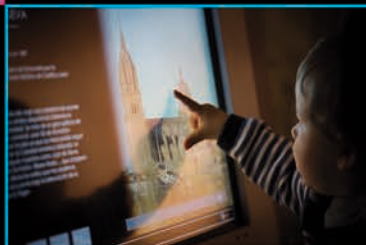


# Informe de Gestión 2015



01

Presentación



## Presentación

Durante 2015 la sociedad municipal, tras la formación de un nuevo Ayuntamiento, ha renovado sus órganos de dirección: Junta General y Consejo de Administración.

Esta celebración no ha significado en ningún momento la paralización de los trabajos de la sociedad municipal quien ha seguido con el impulso de las diferentes actuaciones aprobadas y recogidas en la Memoria de Actuaciones de este ejercicio presupuestario.

En términos generales podemos señalar que 2015 ha sido un año de continuidad en los trabajos que se venían realizando en los ejercicios anteriores. En el desarrollo de las actuaciones que se presentan en este Informe de Gestión 2015, ha sido fundamental, en cada una de las tres áreas, la colaboración con otras entidades públicas y privadas, tanto para los programas turísticos, para el apoyo a la innovación y el emprendimiento y en la promoción del comercio. Igualmente se han aprovechado todos los canales y recursos de la sociedad municipal en la promoción de la ciudad tanto en la actividad turística, comercial y en apoyo a la iniciativa empresarial.

Destacamos algunas de las actuaciones realizadas a lo largo de 2015 en cada una de estas tres áreas:

En cuanto al **Área de Turismo**, señalamos que en 2015 se ha batido un nuevo record de visitantes y pernoctaciones en la ciudad de Salamanca. De acuerdo a los datos del I.N.E. los viajeros que pernoctan en nuestra ciudad fueron 655.883, un incremento de 63.237, que significó el 10,67% más con respecto a 2014. Por otra parte, la Oficina de Información registró 53.523 consultas más que en 2014, un incremento del 11,12% en un total de 534.955. De estos, las consultas internacionales se incrementaron en 20.022, lo que representa el 12,81% más que en 2014.

Estas cifras siguen avalando los trabajos realizados desde Turismo de Salamanca así como las múltiples colaboraciones con el Patronato Provincial de Turismo y la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León y con otros destinos Ciudades Patrimonio de la Humanidad y municipios en la red Huellas de Teresa de Jesús y/o Paradores de España, principalmente para la promoción internacional.

Entre los trabajos impulsados por la sociedad municipal, las distintas marcas del destino han seguido las colaboraciones con el sector privado en la coordinación de eventos,

promociones y en la creación de nuevas propuestas turísticas. Así, desde Salamanca Ciudad del Español se ha participado en numerosos mercados de contratación y ferias promocionales impulsando nuestro destino y apoyando la comercialización de las Escuelas de Español de la ciudad, además de las colaboraciones dirigidas a conseguir la acreditación del Instituto Cervantes.

Salamanca Para Comérsela ha colaborado con los restaurantes de la ciudad, apoyando la calidad de la oferta gastronómica y su promoción a través de distintos canales: desde la participación en Madrid Fusión, la promoción de jornadas gastronómicas en colaboración con la Asociación de Empresarios de Hostelería y la actualización constante de los contenidos on line, web y redes sociales. La incorporación de nuevos establecimientos de restauración a este Club de Producto avala el trabajo que se realiza.

Salamanca Convention Bureau ha seguido con su labor comercial, de visitas y contactos continuos con sus asociados e impulso de las relaciones que se establecen entre estos agentes económicos de la ciudad y los diferentes eventos. Para ello ha continuado con sus iniciativas de networking, como son los desayunos de Salamanca Convention Bureau y sus cocidos. Igualmente se ha reconocido la labor de los promotores de congresos, con una nueva edición del programa Embajadores de Salamanca Convention Bureau.

Por su parte Salamanca Film Commission ha continuado con su apoyo a las producciones audiovisuales a través de su asesoramiento, facilitar trámites, búsqueda de localizaciones. En 2015 se celebró tras su interrupción en 2014, Manhattan Short Film Festival además de la colaboración con el Festival de Cine Corto y el Festival de Video Doméstico.

Salamanca De Noche fue el marco desde el que se impulsó una nueva edición para la incorporación de locales de noche a esta marca de calidad para el ocio nocturno. Tras algunos conflictos, con importante repercusión mediática, todos los grupos políticos acordaron impulsar un Plan Integral para el Ocio de Calidad, aprobado en el Consejo de Administración de 2 de octubre de 2015.

La comercialización de los recursos turísticos privados en destino fue uno de los objetivos prioritarios de este ejercicio. Para la creación del punto Salamanca y Más fue necesario desarrollar varias tareas con carácter previo. Desde la adecuación de la Oficina de Información Turística, para la instalación de este punto, hasta la elaboración

del Protocolo de Colaboración con los diferentes profesionales. En este marco, se enmarca igualmente el Convenio de Colaboración con los Guías Oficiales de Turismo.

Otras líneas de trabajo han sido también objeto de atención. En materia de promoción, destacamos nuestra participación en el programa impulsado por la Secretaria de Estado de Turismo-Segittur, “Turismo Senior”. Por segundo año consecutivo Salamanca fue homologada por esta administración como destino senior. Esto está permitiendo promocionar nuestra oferta en diferentes mercados europeos y contactos con numerosos turoperadores internacionales que comercializan paquetes turísticos entre los mayores de 55 años.

Además se ha seguido participando en ferias promocionales, mercados de contratación y envío de material promocional a numerosas convocatorias promocionales y oficinas deTURESPAÑA en el exterior. Con estas últimas hemos colaborado en numerosos viajes de familiarización, tanto con turoperadores como con prensa especializada.

Con el mismo fin, de promoción del destino y consolidación del posicionamiento de nuestro destino y marca de destino, se ha realizado la campaña de promoción y publicidad en la ciudad de Madrid. Desde el mes de septiembre “Salamanca Patrimonio Emocional” ha sido mensaje en estaciones de metro, tren y terminal 4 del aeropuerto de Madrid Barajas-Adolfo Suárez.

La actualización de la web [salamanca.es](http://salamanca.es), de nuestros perfiles en redes sociales, impulsar el video viral “Las torres que nos miran” y las promoción on line de la Galería Urbana del barrio del Oeste, son otras actuaciones realizadas.

Destacamos igualmente los programas turísticos en destino. La celebración del V centenario del nacimiento de Teresa de Jesús, hasta el 15 de octubre de 2015, ha significado una importante promoción de la Casa de Santa Teresa, uno de los recursos patrimoniales más singulares y menos visitados en la ciudad. La Casa de Santa Teresa ha sido la principal referencia en la creación de la ruta urbana sobre Teresa de Jesús y en varios programas: Espacios de Espiritualidad Femenina, Paseos por Salamanca, Ruta Teatralizada en el programa de verano Plazas y Patios.

Las Llaves de la Ciudad ha celebrado su ya octava edición “Para abrir mil y una puertas”, contando con gran éxito de participantes y aceptación en la ciudad. Ha incorporado espacios como el Patio del Centro Hispano Japonés con una propuesta creativa muy atractiva, además de otros por primera vez como el Colegio Mayor de

Montellano, Palacio de Anaya, el Museo Taurino y la cerca vieja en el Museo de la Cueva de Salamanca; además de ser excusa para la instalación de nuevas propuestas expositivas en el Convento de San Esteban.

Los orígenes de la ciudad ha sido también objeto de programación, difundiendo entre visitantes y turistas este yacimiento arqueológico sobre los primeros pobladores de nuestra ciudad, ubicado en el Cerro de San Vicente.

Se ha creado la propuesta Descubre el Arte, dirigida al público familiar, y que incorpora a más de diez espacios, con propuestas interactivas y acceso a través de códigos QR. Pendiente de las últimas actualizaciones y presentación.

El Museo del Comercio y la Industria de Salamanca ha incrementado notablemente sus cifras de visitantes. La celebración de las jornadas de artesanía y la feria Salamarket han influido en este incremento. No obstante, el Museo viene paulatinamente teniendo mayor número de visitantes además de ser una referencia en la programación cultural del barrio y sus fiestas.

Por último, hemos seguido avanzando en la mejora de la accesibilidad turística con diferentes propuestas. Desde la formación de parte del equipo técnico y del personal de la oficina de información turística, la colaboración con diferentes asociaciones y entidades en asesoramiento y la programación de visitas a la carta con diferentes colectivos de personas con discapacidad. La mejora de la accesibilidad fue también una de las líneas de actuaciones en el ejercicio 2014.

En cuanto al Área de Promoción Económica, desde la sociedad municipal se han impulsado varias actuaciones. Destacamos el Convenio de Colaboración con la Fundación de la Universidad Pontificia “Escuela de Salamanca” para el apoyo a la cultura emprendedora y el apoyo a la innovación a través de diferentes propuestas presentadas por los alumnos de esta universidad. La cultura emprendedora también ha sido impulsada a través de diferentes conferencias y charlas a cargo del personal técnico de este área.

El área de promoción económica igualmente ha centrado gran parte de sus recursos en la Oficina de Atención al Autónomo, Empresario y Emprendedor, donde se han atendido numerosas solicitudes de asesoramiento, información y apoyo a la creación de iniciativas económicas.



El observatorio socioeconómico urbano ha sido también objeto de atención desde Promoción Económica.

En cuanto a Promoción Económica y Comercio, cuyos informes de gestión se presentan conjuntos en este documento, son objeto de delegaciones diferentes a partir de la constitución del nuevo ayuntamiento. El área de Comercio cuenta a partir del Consejo de Administración de 2 de octubre, con nueva Consejera Delegada.

En cuanto a las líneas de trabajo desarrolladas en 2015 en el área de Comercio local, estas han estado dirigidas al apoyo de los colectivos de artesanos y comerciantes. Por una parte se ha respaldado a los artesanos a través de tres asociaciones en la celebración de sus respectivas ferias artesanales, ubicadas en la Plaza de los Bandos. El apoyo ha sido en materia logística, de gestión municipal y promoción a través de los soportes web y la Oficina de Información Turística.

Con respecto a la dinamización comercial, se han desarrollado diversas actuaciones. Junto con el apoyo a las asociaciones de zona de comerciantes, se ha colaborado con la Asociación de Empresarios Salmantinos del Comercio en la campaña promocional en redes sociales “Salamanca Respira Comercio”. Igualmente el comercio histórico de la ciudad ha sido apoyado con la creación de la ruta turística que incluye los comercios históricos de la ciudad, desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX.

La promoción de las compras con motivo de la Navidad ha sido objeto de una programación específica de dinamización de las calles comerciales de la ciudad además de la instalación de la ludoteca municipal en la Plaza de los Bandos.

El área de comercio también se ha impulsado con la creación, a finales de 2015 de una nueva marca “Comercio de Salamanca” para mayor identificación de los servicios que la sociedad municipal presta al comercio de la ciudad.

Estas y otras actuaciones del área de Turismo, del área de Comercio y del área de Promoción Económica de la sociedad municipal, se detallan a lo largo de este Informe de Gestión del ejercicio 2015.