Asistentes: 900

Gala de la Academia Raquel Gómez – sesión adultos

Fecha: 18 de junio

Asistentes: 900

Conservatorio Superior de Música

Fecha: 21 de junio

Asistentes: 200

La Magia de la Danza

Fecha: 23 de junio

Asistentes: 1.000

La Magia de la Danza

Fecha: 24 de junio

Asistentes: 1.000

Ballet Azabache

Fecha: 11 de julio

Asistentes: 900



Proyecto Alchemy – Tributo a Dire Straits

Fecha: 24 de septiembre

Asistentes: 800



Baile Ascol

Fecha: 1 de octubre

Asistentes: 250



La Moda

Fecha: 22 de octubre

Asistentes: 800

José Luis Calero

Fecha: 30 de octubre

Asistentes: 350

De Ellos Aprendí

Fecha: 5 de noviembre

Asistentes: 600



La Magia de la Danza

Fecha: 11 de noviembre

Asistentes: 950

Dani Martínez

Fecha: 12 de noviembre

Asistentes: 1.050

Concierto Joven Orquesta

Fecha: 13 de noviembre

Asistentes: 190

Concierto Conservatorio Superior de Música

Fecha: 15 de noviembre

Asistentes: 210



Desfile de Moda de FAMASA y Viste la Tierra

Fecha: 17 de noviembre

Asistentes: 250



Lectura Dramatizada Don Juan Tenorio

Fecha: 18 de noviembre

Asistentes: 230

Proyección Película Madre - II Jornadas Audiovisuales

Fecha: 24 de noviembre

Asistentes: 100

Programa Onda Cero

Fecha: 25 de noviembre

Asistentes: 80



Así Canta Jerez en Navidad

Fecha: 9 de diciembre

Asistentes: 800

Ballet de Kiev “El Cascanueces”

Fecha: 10 de diciembre

Asistentes: 1.050



Musical Infantil “Encanto”

Fecha: 11 de diciembre

Asistentes: 700



Vivir así es Morir de Amor

Fecha: 17 de diciembre

Asistentes: 500

1.3 Graduaciones

Graduación de Psicología

Fecha: 1 de mayo

Asistentes: 1.050



Graduación de Biología

Fecha: 5 de mayo

Asistentes: 1.050

Graduación Informática

Fecha: 20 de mayo

Asistentes: 1.050

Grado en Derecho

Fecha: 21 de mayo

Asistentes: 1.050



Grado en Ciencia Política y Administración Pública

Fecha: 21 de mayo

Asistentes: 396

Grado en Criminología

Fecha: 21 de mayo

Asistentes: 1.050

Grado en Derecho y Doble Grado en Derecho y Ciencia Política y A.P.

Fecha: 21 de mayo

Asistentes: 1.050

Grado en Criminología y Doble Grado en Derecho y Criminología

Fecha: 21 de mayo

Asistentes: 1.050

Grado en Global Studies

Fecha: 21 de mayo

Asistentes: 396

Graduación en Medicina

Fecha: 28 de mayo

Asistentes: 1.050

Graduación en Enfermería

Fecha: 28 de mayo

Asistentes: 1.050

Graduación en Trabajo Social

Fecha: 4 de junio

Asistentes: 1.050

Graduación en Educación Primaria

Fecha: 11 junio

Asistentes: 1.050

Graduación en Educación Infantil

Fecha: 11 junio

Asistentes: 1.050

Graduación doble grado Educación Infantil y Primaria

Fecha: 11 junio

Asistentes: 1.050

Graduación en Pedagogía

Fecha: 11 junio

Asistentes: 1.050

Graduación en Terapia Ocupacional

Fecha: 18 junio

Asistentes: 396

Graduación en Bellas Artes

Fecha: 25 junio

Asistentes: 1.050

Graduación en Traducción e Interpretación

Fecha: 25 junio

Asistentes: 396

Graduación en Farmacia

Fecha: 2 de julio

Asistentes: 1.050

1.4 Ferias y Exposiciones

Feria Salamanca Nupcial

Fecha: 26, 27 y 28 de enero

Asistentes: 3.500



Feria Salón Regional del Talento y Futuro de Castilla y León

Fecha: 5 y 6 de abril

Asistentes: 800

Exposición “La Moda y Vida Cotidiana en el Siglo de Oro”

Fecha: del 26 al 31 de mayo y del 7 al 28 de junio

Asistentes: 4.000



Exposición “Diseño Teatral, El Artista Detrás del Telón”

Fecha: 16 al 24 de junio

Asistentes: 2.300



Feria de la Boda

Fecha: 8 y 9 de octubre

Asistentes: 3.500



1.5 Prensa, comunicación y rodajes

Rueda de prensa XII Gala del Amor y del Humor

Fecha: 7 de febrero

Asistentes: 15

Rueda de prensa eventos Palacio de Congresos

Fecha: 16 de febrero

Asistentes: 15

Rueda de prensa presentación eventos Fundación Alicia Alonso

Fecha: 1 de marzo

Asistentes: 15



Rueda de prensa We Love Queen y Jorge Blass

Fecha: 10 de marzo

Asistentes: 15

Rueda de prensa Concierto Benéfico por Ucrania

Fecha: 24 de marzo

Asistentes: 15

Rodaje corto USAL

Fecha: 16 de mayo

Asistentes: 30

Rueda de prensa Alumni y Ayuntamiento de Salamanca

Fecha: 28 de septiembre

Asistentes: 15

Emisión en directo del programa El Chiringuito de Jugones

Fecha: 27 de octubre

Asistentes: 1.059



Rueda de prensa Congreso Mundial de Investigación en las Artes del Espectáculo

Fecha: 2 de noviembre

Asistentes: 15

Rueda de prensa Encuentro Nacional de Tunas

Fecha: 15 de noviembre

Asistentes: 15

Rueda de prensa Cantores de Híspalis

Fecha: 15 de diciembre

Asistentes: 15

1.6 Eventos entidades públicas

Ayuntamiento de Salamanca

Celebración de 9 plenos en las siguientes fechas: 28 de enero, 7 de febrero, 4 de marzo, 8 de abril, 6 de mayo, 3 de junio, 8 de julio, 29 de julio, 9 de septiembre.



Diputación de Salamanca

Celebración de 4 plenos en las siguientes fechas: 19 de enero, 26 de enero, 25 de febrero y 11 de marzo.



Consejo de la Infancia

Fecha: 6 de mayo

Asistentes: 30

Día de la Provincia

Fecha: 21 de septiembre

Asistentes: 300



1.7 Otros eventos

Ensayos Joven Orquesta Sinfónica Ciudad de Salamanca

Se han celebrado 14 ensayos en las siguientes fechas: 15 de enero, 22 de enero, 5 de febrero, 12 de febrero, 5 de marzo, 12 de marzo, 19 de marzo, 23 de abril, 7 de mayo, 14 de mayo, 28 de mayo, 29 de mayo, 2 de junio, 1 de octubre.

Ensayos Evento Siglo de Oro

Se han celebrado 4 ensayos en las siguientes fechas: 24 de mayo y 10 de junio

Asistentes: 300

30 Aniversario Palacio de Congresos

Fecha: 30 de junio

Asistentes: 400



Ensayos API Abroad

18 de julio

Ensayos imposiciones de bandas graduaciones.

Todas las facultades han tenido a su disposición 1 día de ensayo para la graduación.

2. Mejoras realizadas en el espacio durante 2022

Con el objetivo de mejorar el servicio que oferta al organizador de un evento se han realizado diversas mejoras en el Palacio de Congresos, en las que cabe destacar:

- Adquisición de estores para ocultar visualmente la zona de cafetería en los periodos que no se utiliza.
- Adquisición de dos olivos para la zona de la cúpula de la Sala Inferior de Exposiciones.



- Equipo de edición de vídeo en eventos.

- Controlador de red para control de iluminación DNX.

3. Promoción, Comercialización y Formación

3.1 Actividad Comercial 2022

Durante el año 2022 el Palacio de Congresos ha asistido presencialmente a 3 eventos nacionales y 3 eventos locales, además de a múltiples reuniones y visitas de inspección.

Nacional

FITUR

Fecha: 19 de enero.

Asistencia a la asamblea anual de APCE.

Mesa Comercial cedida por Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de CyL donde se han mantenido 4 reuniones comerciales.

Workshop CyL

Fecha: 17 de junio.

Organiza CASTILLA Y LEÓN Y Salamanca Convention Bureau.

El Palacio de Congresos ha sido la sede del Workshop de MICE CyL.

I Jornada Networking en Madrid

Fecha: 4 de octubre.

Organiza Asociación Alumni de la Universidad de Salamanca.

Lugar: Fundación Mapfre Madrid.

Un encuentro empresarial entre empresas salmantinas y madrileñas, Universidad de Salamanca y otras entidades salmantinas, como Asociación Cruz Roja de Salamanca, Salamanca Convention Bureau y Palacio de Congresos en Salamanca.

El evento consistió en una presentación y entrega de reconocimientos, una ponencia sobre finanzas y un cocktail networking.



Local

Jornada Networking Empresas Amigas Universidad de Salamanca

Fecha: 11 de marzo.

Asistentes: 10.

Durante la jornada se celebró una píldora de formación.

Empresas asistentes: Fundación Empresas Amigas, Banco de Santander, Raquel Manero Azafatas, Iniziar Inversiones, Grupo Global Exchange, Negocios con Corazón, Plan Lili, Fernando Garrido Comunicación y Palacio de Congresos.



Jornada Networking Empresas Amigas de la Universidad de Salamanca

Fecha: 29 de abril.

Asistentes: 10.

Durante la jornada se celebró una píldora de formación.



VIII Desayuno de Trabajo

Acción comercial conjunta con Salamanca Convention Bureau. En dichos desayunos se invita a un posible organizador de eventos congresuales.

Fecha: 2 de marzo.

Invitado: Arsenio Dacosta, Vicedecano Docencia y Calidad Facultad Ciencias Sociales.

Jornada networking Gala 30 Aniversario Palacio de Congresos

Celebración evento conmemorativo por el 30 aniversario del Palacio de Congresos

Fecha: 30 de junio.

Nº asistentes: 450

Los invitados fueron de origen muy diverso, lo que creó un ambiente de networking muy favorable: Universidad de Salamanca, entidades públicas, empresas, proveedores y organizadores de eventos entre otros.

El acto consistió en una recepción, un acto en la Sala Mayor con diversas actuaciones y un Cocktail para todos los asistentes.

De enero a diciembre

Durante el ejercicio 2022 el Palacio de Congresos apostó principalmente por una promoción local, manteniendo reuniones con prescriptores de eventos del Hospital Universitario de Salamanca, La Universidad de Salamanca, así como de entidades privadas y públicas. Dicha actividad comercial ha generado 280 reuniones y 157 visitas de inspección.

Relación de las visitas de inspección año 2022

- 2 Visitas organización Congreso Internacional Cofradía de la Veracruz
- 2 Visitas organización Congreso Agencia Tributaria

- Fundación Secretariado Gitano
- 5 Visitas organización Feria Boda
- 2 Visitas Asociación Empresa Familiar Castilla y León
- Quirón Prevención
- 2 Visitas Dicotex
- Agora Espectáculos
- 2 Visitas Organización Congreso Instituto de la Construcción CyL
- Fundación Empresas Amigas USAL
- 3 Visitas Las Aventuras del Señor Maco
- 5 Visitas Fundación Alicia Alonso
- Delegación Salamanca Agencia Tributaria
- Organización I Masterclass Jornadas Taurinas
- Organización Congreso Veracruz
- Páramo
- 2 Visitas Federación de Fútbol de Castilla y León
- 2 Visitas Eurosell
- Organización Certamen Semana Santa
- Aceinsa Salamanca
- Organización Jornadas Esgrima Artístico
- Viveros Segúin
- 2 Visitas organización evento We Love Queen
- 3 Visitas organización Encuentro Nacional Bolilleras
- Dónde Está Wally
- 2 Visitas Organización Feria Salón Regional Talento Castilla y León

- Vitor Salamanca
- Facultad de Medicina USAL
- Rencore Events
- 3 Visitas Organización Encuentro Nacional de Tunas
- 7 Visitas La Gaceta de Salamanca
- 2 Visitas Área Bienestar Social Ayuntamiento de Salamanca
- 2 Visitas Organización evento Siglo de Oro
- 4 Visitas Idimad360
- Comercial Regional Abba Hoteles
- Universidad Politécnica de Madrid
- 2 Visitas Organización Congreso Asociación Española de Veterinarios de Équidos
- Limcasa
- Facultad de Psicología USAL
- Departamento de Sanidad de CyL
- Tapperware
- Floristería Bedunia
- Floristería Mayo
- Milhojas Flores
- 2 Visitas Organización Congreso SECOT
- Servicio de Traumatología Infantil del Hospital Universitario de Salamanca
- Facultad de Informática USAL
- Hermandad Donantes de Sangre de Salamanca
- Catering HC
- 2 Visitas Asprodes

- Facultad Medicina USAL
- Facultad Derecho USAL
- Facultad Enfermería USAL
- 2 Visitas Dion Eventos
- 2 Visitas Academia Baila Raquel Gómez
- 4 Visitas Famasa
- A Las Doce
- Laboratorios Astra Zéneca
- Organización Jornadas Ajedrez
- 8 Visitas Startup Olé Salamanca
- Asociación Psicoterapia
- 2 PCW
- Organización Exposición Fotografía Antigua
- Academia Azabache
- Organización Jornadas SpeedCubing
- Facultad Farmacia USAL
- 2 Visitas Diputación de Salamanca con motivo "Día de la Provincia"
- 2 Visitas Organización XII Iranian Studies Conference
- Organización Campamento de Investigación
- 2 Visitas Salamanca Film Commission
- 2 Visitas Cadena Ser Salamanca

- 2 Visitas Agencia 51 Comunicación
- 2 Visitas Concejalía Mayores Ayuntamiento de Salamanca
- Viveros Gimeno
- Catering Lili Cook
- Facultad de Medicina USAL
- Presstour
- Prosegur
- Ascol
- Organización I Congreso Envejecimiento y Salud
- Equipo de producción del programa El Chiringuito de Jugones
- Medio de comunicación El Español
- Salamanca Ciudad del Español
- 2 Visitas Onda Cero
- Catering Doze
- Organización II Masterclass Jornadas Taurinas
- Atem
- 2 Visitas Policía Local de Salamanca
- Basue
- Estudio Cinco
- Quesería La Antigua
- Trasanam

- Organización Congreso Mundial en las Artes y el Espectáculo
- Viste La Tierra
- Organización Feria Antigüedades
- Escuela Hostelería Santa Marta
- Organización Encuentro Internacional de Culturismo
- Sociedad Española de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica
- Consejo Español de Resucitación Cardiopulmonar

3.2 Presupuestos enviados y candidaturas presentadas

A lo largo del año 2022 se enviaron 129 presupuestos y se presentaron 8 candidaturas de las que se han confirmado 7 que traerán a la ciudad de Salamanca unos 5.900 congresistas.

Candidaturas presentadas

64th ASH Annual Meeting and Exposition

No confirmado.

Enero 2023 – 2 días.

650 asistentes.

Candidatura conjunta con Salamanca Convention Bureau.

Congreso Nacional de Ortopedia Infantil

Confirmado.

8 al 10 de junio de 2023.

350 asistentes.

Candidatura conjunta con Salamanca Convention Bureau.

Encuentro Internacional de Culturismo Natural

Confirmado.

30 de junio al 1 de julio de 2023.

1.000 asistentes.

Congreso Consejo Español de Resucitación Cardiopulmonar

Confirmado.

10 al 11 de noviembre de 2023.

700 asistentes.

2ª Semana del Español

Confirmado.

15 al 18 de noviembre de 2023.

450 asistentes.

Candidatura conjunta con Salamanca Convention Bureau y Salamanca Ciudad del Español.

IX Congreso Internacional de Alineadores

Confirmado.

22 al 24 de febrero de 2024.

1.500 asistentes.

Congreso ICRS 2024

Confirmado.

26 al 29 de junio de 2023.

350 asistentes.

Candidatura conjunta con Salamanca Convention Bureau.

Congreso de la Sociedad Española de Senología y Patología Mamaria, SESPm 2024

Confirmado.

17 al 19 de octubre de 2024.

900 asistentes.

Candidatura conjunta con Salamanca Convention Bureau.

3.3 Otras actividades realizadas

Colaboración con el departamento de Estrategia Turística y con Salamanca Convention Bureau en la entrega de datos para la elaboración de estadísticas.

Entrega a Salamanca Convention Bureau de textos y fotos para nuevo folleto digital.

Asistencia al I Congreso de la Mujer

Fecha: 29 de marzo.

Lugar: Palacio de Figueroa.

Organiza Gaceta de Salamanca.

Asistente: Susana Pérez Vilán.

Asistencia al programa nº 50 de Quod Natura.

Fecha: 20 de diciembre.

Organiza Alumni de la Universidad de Salamanca.

Asistentes: Carolina Fernández Gutiérrez y Susana Pérez Vilán.

3.4 Formación

Formación

Curso reciclaje “DESA”

8 de marzo. Parque de bomberos de Salamanca.

Asistente: Carolina Fernández Gutiérrez

“Comunicación, Ganar y Ganar”

11 de marzo. Santander Work Café.

Píldora de Formación. Organiza Empresas Amigas Universidad de Salamanca.

Ponente: Fernando Garrido.

Asistente: Susana Pérez Vilán.

“4 Pasos imprescindibles para tener éxito en LinkedIn”

25 de abril. Santander Work Café.

Píldora de formación. Organiza Empresas Amigas Universidad de Salamanca.

Ponente: Nuria Delgado.

Asistente: Carolina Fernández Gutiérrez.

Webinar “Sostenibilidad en Eventos”

14 de diciembre.

Organiza la Asociación Española de Palacios de Congresos.

Ponente: Santiago Quiroga.

Asistentes: Carolina Fernández Gutiérrez y Susana Pérez Vilán.

Asistencia formación

Gracias al convenio de colaboración entre la Sociedad de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U. y el Instituto de Formación Profesional Rodríguez Fabres, el Palacio de Congresos de Salamanca ha tutelado a una alumna de prácticas del grado superior de formación profesional “Agencias de Viajes y Gestión de Eventos”, entre los meses de marzo a mayo de 2022.

Charla y visita de grupo de estudiantes de la Facultad de Turismo de la Universidad de Salamanca.

28 de marzo.

Visita Universidad Politécnica de Madrid.

1 de abril.

Visitas de inspección alumnos de la escuela de MH Azafatas.

13 de mayo.

Visita Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid.

16 de mayo.

4. Colaboración con asociaciones

Durante el ejercicio 2022 el Palacio de Congresos de Salamanca ha participado en la actividad de las asociaciones de APCE, OPC Madrid, Palacios de congresos de Castilla y León y Empresas Amigas de la Universidad de Salamanca.

4.1 Asociación de Palacios de Congresos de España – APCE

Participación en Asamblea Anual.

Fecha: 19 de enero, Fitur.

Presencia en medios y en redes sociales y actualización de la información del Palacio en su web.

Participación en webinar de sostenibilidad en eventos.

Asistencia al I Congreso de la Asociación de Ferias Españolas (AFE) y la Asociación de Palacios de congresos de España (APCE).

Fecha: 6 al 8 de julio.

Lugar: Palacio de Congresos de Málaga.

147 asistentes.

APCE y AFE han celebrado por primera vez de manera conjunta sus respectivos congresos. Una alianza encaminada a potenciar las fortalezas del sector, favorecer un mayor impacto económico y facilitar la puesta en común en beneficio de la actividad. El objetivo del congreso era impulsar una mejor gestión y calidad de los servicios e intercambiar buenas prácticas y experiencias en torno a las nuevas tecnologías, sostenibilidad y eficiencia energética.



4.2 OPC Madrid

Presencia en medios y en redes sociales. Presencia del Palacio en su web.

4.3 Palacios de Congresos de Castilla y León

Grupo de trabajo formado por los palacios de congresos de Ávila, Burgos, León, Salamanca y Valladolid. El objetivo del grupo es el intercambio de información y buenas prácticas.

Dicho grupo ha generado 2 reuniones on line.

4.4. Empresas Amigas Universidad de Salamanca

El Palacio de Congresos forma parte de las Empresas Amigas de la Universidad de Salamanca. Durante el ejercicio 2022 se ha participado en varias acciones de marketing y promoción, enfocadas a un mejor conocimiento de marca del Palacio de Congresos dentro de la comunidad universitaria y entre las demás Empresas Amigas.

Presencia en las redes sociales Clubhouse, LinkedIn, Instagram y Facebook.

Presencia del logo del Palacio de Congresos en el pie de página de todos los correos electrónicos de Empresas Amigas.

Presencia del logo en anuncios en la publicación Tribuna Universitaria a lo largo de todo el año.

Presencia del nombre del Palacio de Congresos en webinars a favor de la Asociación Afibrosal y Asociación Turner.

Participación en 2 Jornadas Networking organizadas por Empresas Amigas.

Fechas: 11 de marzo y 29 de abril.

5. Marketing y comunicación

5.1 Material promocional

Diseño imagen 30 Aniversario Palacio de Congresos:

Logo Aniversario



Firma digital

Slider de entrada a la web del Palacio, con enlace de acceso a página de aterrizaje

<https://palaciosalamanca.es/30-aniversario/>

Invitaciones al evento



Photocall Gala 30 Aniversario Palacio de Congresos



Lona exterior publicidad 30 Aniversario Palacio de Congresos



Lona mostrador Sala Mayor publicidad 30 Aniversario Palacio de Congresos

Vídeo inicio de la gala en Sala Mayor

Carrusel de fotos con fotos antiguas del Palacio de Congresos

Web y posicionamiento

Web: actualización de la web www.palaciosalamanca.es

Publicación de tres posts en el blog de la web.

Posicionamiento: durante el ejercicio se han realizado acciones directas para la mejora del posicionamiento y visibilidad en buscadores: seguimiento mensual de palabras clave en base a los contenidos web, optimización y visibilidad de la información del sitio web, relevancia de la información, medición, accesibilidad, usabilidad y experiencia del usuario en la web.

Se ha generado un tráfico constante a la web gracias a la publicación de los eventos del Palacio de Congresos en la agenda.

Los resultados de valor en posicionamiento orgánico han sido:

Keyword: palacio de congresos salamanca

Posición: 1ª posición, primera página de Google.

Keyword: palacio de los congresos

Posición: 3ª posición, primera página de Google.

Keyword: palacio de congresos

Posición: 4ª posición, primera página de Google.

Keyword: palacio de congresos y exposiciones

Posición: 6ª posición, primera página de Google

5.2 Redes sociales y comunicación

LinkedIn

8.555 contactos.

Publicación de información de eventos congresuales y noticias de interés del Palacio de Congresos.

Investigación de la red para contactos de eventos congresuales.

Instagram

890 seguidores.

Publicación de información de eventos culturales y noticias de interés del Palacio de Congresos.

Eventoplus

Inserción publicitaria en la guía de eventos y espacios 2022.

Palacio de Congresos de Salamanca



Este Palacio, con sólo 40 años, es el Palacio de Congresos de Salamanca en un edificio histórico situado en la zona céntrica y antigua de Salamanca. Su infraestructura moderna y sofisticada le permite ser una opción interesante para la celebración de cualquier evento, no importa su tamaño. Su ubicación, su conexión con el centro de la ciudad cultural, sus zonas de recepción y salas de eventos, hacen que sea un espacio de alto nivel para la celebración de eventos de alto nivel. El espacio es ideal para conferencias, seminarios, cursos de grado, eventos que se celebran y se celebran y la feria de Incentivos para la celebración de eventos, en cualquier momento del año.

Capacidad

Capacidad total: 1.000 personas
Capacidad sala principal: 1.000 personas
Capacidad sala secundaria: 1.000 personas
Capacidad sala terciaria: 1.000 personas
Capacidad sala cuaternaria: 1.000 personas
Capacidad sala quinquena: 1.000 personas
Capacidad sala sexagenaria: 1.000 personas
Capacidad sala septuagena: 1.000 personas
Capacidad sala octogena: 1.000 personas
Capacidad sala noventa: 1.000 personas
Capacidad sala cien: 1.000 personas

Contacto

Palacio de Congresos de Salamanca
Calle de Salamanca, 47
37005, Salamanca



Hotel Barceló Sevilla Renacimiento



Capacidad

Capacidad sala principal: 1.000 personas
Capacidad sala secundaria: 1.000 personas
Capacidad sala terciaria: 1.000 personas
Capacidad sala cuaternaria: 1.000 personas
Capacidad sala quinquena: 1.000 personas
Capacidad sala sexagenaria: 1.000 personas
Capacidad sala septuagena: 1.000 personas
Capacidad sala octogena: 1.000 personas
Capacidad sala noventa: 1.000 personas
Capacidad sala cien: 1.000 personas

Contacto

Hotel Barceló Sevilla Renacimiento
Calle de Sevilla, 101
41013, Sevilla

Este hotel es una de las mejores opciones para la celebración de eventos de alto nivel en Sevilla. Su ubicación, su conexión con el centro de la ciudad cultural, sus zonas de recepción y salas de eventos, hacen que sea un espacio de alto nivel para la celebración de eventos de alto nivel. El espacio es ideal para conferencias, seminarios, cursos de grado, eventos que se celebran y se celebran y la feria de Incentivos para la celebración de eventos, en cualquier momento del año.

