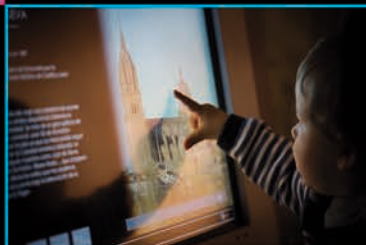


Informe de Gestión 2015



07

Comercialización



Comercialización

Índice

1. Introducción

1.1. Objetivos

2. Salamanca Para Comérsela

2.1. Objetivos

2.2. Actuaciones

2.2.1. Guía gastronómica

2.2.2. Portal web

2.2.3. Redes sociales

2.2.4. Distintivos del club de producto

2.3. Presentación del club de producto en *madridfusión*

2.4. Candidatura a Saborea España

2.4.1. Introducción

2.4.2. Objetivos

2.4.3. Ventajas

2.4.4. Trabajos realizados

2.5. Otras colaboraciones

2.5.1. Academia Gastronómica de Salamanca

2.5.2. Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

2.5.3. Otros

3. Salamanca Card

3.1. Promoción Salamanca Card

3.2. Otras Actuaciones

3.3. Ventas Salamanca Card

4. Punto de comercialización de servicios turísticos privados

1. Introducción

El departamento de comercialización coordina parte de la participación público-privada del sector turístico local en diversas actuaciones. Principalmente se centra en la promoción, e impulso a la comercialización, de la gastronomía local. Si bien, igualmente se abordan otras propuestas de la empresa privada con el fin de incrementar el consumo turístico. Estos objetivos se abordan desde distintas plataformas. De estas, destacan el Club de producto Salamanca Para Comérsela, la tarjeta turística “Salamanca Card” y el punto de comercialización “Salamanca y Más”.

1.1. Objetivos

El objetivo es ampliar canales de comercialización de la oferta turística privada local. Para ello se cuenta con la colaboración del sector empresarial, quien participa en diversas iniciativas. Otro de los objetivos es la promoción de esta oferta entre el visitante en el destino Salamanca, además de mayor sensibilidad y conocimiento del público local con los recursos gastronómico y oferta de ocio.

Las actuaciones realizadas en 2015 se encaminaron a la consecución de dichos objetivos.

2. Salamanca Para Comérsela

Club de producto que cuenta con la colaboración y asesoramiento de la Academia Gastronómica Salmantina, Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca y periodistas gastronómicos.

El objetivo principal de este proyecto es promocionar Salamanca a través de experiencias gastronómicas, consiguiendo diversificar y desestacionalizar la actividad consolidando un destino de calidad.

La iniciativa pretende transformar este tipo de recursos y productos en experiencias turísticas únicas y sumamente especializadas, para lo cual se requiere la colaboración de las empresas y prestatarios de servicios y productos gastronómicos (restauradores, denominaciones de origen, productores, bodegas).

2.1. Objetivos

Mejorar y diversificar la imagen de Salamanca aprovechando la gastronomía para incrementar su competitividad en el mercado turístico.

2.2. Actuaciones

2.2.1. Guía gastronómica de Salamanca Para Comérsela

En 2015 se actualizó la guía gastronómica, siendo esta su cuarta edición. En ella participan 37 restaurantes. Tras realizarse una nueva convocatoria para solicitar la adhesión al club de producto, se han incorporado 5 nuevos establecimientos.

La guía mantiene el mismo formato, proporcionando información detallada sobre los 37 establecimientos que forman parte de este club de producto e invita al lector a descubrir la gastronomía salmantina a través de los restaurantes participantes. Un recorrido por las mejores cocinas charras con unas sugerentes imágenes, información sobre el jefe de cocina, la bodega, los platos recomendados, reconocimientos, especialidades... además de los datos prácticos y una pequeña nota orientativa con la que ayudar al comensal a disfrutar del placer de la comida. Un folleto muy visual, de diseño atractivo, que pretende promover experiencias gastronómicas.

Ha sido distribuida y presentada en Madrid Fusión 2015 además de en otras convocatorias de promoción turística, como ferias –Intur y Fitur principalmente, presentaciones, mercados de contratación, etc.



2.2.2. Portal Web: marketing y comunicación de los recursos gastronómicos salmantinos.

Se continuó con el desarrollo de la Web para la promoción y comunicación de los recursos turísticos y gastronómicos de la ciudad de Salamanca, mejorar los contenidos, servicios,

imagen del destino, funcionalidad y accesibilidad; además de un canal de videos on line con información y novedades sobre el proyecto.

Se publicaron 4 nuevos videos de establecimientos en el canal de videos on line que contiene microprogramas y contenidos relacionados con la restauración salmantina, en capítulos unitarios.

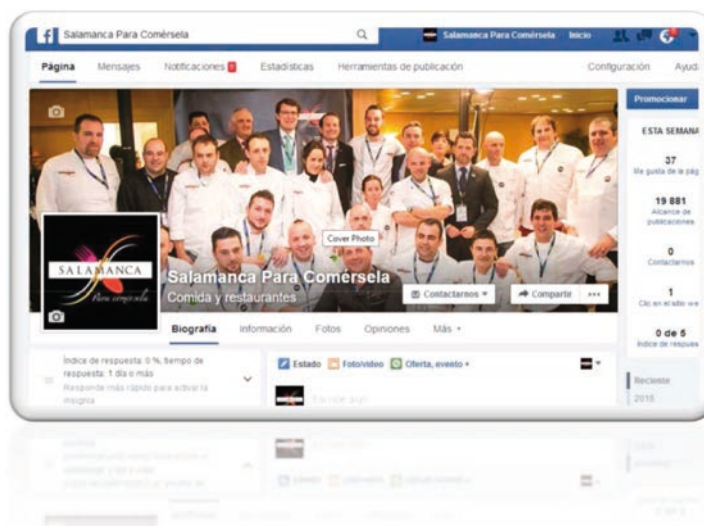
Los trabajos realizados, para la edición de estos programas han sido la colaboración a la hora de seleccionar las localizaciones, la coordinación de las entrevistas y supervisión de contenidos.

- Datos estadísticos del portal web:

En 2015 el portal www.salamancaparacomersela.es registró 73.623 visitas, 403.999 solicitudes o número de ocasiones que una página, imagen, archivo o fichero de la página ha sido vista o descargados. La duración media de visitas fue de 1 min. 45 seg. La mayoría de las consultas proceden de España, en total 18.485, seguidas de Francia, Portugal y Estados Unidos. Otros países son: China, Alemania, Ucrania, Italia.

2.2.3. Redes sociales:

Salamanca Para Comérsela dispone de perfil social en Facebook, que actualizamos a diario. Ha sido un gran apoyo en las labores de promoción tanto para los restaurantes como para el propio club de producto. Esto nos ha dado la posibilidad de publicar inmediatamente información de los restaurantes pertenecientes al club de producto, unos cinco post diarios, desarrollando tareas de community manager para el óptimo posicionamiento de nuestros contenidos en la red, además de información, contenidos e imágenes propias, notas de prensa, actividades, fotografías, etc. En la actualidad contamos con unos 3.345 seguidores. <http://www.facebook.com/pages/Salamanca-Para-Comersela/143773629021494>



2.2.4. Distintivos del club de producto:

Entre los distintivos, Salamanca Para Comérsela, dispone de unas pegatinas identificativas para los restaurantes pertenecientes al club de producto. Se hace entrega de ellas en el momento que el establecimiento se incorpora al club de producto.

Los restaurantes participantes en la XIII Edición de *madridfusión*, se les hizo entrega además de una pegatina como acreditación a su asistencia y colaboración con el club de producto. Estas se distribuyeron a lo largo del mes de febrero.

Otros materiales son los delantales identificados con el logotipo del club de producto como herramienta de promoción y uniformidad.



2.3. Presentación del club de producto Salamanca Para Comérsela en *madridfusión* 2015

Del 2 al 4 de febrero de 2015 *Salamanca para Comérsela* participó en la XIII edición de *madridfusión*. Se pretende posicionar a la ciudad como destino de referencia de gastronomía y restauración con el objetivo de impulsar el sector, atraer turismo y facilitar la generación de actividad económica y de empleo.



El Palacio de Congresos del Campo de las Naciones acogió la XIII edición siendo la más destacada cita del sector gastronómico, que convierte a Madrid en la capital mundial de la Gastronomía.

Cocinas Viajeras fue el lema bajo el que se aglutinaron ponencias, demostraciones, talleres magistrales, catas y conferencias. Más de 100 cocineros de 12 países a través de cuatro tipos de cocina: salada, dulce, líquida y helada.

Los datos de la edición anterior, 2014, donde se reunió a unos 2.000 congresistas, 57 ponentes extranjeros, 7.000 personas acreditadas, 118 Expositores (nacionales e internacionales), avalan nuestra participación.



Salamanca Para Comérsela contó con el apoyo de 16 restaurantes de la ciudad y 24 marcas con las que la restauración y la gastronomía salmantinas participaron en este escaparate mundial, donde contamos, además con la presencia de Fran Vicente como “embajador” de la ciudad y como jefe de cocina.

Salamanca Para Comérsela contó con un stand de 3x3 metros, que fue el punto de encuentro de visitantes y profesionales. También sirvió también como herramienta de promoción y presentación de las imágenes de la marca de los patrocinadores locales. Estuvo atendido con un informador quien promocionó a través de distintos materiales la oferta gastronómica de la ciudad. El stand fue espacio de degustaciones de productos locales. El patrocinio de productores de jamón de Guijuelo y un cortador reconocido, permitió ofrecer a los visitantes jamón ibérico de La Hoja del Carrasco, Jamones Luis Bravo y Campo Charro, además de Hornazo de Salamanca.



La imagen de marca *Salamanca Para Comérsela* se incluyó también en el libro oficial que edita el congreso así como en la página web del evento y en las redes sociales de *madridfusión*.

Dieciséis fueron los platos con los que los cocineros salmantinos exhibieron las últimas tendencias en gastronomía. Se degustaron en un almuerzo-cóctel al que asistieron 350 invitados el lunes día 2 de febrero. Una oportunidad para mostrar las últimas tendencias de la cocina actual y difundirla ante los profesionales del sector, entre los que destacaron chefs, críticos gastronómicos, prensa especializada nacional e internacional, miembros de la Academia de Gastronomía y ponentes del congreso *madridfusión*. Se contó con la participación de los alumnos de: I.E.S. Vaguada de la Palma, estudiantes de escuela de hostelería de la Fonda Veracruz en los ciclos de Formación Profesional de grado medio y superior de Cocina y Gastronomía, Restauración y Dirección, con la Escuela Municipal de Hostelería de Santa Marta de Tormes y con la Escuela de Hostelería de Salamanca.

La coordinación del servicio de sala fue realizada por Alfredo Matallana (Restaurante Vida & Comida).

Tras el almuerzo, hubo unas palabras de agradecimiento de la organización y una intervención del alcalde, finalizando con la foto de grupo con todos los participantes salmantinos.



- Los restaurantes participantes fueron:

Restaurante El Alquimista, Restaurante Casa Paca, Restaurante La Cocina de Toño, Restaurante Corriño, Restaurante Don Fadrique, Restaurante Don Mauro, Restaurante Doze, Restaurante La Hoja 21, Restaurante Lilicook Gastrobar, Restaurante Lis, Restaurante el Mesón de Gonzalo, Restaurante Casa de comidas Montero, Restaurante Pucela, Restaurante Las Tapas de Gonzalo, Restaurante La Tentación y Restaurante Vida & Comida.

- Las empresas/marcas colaboradoras fueron:

Las marcas de productos gastronómicos colaboradoras fueron: Quesos de la Marca de Garantía “Queso Arribes de Salamanca”, Garbanzo de Pedrosillo, Lenteja de La Armuña, IPG Carne de Salamanca, La Hoja del Carrasco, Jamones Luis Bravo, Ibéricos Campo Charro, Cárnicas Iglesias, ARTURO SÁNCHEZ, HERGAHER, Soleae, Socu Socu, Aceiteros del Águeda, Abade y Arribera (Aceite de Oliva Virgen Extra), Vinos de la DO. Arribes y DO Protegida Sierra de Salamanca, Coca-cola Iberian Partners, Hornazo de Salamanca, Montefer, vinos y

productos selectos, Distribuciones Alberto González, La Tahona de la Abuela y Garrapiñadas Mario Sánchez.

- Para la realización de la presentación se llevaron a cabo los siguientes trabajos:

Envío de convocatoria con las normas de participación a todos los establecimientos miembros de Salamanca Para Comérsela. Esta se realizó el 29 de octubre de 2014 a los 32 establecimientos miembros de Salamanca Para Comérsela, respondiendo a dicha convocatoria 16 establecimientos.

- Reuniones de coordinación y supervisión con los restaurantes participantes.

Presentación del proyecto a las empresas colaboradoras para su participación. Se coordinó a: restaurantes y fotógrafo para fotografiar las tapas, los equipos de trabajo, asistentes al evento, recepción de productos, uniformidad y materiales promocionales, las reuniones con los alumnos y tutores participantes en *madridfusión*, coordinación del servicio de almuerzo-cóctail, el orden de servicio de las tapas junto a los jefes de cocina y sala, de pedidos entre las empresas colaboradoras y los restaurantes participantes, el envío de materiales a Madrid, tanto productos refrigerados, como materiales promocionales, el servicio de sala junto al jefe de sala y alumnos para el servicio, montaje de sala, puntos de servicio de bebidas, al personal asistente a la presentación, jefes de cocina, cocineros, jefes de sala, camareros, alumnos y tutores y selección de los coordinadores del evento, el desplazamiento del personal participante en *madridfusión*, la llegada de autoridades, invitados, empresarios y prensa a la comida inaugural del congreso.



Tras el almuerzo inaugural, se supervisó de estado de limpieza de las áreas de trabajo, el vaciado de cámaras frigoríficas, el desmontaje de la sala, la recogida de materiales, empaquetado, etiquetado y almacenaje en jaulas y las degustaciones en el stand con las empresas colaboradoras.

- Se gestionó: el envío de convocatoria e invitación a las empresas colaboradoras, restaurantes e instituciones, el montaje de salón, audiovisuales, materiales promocionales, la instalación de cocina, alquiler y recepción de equipos para el servicio, los materiales desechables para servicio de comida, pedido, recepción de material, la distribución de acreditaciones del personal cocina, empresarios, invitados, prensa y autoridades, la planificación de la ruta de recogida de alimentos frescos para su traslado a Madrid en camión frigorífico, la uniformidad del personal de cocina, sala y sumiller, la contratación del informador para el stand de *madridfusión*, la supervisión diseño, imagen y recepción del stand y el envío de información y la supervisión junto a la empresa de comunicación de los contenidos y de las publicaciones en la web, perfiles sociales (Facebook y Twitter) y videos promocionales realizados para *madridfusión*.

- Se realizó: visitas a Madrid para coordinar el evento con la organización de *madridfusión*, las visitas de inspección a Madrid para la gestión del espacio y el personal, los trabajos para el desarrollo de los materiales promocionales específicos para la presentación, como banderolas, roll-up, minutas, delantales, chapas identificativas y petición de material turístico, reuniones formativas e informativas con los alumnos de las escuelas participantes en el evento, la recepción de los alimentos frescos, distribución en cámaras frigoríficas, la recepción de los materiales promocionales, la planificación de cocinas, distribución de áreas de trabajo, distribución de materiales para el emplatado de tapas, rutas de acceso de carros fríos y calientes, la supervisión del almuerzo-cóctel.



- Menú - Salamanca Para Comérsela – *madridfusión*, 2 de febrero de 2015.

Las tapas que se sirvieron en el almuerzo- coctel, el 2 de febrero de 2015, organizándose en frías, calientes y postres:

- Tartar de trucha del Tormes y galleta de cítricos.- Restaurante Casa Paca.
- Bocadillo de oreja ibérica crujiente, foie, castañas y avellanas.
Restaurante Casa de Comidas Montero.
- Huevo de farinato.- Restaurante La Tentación.
- Maki de tartar ibérico.- Restaurante DOZE.
- Lengua de carne de Salamanca y judías.- Restaurante El Alquimista.
- Cremoso de queso, nueces de la Sierra y pasas. Restaurante Lilicook Gastrobar.
- Bombón de morcilla.- Restaurante La Hoja 21.
- Bacalao Carmelitano.- Restaurante Don Fadrique.

- Croqueta casera de jamón ibérico.- Restaurante El Mesón de Gonzalo.
- Manita de cerdo, boletus y trucha con mostaza de piña.- Restaurante Don Mauro.
- Canelón de carrillera ibérica y boletus.- Restaurante La Cocina de Toño.
- Mini-hamburguesa de carne de Salamanca con emulsión de tomate y parmesano.
Restaurante Las Tapas de Gonzalo.
- Oreó Charra. – Restaurante Vida & Comida.
- Corte ibérico con tomate y ciruela.- Restaurante Corriño.
- Crepe de remolacha, crema de queso, brotes de legumbre, miel y sésamo.
Restaurante Lis.
- Borrachito con almendras de la Sierra, mousse de yogur y frutas caramelizadas.
Restaurante Pucela.

- Otros datos de interés: promoción en *madridfusión*:

Durante el mes de enero y febrero se recibieron 13.681 visitas en la web www.salamancaparacomersela.es. a través de publicaciones de los contenidos referentes a *madridfusión*:. El alcance en twitter supuso unas 22.200 impresiones mientras que en Facebook se alcanzaron las 42.000.

También se realizaron 2.716 reproducciones de los videos subidos a YouTube/Vimeo, son los siguientes:

26-enero-2015 Presentación del almuerzo salmantino de MadridFusión 2015

<http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/enero-2015/almuerzo-salamancamadird-fusion-2015.php>

29-enero-2015 Qué se cocerá en MadridFusión 2015

<http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/enero-2015/madrid-fusion-2015-programa.php>

1-feb-2015 Salamanca regresa mañana a MadridFusión 2015

<http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/salamanca-regresamanana-a-madrid-fusion.php>

2-feb-2015 Gran día en MadridFusión 2015

<http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/gran-dia-enmadridfusion-2015.php>

2-feb-2015 Veinticuatro empresas charras llevan hoy lo mejor de la provincia a MadridFusión2015

[http://www.hosteleriasalamanca.es/reportajes/tematicos/empresas-de-salamanca-
aportanproducto-madrid-fusion.php](http://www.hosteleriasalamanca.es/reportajes/tematicos/empresas-de-salamanca-
aportanproducto-madrid-fusion.php)

3-feb-2015 Intenso primer día en MadridFusión 2015

[http://www.hosteleriasalamanca.es/reportajes/eventos-gastronomicos/salamanca-
madridfusion-2015.php](http://www.hosteleriasalamanca.es/reportajes/eventos-gastronomicos/salamanca-
madridfusion-2015.php)

4-feb-2015 Vídeo de los Top Chefs den MadridFusión 2015

[http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/concursantes-top-
chefmadrid-fusion-2015.php](http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/concursantes-top-
chefmadrid-fusion-2015.php)

6 feb-2015 Gran repercusión mediática del almuerzo de Salamanca en MadridFusión 2015

[http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/repercusion-
mediaticasalamanca-madrid-fusion.php](http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/repercusion-
mediaticasalamanca-madrid-fusion.php)

3-marzo-2015 Las Tapas de MadridFusión en 16 restaurantes charros

[http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/tapas-de-
madridfusionen-16-restaurantes-charros.php](http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/tapas-de-
madridfusionen-16-restaurantes-charros.php)

22-mayo 2015 Entrevista a Alfonso Fernández Mañueco (en la que también habla de Salamanca para comérsela)

[http://www.hosteleriasalamanca.es/reportajes/entrevistas/entrevista-alfonso-
fernandezmanueco-hosteleria-salamanca.php](http://www.hosteleriasalamanca.es/reportajes/entrevistas/entrevista-alfonso-
fernandezmanueco-hosteleria-salamanca.php)

- Otras publicaciones en medios:

- HosteleriaSalamanca.es

La publicación de información, fotografías y videos referentes a la participación de Salamanca en *madridfusión* ha supuesto un alcance de 20.607 lecturas en la web y 29.566 impresiones en Facebook

- Medios de comunicación:

Para la promoción de la ciudad se cerró un acuerdo de difusión con la agencia EFE y Europa Press, con lo que se consiguió alcanzar una destacada presencia en medios.

Los impactos en medios de comunicación locales y en diarios nacionales fueron los siguientes:

La Gaceta de Salamanca

<http://www.lagacetadesalamanca.es/salamanca/2015/02/02/salamanca-vende-madrid-fusion-destino-grastronomico-primer-nivel/136598.html>

<http://www.lagacetadesalamanca.es/salamanca/2015/01/26/cuenta-madrid-fusion/136110.html>

Salamanca 24 hrs

<http://www.salamanca24horas.com/galeria/tapas-madrid-fusion>

<http://www.salamanca24horas.com/local/salamanca-regresa-madrid-fusion-para-ratificarse-como-destino-gastronomico>

<http://www.salamanca24horas.com/local/salamanca-lleva-madrid-fusion-una-oferta-gastronomica-renovada>

El Norte de Castilla y León

<http://www.elnortedecastilla.es/salamanca/201411/18/fran-vicente-encabezara-embajada-20141118124956.html>

La Crónica de Salamanca

<http://www.lacronicadesalamanca.com/fran-vicente-sera-la-imagen-de-la-cocina-salmantina-en-madrid-fusion/>

El Diario

http://www.eldiario.es/politica/Salamanca-Madrid-Fusion-gastronomia-economica_0_352415679.html

Salamanca RTV al día

<http://salamancartvaldia.es/not/61974/-salamanca-para-comersela-vuelve-a-madrid-fusion-2015-de-la-mano-del-chef-fran-vicente>

<http://salamancartvaldia.es/not/68838/-salamanca-para-comersela-apuesta-fuerte-por-su-gastronomia-en-el-certamen-de-madrid-fusion>

<http://salamancartvaldia.es/not/69563/salamanca-se-reivindica-en-madrid-fusion-como-destino-gastronomico-para-seguir-creando-empleo->

<http://salamancartvaldia.es/not/69474/salamanca-regresa-manana-a-madrid-fusion-para-ratificarse-como-destino-gastronomico->

<http://salamancartvaldia.es/not/69683/el-bacalao-carmelitano-se-cuela-en-la-vanguardia-gastronomica-de-madrid-fusion->

La Vanguardia

<http://www.lavanguardia.com/ocio/20150201/54425712913/salamanca-se-reivindica-manana-en-madrid-fusion-como-destino-gastronomico.html>

Es.Finance

<https://es.finance.yahoo.com/noticias/salamanca-apuesta-madrid-fusi%C3%B3n-gastronom%C3%ADa-motor-econ%C3%B3mico-194637734.html>

20 minutos

<http://www.20minutos.es/noticia/2364884/0/salamanca-se-reivindica-madrid-fusion-como-destino-gastronomico-calidad/>

El Día.es

<http://eldia.es/agencias/7926104-MADRID-FUSI-N-Salamanca-reivindica-manana-Madrid-Fusion-destino-gastronomico>

El vídeo de EFE

<https://www.youtube.com/watch?v=oaO5pYupcxs>

Tribuna de Palencia

<http://www.tribunapalencia.com/noticias/salamanca-muestra-su-buen-hacer-culinario-a-mas-de-10-dot-000-personas-en-madrid-fusion/1422883224>

La Voz Libre

<http://www.lavozlibre.com/noticias/ampliar/1028524/salamanca-acerca-la-comida-de-santa-teresa-de-jesus-a-la-vanguardia-culinaria-de-madrid-fusion>

El Confidencial

http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2015-02-01/salamanca-se-reivindica-manana-en-madrid-fusion-como-destino-gastronomico_483240/

Efetur

<http://www.efetur.com/noticia/salamanca-presume-de-producto-y-talento-culinario-en-madrid-fusion/>

Negocios.com

<http://www.negocios.com/noticias/salamanca-reivindica-manana-madrid-fusion-destino-gastronomico-01022015-1558>

Te Interesa

http://www.teinteresa.es/castilla-y-leon/avila/Salamanca-reivindica-Madrid-Fusion-gastronomico_1_1296480918.html

ExpoGourmet

<http://www.expogourmetb2b.es/n-/8446/salamanca-se-reivindica-en-madrid-fusion-como-destino-gastronomico-de-calidad>

Europa Press

<http://www.europapress.es/castilla-y-leon/noticia-cocina-salamanca-volvera-encender-fogones-madrid-fusion-20150201144540.html>

Hosteleríasalamanca.es

<http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/febrero-2015/salamanca-regresa-manana-a-madrid-fusion.php>

2.4. Candidatura Saborea España

2.4.1. Introducción

Saborea España es la primera plataforma nacional con vocación internacional para potenciar el turismo y la gastronomía. Está compuesta por la Federación Española de Hostelería (FEHR), la Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico, la Organización Europea de cocineros (Euro-Toques), la Federación de asociaciones de cocineros y reposteros de España (FACYRE) y Paradores de Turismo.

El trabajo en red de los cinco socios permitió el nacimiento de Saborea España con un objetivo común: transformar los productos gastronómicos en experiencias turísticas de gran valor, únicas y especializadas. Una manera distinta de conocer España, una forma especial de saborear cada viaje que va más allá del turismo gastronómico.

2.4.2. Objetivos

Convertir los productos turísticos en experiencias gastronómicas.

Ampliar el concepto de turismo gastronómico trabajando el concepto cultura gastronómica española auténtica y vinculada al territorio.

Ampliar el contenido y aportar valor con respecto a las propuestas actuales.

Incorporar nuevos usos al sector primario vinculándolos al sector turístico. Estos usos complementarios deben ayudar a la sostenibilidad del sector primario.

Potenciar la promoción y la comercialización de manera más ambiciosa e innovadora, identificando y captando nuevos mercados.

2.4.3. Ventajas

El trabajo en red, generando sinergias de gestión, productivas y comerciales.

Estructurar producto a nivel local y coordinar intereses complementarios a nivel global: turismo, agricultura, pesca, colectivos empresariales, administraciones

2.4.4. Trabajos realizados

Solicitud de participación en el Club de producto Saborea España.

Elaboración de memoria del destino gastronómico para la presentación de la candidatura,

cuyos contenidos incluyen:

Referencias sobre la gestión del destino gastronómico: Entidad solicitante, área geográfica de actuación, y plan de trabajo para el desarrollo del turismo gastronómico.

Referencias sobre la tradición y cultura gastronómica, descripción de los recursos gastronómicos que dispone el destino y configuran sus rasgos e identidad gastronómica

2.5. Otras colaboraciones

2.5.1. Academia Gastronómica de Salamanca

Dentro de las actuaciones llevadas a cabo durante 2015 se colaboró con la Academia Gastronómica de Salamanca para la difusión y promoción de los establecimientos pertenecientes a Salamanca Para Comérsela. Se acordó dar una mayor repercusión a los boletines mensuales que publican desde la Academia Gastronómica, para lo que se aprovecharon las redes sociales donde fueron publicados estos boletines, en donde se hace referencia a los restaurantes pertenecientes al Club de Producto.

2.5.2. Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

“Los Pilares del Gusto”. El pasado 2 de junio, Salamanca junto a las Ciudades Patrimonio de la Humanidad presentó su oferta gastronómica en los recintos del restaurante Palacio de Cibeles, de Madrid.

El proyecto ha reunido a las quince Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad en la promoción de su dimensión gastronomía como característica; sustancia y referencia indispensable de su herencia cultural.

En este acto, el cocinero Fran Vicente representó a Salamanca y participó, junto a reconocidos chefs del resto de ciudades que han ejercido de embajadores gastronómicos de cada uno de las poblaciones distinguidas en España por la Organización de Naciones Unidas para la Cultura. Se ofrecieron a los medios informativos una degustación de especialidades autóctonas en formato de tapas, incluyendo postres con tradición local.

También para la ocasión se elaboró un recetario con las tapas que se presentaron.



2.5.4. Otros

Premios Hostelería de Salamanca. Por cuarto año consecutivo el club de producto, Salamanca Para Comérsela, apoyó los Premios Hosteleriasalamanca.es.

El evento, organizado por la revista digital www.hosteleriasalamanca.es, celebró su Novena edición el pasado 11 de noviembre. En él se entregaron siete galardones "Óscar-cocinero", con los que pretenden apoyar y difundir el buen hacer de establecimientos, profesionales, instituciones y empresas salmantinas relacionadas con el sector de la hostelería.

Colaboración con AEHS en “XIV Concurso de pinchos” Se celebró el certamen del 5 al 14 de junio, donde 15 de los 40 locales participantes concursaron en la modalidad de “pincho de oro”. El ganador optó por participar en el XI Concurso Nacional de Pinchos y Tapas que tuvo lugar en Valladolid del 9 al 11 de noviembre.

Colaboraciones con prensa escrita:

Revista DeViajes, publicación turística de referencia. Pepo Paz Sanz, tras un recorrido por la ciudad de varios días, realizó el reportaje “Salamanca, reinventarse a orillas del Tormes”. En el refleja la excelente oferta gastronómica, con un amplio reportaje de ocho páginas, en el que ofrece un completo recorrido por los mejores restaurantes y platos de la ciudad, incluyendo también las visitas monumentales imprescindibles para el turista.

El programa, *Un laboratorio en mi cocina*, con Javier de la Fuente, de Radio Nacional de España, ha sido otro de los programas que se ha hecho eco del buen momento por el que atraviesa el sector en Salamanca. Un espacio radiofónico que se adentra en la investigación gastronómica más vanguardista de la ciudad, dando voz a “chefs-científicos” que utilizan nuevas técnicas de elaboración sin perder de vista el pasado – y que cada día más – trabajan codo con codo en la que será la cocina del futuro.

rtve.es/n/1136041/ vía @rtve

Revista Sobremesa, otro artículo que realizó la revista especializada en vino y gastronomía, catas, bodegas y restaurantes, fue el de *Sobremesa*. El reportaje “Salamanca en roca viva” recoge la oferta gastronómica de la ciudad teniendo en cuenta los sabores salmantinos y el vino, además de poner en valor el patrimonio de la ciudad que el turista no debe perderse.



Otras publicaciones gastronómicas

<http://elhedonista.economista.es/2015/03/david-monaguillo/>

http://blogs.vanitatis.elconfidencial.com/gastronomia/los-gastrogatos/2015-03-13/salamanca-tambien-para-comer-y-de-forma-brillante_726770/

http://www.abc.es/viajar/restaurantes/20150306/abci-patatas-bravas-espana-201503051323_10.html

<http://www.elgulocioso.com/2015/05/vida-comida-salamanca.html>

<http://www.traveler.es/viajes/viajes-urbanos/articulos/barrios-que-si-barrio-del-oeste-en-salamanca/6888>

http://www.quioscosobremesa.es/revistas/2015/index_sobremesa_junio2015_EJ33244.html

<http://viajeconpablo.com/restaurantes-en-salamanca-provincia/>

<http://www.guiarepsol.com/es/turismo/destinos/urbanos/ciudades-en-48-horas/salamanca/>

http://cincodias.com/cincodias/2015/07/10/sentidos/1436553340_614813.html

<http://foodcyl.es/2015/08/14/7-sitios-para-disfrutar-de-la-gastronomia-en-salamanca/>

<http://www.tribunasalamanca.com/noticias/la-movida-gastronomica-de-salamanca-despierta-el-interes-de-las-publicaciones-especializadas/1440601709#>

<http://www.lagacetadesalamanca.es/salamanca/2015/08/26/marca-salamanca-comersela-situa-ciudad-referente-gastronomico/153200.html>

<http://www.hosteleriasalamanca.es/noticias-hosteleria/agosto-2015/salamanca-destino-gastronomico-turismo.php>

<http://salamancartvaldia.es/not/89680/-salamanca-para-comersela-referencia-gastronomica-para-publicaciones-especializadas/>

http://www.abc.es/viajar/top/20150827/abci-universidades-turismo-espana-201508211201_1.html

http://viaggi.corriere.it/viaggi/weekend/cultura-salamanca-tapas-e-passeggiate-nella-citta-delle-meraviglie/1/?refresh_ce-cp

<http://viajar.elperiodico.com/destinos/europa/espana/ciudades-espanolas-que-son-patrimonio-de-la-humanidad>

http://www.abc.es/local-castilla-leon/20150911/abci-diez-restaurantes-donde-comer-201509091306_5.html

<http://www.quelujo.es/pilares-del-gusto-ciudades-patrimonio-de-la-humanidad/>

<http://www.abc.es/viajar/guia-repsol/20130523/abci-jamon-guijuelo-201305230953.html>

<http://www.ocholeguas.com/2015/09/01/espana/1441099208.html>

<http://www.contuproducto.com/2015/10/15/gastrotapas-en-salamanca/>

<http://www.aluxurytravelblog.com/2015/10/17/salamanca-a-city-of-many-pleasures/>

<http://www.ocholeguas.com/2015/10/07/espana/1444229780.html>

<http://www.traveler.es/viajes/viajes-urbanos/articulos/cosas-que-hay-que-saber-de-la-plaza-mayor-de-salamanca/7444>

http://elviajero.elpais.com/elviajero/2015/11/19/actualidad/1447929443_757433.html

<http://tapasmagazine.es/vamonos-de-setas-concurso-micogastronomico-salamanca-2015/>

3. Salamanca Card

Durante 2015, las actuaciones que se han llevado a cabo con tarjeta turística “Salamanca Card” han estado dirigidas a reforzar su posicionamiento y comercialización.

Se ha seguido manteniendo la oferta de tarjetas SalamancaCard 24 y 48 hrs, como herramienta para incrementar las ventas a, adaptándonos a su estancia en la ciudad y para crear un producto más atractivo económicamente.

Para este periodo se han fijado los siguientes objetivos:

Impulsar la ampliación del recorrido turístico del destino

- Impulsar el consumo en establecimientos privados y servicios
- Incorporar la oferta patrimonial, cultural y de servicios en un mismo soporte
- Facilitar el acceso y la información de las diferentes propuestas de la ciudad
- Presentar una opción de compra global de servicios turísticos
- Promocionar Salamanca y su oferta a través de diferentes canales de comercialización.

3.1. Promoción Salamanca Card

Las actuaciones de promoción realizadas durante este año han sido:

- Promoción on line:

Espacio en la homepage de www.salamanca.es

Portal www.salamancacard.com de la empresa NeoTurismo S.A.

- Promoción en Destino:

Distribución de ejemplares entre los miembros adheridos a Salamanca Card.

Información sobre distribución y venta de la tarjeta turística.

Edición de dípticos informativos.

3.2. Otras acciones

En marzo de 2015, se comenzó a distribuir junto con las tarjetas turísticas la nueva guía de servicios.

Servicios incluidos

Listado de servicios incluidos en Salamanca Card

MONUMENTOS Y ESPACIOS PATRIMONIALES

1. Catedral Vieja de Salamanca.
Claustro, Capillas y Museo Catedralicio
2. Catedral Nueva de Salamanca
3. Leronimus. Torres medievales de la Catedral de Salamanca
4. Edificio Histórico de la Universidad de Salamanca
5. Patio Escuelas Menores
6. Cielo de Salamanca
7. Monumenta Salmanticae
8. Colegio Mayor Arzobispo Fonseca
9. Convento de San Esteban. Dominicos
10. Universidad Pontificia de Salamanca
11. Real Clerecía de San Marcos- Igl. del Espíritu Santo
12. Scala Coeli, Torres de la Clerecía
13. Casa de las Conchas
14. La Cueva de Salamanca - Antigua Muralla.
15. Patio del Palacio de la Salina

MUSEOS Y OCIO CULTURAL

1. Museo Art Nouveau y Art Déco. Casa Lis
2. Museo de Historia de la Automoción
3. Museo de Comercio y de la Industria
4. Casa Museo Unamuno
5. Centro Documental de la Memoria Histórica
6. Museo Taurino de Salamanca
7. Museo Convento de Las Claras
8. Casa de Santa Teresa
9. Casa Museo Zacarías González
10. DA2 Domus Artium 2002
11. Exposición "Artilugios para fascinar"
12. Molino - Fábrica de Harinas del Sur. Casino
13. Sala de exposiciones Santo Domingo de la Cruz
14. Huerto de Calixto y Melibea

ALOJAMIENTO

1. Hotel Abba Fonseca
2. Eurostars Las Claras
3. Hotel Tryp Salamanca Centro
4. Hotel Tryp Salamanca Montalvo
5. Hotel Vincci Ciudad de Salamanca
6. Parador de Turismo de Salamanca
7. Hotel Recoletos Coco
8. Hotel Room-Mate Vega
9. Hotel Ibis Salamanca Centro Placentinos
11. Revolutum Hostel

GASTRONOMÍA

1. Delicatessen & Café
2. Asador Don Mauro
3. Restaurante El Jamón
4. Las Meninas
5. Parador de Salamanca
6. Restaurante Pecado
7. Restaurante El Poney Pisador"
8. Restaurante La Terraza del Montalvo (Hotel Tryp Salamanca Montalvo)
9. Restaurante Valencia
10. Restaurante Vitore

COMPRAS

1. Alcantara Intimashop
2. Aquatherapia Spa Center
3. Calzados Club Verde
4. Calzados Zaratos
5. Nuevos Almacenes del Hogar
6. Createste
7. Eurocalzados Pedro Saez
8. Imelda Modas
9. Joyería Córdón
10. Musical Sánchez Marcos
11. New Palacio de los Licores
12. Tienda Mini Platería
13. Toro Store by Osborne

3.4. Ventas Salamanca Card 2015

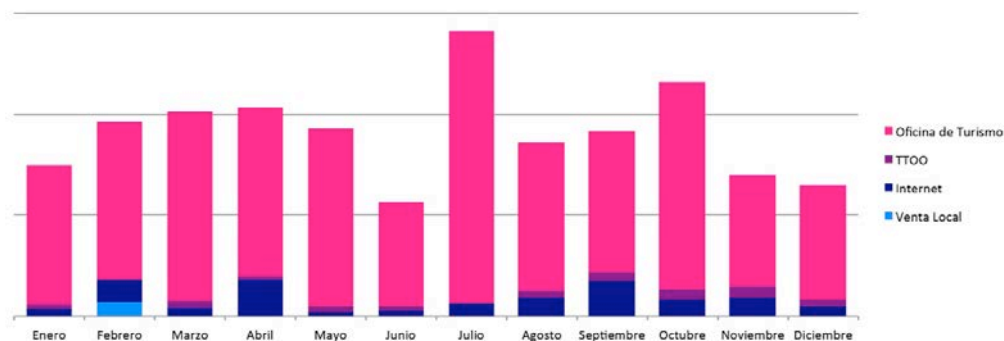
Ventas 2015

Distribución mensual

Ventas 2015	Internet	Oficina de Turismo	TTOO	Venta Local	TOTAL
Enero	7	138	5		150
Febrero	23	155		14	192
Marzo	8	187	8		203
Abril	36	168	3		207
Mayo	4	175	6		185
Junio	6	103	4		113
Julio	13	269			282
Agosto	19	147	6		172
Septiembre	35	139	9		183
Octubre	17	204	10		231
Noviembre	19	111	10		140
Diciembre	10	113	7		130
Total 2015	197	1.909	68	14	2.188

Venta 2015

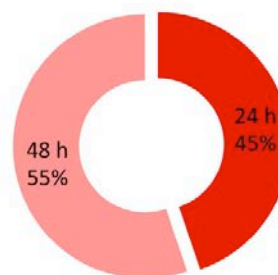
Evolución mensual



Activaciones por modelos

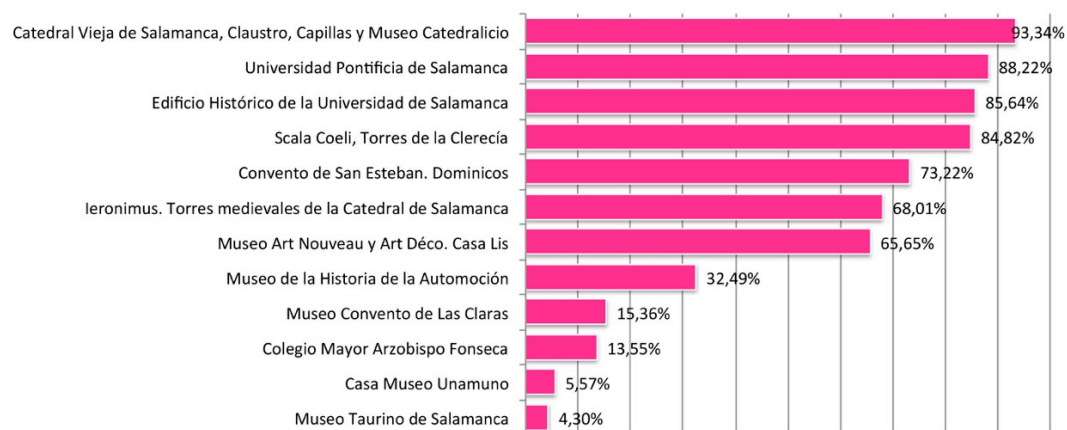
Distribución por modelos respecto al total de tarjetas activadas

Activaciones	24 h	48 h	TOTAL
Enero	92	38	130
Febrero	95	61	156
Marzo	118	109	227
Abril	75	131	206
Mayo	87	124	211
Junio	55	61	116
Julio	71	89	160
Agosto	110	180	290
Septiembre	97	101	198
Octubre	81	118	199
Noviembre	61	101	162
Diciembre	47	105	152
Total 2015	989	1.218	2.207
Participación (%)	44,81%	55,19%	



Servicios

Listado de los servicios más utilizados



4. Punto de comercialización de productos turísticos privados locales “Salamanca y más”.

El punto de promoción y comercialización de servicios turísticos se puso en marcha en el mes de abril, tras mantener diferentes reuniones con las empresas del sector, elaborar acuerdos de colaboración, un protocolo de comercialización que recoge los compromisos acordados para la venta de los productos turísticos además de la firma de contratos.

Los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes van desde las visitas guiadas, rutas acaballo, visitas a ganaderías de toro bravo, catas de aceite, excursiones a la sierra, talleres artesanos y balnearios.

El objetivo es, facilitar al turista la compra, en la misma Oficina de Información Turística de la Plaza Mayor, de los tickets para las diferentes actividades y servicios turísticos además de promocionar las diferentes propuestas que las empresas turísticas puedan proporcionar.

Esta nueva herramienta da apoyo a las empresas del sector en la promoción y comercialización de sus productos turísticos.

“Salamanca y más” está abierta a la participación de todas las empresas de la ciudad y la provincia, por ello se irán incorporando nuevas propuestas.

llegar a un acuerdo marco de colaboración y venta de servicios turísticos.