



MEMORIA DE ACTUACIONES. PRESUPUESTO EJERCICIO 2021

JUNTA GENERAL, 5 FEBRERO 2021



MEMORIA DE ACTUACIONES PRESUPUESTO 2021

Presentación:

La situación de pandemia actual condiciona el conjunto de las actuaciones de la sociedad municipal. Tal circunstancia se refleja a lo largo del presupuesto del ejercicio 2021 en cada una de las tres áreas de actuación. Destaca el esfuerzo de la sociedad municipal en la gestión de las diversas líneas de ayudas municipales acordadas por los grupos políticos y el imperativo de las medidas sanitarias para la realización de propuestas en el área de turismo.

Por tanto, el presupuesto refleja la adaptación del desarrollo de sus actuaciones a la evolución de la pandemia, sin dejar de lado los objetivos de la sociedad municipal para la promoción de la actividad económica de la ciudad. E igualmente se impulsan las líneas estratégicas que definirán la situación postcovid 19, principalmente relacionado con la adaptación de los diferentes servicios y actuaciones a los entornos digitales que permitan la competitividad de los sectores económicos de la ciudad, que son objeto de esta sociedad municipal.

CAPITULO 1. PERSONAL

El incremento del presupuesto en este capítulo responde a los acuerdos del consejo de administración de convocatoria para la contratación de un técnico medio y tres auxiliares administrativos adscritos al área de Comercio y Promoción Económica. Los salarios se actualizan con un incremento del 0,9%. En la estimación presupuestaria se han considerado las situaciones actuales de excedencia y jornadas reducidas de varios trabajadores.

CAPITULO 2. SEGUROS SOCIALES

La estimación corresponde al porcentaje destinado al pago de seguros sociales por la sociedad municipal, a partir del cálculo salarial.

CAPITULO 3. GASTOS DE FUNCIONAMIENTO

Las previsiones se han ajustado a la estimación del ejercicio 2021 considerando la ejecución del presupuesto 2020 en este capítulo. Los gastos que se incluyen en este capítulo corresponden a la contratación del servicio de limpieza de las instalaciones municipales, gastos de telefonía, transmisión de datos, actualización de software, servicios de mantenimiento de equipos, gastos de oficina, gastos de comunidad de propietarios, etc. Todos ellos, gasto corriente del funcionamiento ordinario de la sociedad municipal.



AREA DE TURISMO

CAPITULO 4. ATENCION AL VISITANTE

El capítulo recoge la contratación de los servicios de atención de las oficinas de información turística (3) y los espacios patrimoniales que se relacionan: Ieronimus. Las Torres de la Catedral, Scala Coeli. Las Torres de la Clerecía, Museo del Comercio, Museo Taurino, Fílmoteca de Castilla y León, Monumenta Salmanticae y Palacio de Monterrey.

CAPITULO 5. PRODUCTO TURISTICO

Las propuestas de producto turístico están todas ellas condicionadas a la evolución epidemiológica y medidas sanitarias, lo que supone importante flexibilidad en los calendarios, programaciones, participación de público y actuaciones de difusión y promoción adecuadas a la evolución de los diferentes contextos.

Seguiremos cumpliendo con las limitaciones de aforo, la información sobre seguridad sanitaria en los diferentes espacios con las infografías elaboradas en 2020 y la provisión de epis.

Considerando estas medidas, la sociedad municipal continuará impulsado programaciones y actuaciones en la ciudad, para la participación de ciudadanos locales y visitantes una vez sea posible la movilidad interprovincial, regional, nacional e internacional. Junto con estas programaciones, se celebrará el año jacobeo 2021-22 y la conmemoración del Lunes de Aguas, por primera vez, como Fiesta de Interés Turístico Regional.

- Mejora y ampliación del producto turístico de ciudad:

. Proyecto de Señalización Turística: continuación de los trabajos de redacción del proyecto definitivo para su aprobación por la Comisión Territorial de Patrimonio. Actualmente en fase de revisión técnica del estudio de movilidad, tipologías y ubicaciones de las señales turísticas.

. Creación del producto de arqueología: mejora en la presentación de los recursos arqueológicos en atención a la información turística, reservas, comunicación, promoción de los diferentes recursos arqueológicos, nuevas narrativas en la oferta patrimonial de la ciudad, programaciones, etc. Incorporación de los recursos de ciudad para la creación del producto turístico de arqueología: Cerro de San Vicente –aula arqueológica-, Parque del Botánico, Pozo de Nieve, Centro de interpretación de la Muralla y Cueva de Salamanca.

. Diversas colaboraciones: Fundación Edades del Hombre, Convento de San Esteban-Padres Dominicos, Amigos del Camino de Santiago-Vía de la Plata, Fundación Casa de Alba, etc., para la participación estos espacios en diferentes programaciones.



- Celebraciones y otras programaciones

. Durante el año 2021 se celebra un nuevo Año Jacobeo, celebración que se prolongará durante todo el año siguiente debido a la situación de pandemia actual. Dicha celebración se prevé a partir del segundo semestre de 2021, si bien dicha previsión podrá adelantarse en función de las medidas sanitarias. Su principal referencia patrimonial es la Vía de la Plata, uno de los caminos a Santiago de Compostela. En esta celebración participaran colaboradores desde la Asociación de amigos del Camino a Santiago de Compostela-Vía de la Plata y Albergue de Peregrinos-Casa de la Calera, la Casa de las Conchas, Fundación Casa de Alba, Catedral de Salamanca, etc. Se prevé que la programación del Año Jacobeo continúe durante el año 2022.

. El Lunes de Aguas: la celebración del reciente reconocimiento del Lunes de Aguas como Fiesta de Interés Regional coincidiendo con la fecha, lunes 12 de abril de 2021.

. Celebración de la semana “Siglo de Oro” en Salamanca, con recreaciones de los Tercios de Flandes y otras programaciones relacionadas con esta etapa de la historia moderna.

. Paseos por Salamanca, Noche del Patrimonio: a lo largo del año se realizarán diferentes programaciones de Paseos por Salamanca en colaboración con los guías de turismo profesionales.

- Productos turísticos consolidados

. Nuevo impulso al producto Las Torres que nos miran: miradores de San Esteban, de la Catedral y de la Clerecía, al que se añadirán otros. Ampliar los espacios con visitas nocturnas para incentivar la prolongación de la estancia en la ciudad y las pernoctaciones.

Estos espacios continuarán con su programación habitual y calendario de visitas nocturnas a partir de la primavera, o del mes de julio, previsión que se adaptará a la evolución de la crisis sanitaria.

. Se mantendrá por tercer año consecutivo, el convenio de colaboración con la Cofradía Vera Cruz para la apertura de la iglesia Vera Cruz durante los fines de semana.

. Museo del Comercio y la Industria de Salamanca. La programación del Museo continuará con sus líneas de actuación, adaptadas a la situación de pandemia actual. Esta incluirá tres exposiciones temporal, el concurso de fotografía, la edición de dos nuevos cuadernillos de la colección del comercio histórico en la ciudad, la creación de nuevas didácticas online, además de la colaboración con los centros escolares de la ciudad a través de la Fundación Ciudad de Saberes.



CAPITULO 6. MARKETING TURISTICO

Las acciones de marketing turístico del destino se realizarán considerando las características del destino, sus productos, marcas y diferentes segmentos de público. En su desarrollo se contará con la colaboración de los diferentes sectores empresariales que participan en la experiencia del destino, para la definición de actuaciones de promoción y calendarios, y se consideraran los diferentes segmentos de público y mercados.

Campañas de publicidad y otras acciones de comunicación:

. Campañas de publicidad nacional e internacional. A lo largo del 2021 se prevé el desarrollo de campañas de publicidad en los mercados nacionales e internacionales. La campaña nacional se iniciará a lo largo del año, previsiblemente durante el segundo semestre de 2021. Esta campaña de publicidad en exteriores adjudicada a la empresa ABBA, se realizará en los mercados de Madrid, ciudades del País Vasco y Valencia tal como se preveía en la licitación.

La campaña de publicidad internacional se centrará principalmente en la promoción del destino para el aprendizaje del español, con el fin de responder a la necesidad de impulsar de nuevo nuestra promoción en los mercados internacionales y respaldar a un sector de singular importancia en la ciudad.

. Acciones de comunicación y promoción del destino a través de diversos canales online, como una de las acciones fundamentales para la promoción del destino y la difusión de los diferentes programas. El desarrollo de estas acciones exigirá la contratación de empresas de marketing digital y el desarrollo de contenidos: texto, audiovisuales, fotografía, realidad virtual, videos 360º.

. Ampliación de los contenidos promocionales de ciudad: la ampliación de la movilidad del visitante, de los flujos de turistas, la ampliación de la oferta, incluir nuevos recursos, principalmente de arqueología, de naturaleza y de cultura charra tradicional. La incorporación de estos recursos requiere igualmente la generación de nuevos contenidos: fotografías, textos, audiovisuales, reproducciones 3D, etc.

. Promoción de la Semana Santa, declarada de interés turístico nacional, en colaboración con la Junta de Cofradías de Salamanca.

. Otras acciones de comunicación: continuación de los programas de contenidos a través de los canales Youtube, Instagram y Facebook realizados en colaboración con la asociación Alumni-USAL, colaboración con profesionales y medios de comunicación para reportajes, inserciones publicitarias, atención a viajes de prensa, etc.

Apoyo a la comercialización turística:

El apoyo a la comercialización del destino se realizará desde la participación en convocatorias de promoción y comercialización y la colaboración con los profesionales del sector. Su



planificación y desarrollo se realiza partiendo de la segmentación de los distintos mercados, públicos, productos y recursos. Se prestará especial atención al público familiar, al público experiencial y al público de cruceros, una vez las navieras retomen su actividad.

. Respecto a la participación en acciones de promoción y comercialización: La participación en ferias, mercados de contratación y celebración de viajes de familiarización en el destino en colaboración con la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León, la participación en el Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad, la participación en jornadas online con las consejerías de Turismo en el exterior y la colaboración con la Confederación Española de Agencias de Viaje -CEAV.

. Entre las colaboración con los profesionales del sector, destacan los convenios de colaboración con la Asociación de Agencias de Viaje de Salamanca –ASAV, las colaboraciones con las empresas Avanza Bus y Movelia, y la colaboración con RENFE.

. Otras acciones de comercialización son las canalizadas a través de la plataforma SalamancayMas que permite realización de reservas anticipadas por los visitantes individuales, online, en los mercados de origen.

Promoción de los diferentes productos del destino:

. **Gastronomía local:** Se realizarán diferentes acciones de promoción de la gastronomía local en la colaboración con el sector de restauradores a través de la marca Salamanca Para Comérsela, y en colaboración con los productores a través de la marca Te Gusta Salamanca, junto con la Diputación Provincial.

. Entre las acciones de promoción, en situación actual de pandemia, se impulsa de nuevo el servicio Salamanca Para Llevar en apoyo a los restaurantes locales que ofrecen comida a domicilio.

. Edición de nuevos audiovisuales de restaurantes y creación de contenidos para redes sociales.

. Colaboración con el Centro de Innovación Gastronómica de la Cámara de Comercio para la creación de oferta gastronómica dirigida a diferentes segmentos, entre los que destaca el turismo de cruceros y grupos

Otras acciones de promoción de la marca Salamanca Para Comérsela serán:

. Participación en la feria Madrid Fusión, mayo de 2021,

. III Foro Internacional del Ibérico, octubre de 2021.



. Creación de rutas de tapas para la comercialización con motivo de los encuentros Alumni, público crucerista y otros.

. Colaboración con la Asociación de Empresarios de Hostelería en diversas convocatorias de promoción gastronómica.

. **Salamanca Ciudad del Español.** La promoción del destino y sus escuelas para promover el aprendizaje del español en nuestra ciudad seguirá teniendo como principal canal la participación en los talleres online convocados por la Junta de Castilla y León y las Consejerías de Educación en el exterior. Durante el primer trimestre se participará en los talleres de profesores de los mercados: Francia, Reino Unido, Suecia, Brasil.

Por su parte el ICEX convocará jornadas comerciales a lo largo del año. Este calendario se conocerá en las próximas fechas, al igual que el establecido por la Junta de Castilla y León durante los tres siguientes trimestres del ejercicio.

Se mantiene la colaboración con las escuelas de español en Salamanca en el marco del convenio aprobado en 2020 con la Asociación de Castilla y León de Escuelas de Español.

. Marcos de colaboración:

La colaboración con los sectores económicos se canaliza principalmente a través de: Acciones de Promoción, de Convenios de Colaboración y de apoyo a la Mediación empresarial en colaboración con el Colegio de Abogados para asuntos de alquiler de locales y la Cámara de Comercio e Industria de Salamanca en materia concursal.

.Convenio de colaboración con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca para potenciar la promoción del destino en el turismo congresual y de ocio saludable, destacando la participación en acciones promocionales junto con Salamanca Convention Bureau, Salamanca de Noche y Salamanca Para Comérsela.

Se mantiene la colaboración con esta Asociación para el desarrollo de aplicaciones web en los términos del convenio de colaboración 2020, con finalización en abril de 2021.

. Convenio de colaboración con ASAV para la comercialización turística del destino, continuando la colaboración iniciada en el año 2020.

.Promoción del destino y Deportes:

Realización de acciones de promoción del destino en eventos deportivos, bien desde la colaboración en su organización y difusión, bien desde los contratos de patrocinio, como los actuales contratos con el Club de Baloncesto Avenida de Salamanca y el III Festival Internacional de Ajedrez

.Promoción a través de rodajes audiovisuales: Salamanca Film Commission



. **Salamanca Convention Bureau:** para la promoción del destino y la celebración de congresos.

La participación en acciones promocionales a lo largo del año 2021 se enmarca en la colaboración con la Fundación Siglo de Castilla y León, con Spain Convention Bureau-FEMP y en coordinación con el Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León.

Entre estas acciones, destaca la reciente alianza de las oficinas de congresos de Castilla y León para impulsar acciones conjuntas, cuyo calendario se inició a finales de 2020 con la presentación al sector sanitario en Madrid. Otras acciones promocionales previstas se celebraran en Bilbao (febrero), Burgos (junio), Zamora/mercado nacional, portugués y francés (octubre), etc.

Se prevé la participación en ferias a partir del mes de mayo, bien en convocatorias que se mantienen como FITUR (mayo), IBTM-Barcelona (diciembre).

Desarrollo de la colaboración con Alumni-USAL para impulsar la celebración de encuentros de antiguos alumnos en la ciudad. Acciones de comunicación y promoción conjuntas, elaboración de los programas, colaboración en su desarrollo, apoyo a la comercialización de estas reuniones de la comunidad universitaria y antiguos alumnos.

Igualmente está prevista la celebración del acto de reconocimiento municipal a los organizadores de congresos del año 2019 y 2020.

CAPITULO 7. ESTRATEGIA DESTINO TURISTICO INTELIGENTE

Diversas iniciativas tienen como objetivo la mejora del destino y su adaptación a los entornos digitales, gran parte de ellas alineadas con las líneas estratégicas de los destinos turísticos inteligentes, red en la que participamos desde finales de 2019.

Entre estas actuaciones:

. Mejoras en el Observatorio Turístico, desde el análisis de nuevos datos a partir de informaciones en entornos digitales, y atención a la reciente presentación de datos turísticos a través de la plataforma DATAESTUR. Igualmente participación con otras entidades municipales para la incorporación de indicadores turísticos en sus análisis de datos (Life Vía de la Plata.PMV)

. Análisis de la evolución de datos en situación de pandemia y de los programas impulsados desde la sociedad municipal (colaboraciones con sectores empresariales, participación, niveles de ocupación, etc.).

. Impulso de la calidad turística: Sistema Integral de Calidad Turística en Destino y Q de Calidad en instalaciones municipales.



- . Formación de los recursos humanos: programas de digitalización del destino; participación con el colectivo de taxistas, como agente activo de la estrategia turística en destino.
- . Otras actuaciones en materia de digitalización, desde diferentes ámbitos de actuación (contenidos digitales, señalización turística inteligente, app SalamancaTurismo, comercialización online, etc.)

CAPITULO 8. PALACIO DE CONGRESOS

La gestión del Palacio de Congresos se desarrolla en el marco de la encomienda de gestión, aprobada con efectos del 1 de enero de 2020.

Durante el año 2021 se presentará el proyecto de rehabilitación del Palacio de Congresos, objeto de la contratación aprobada en el mes de octubre por el Consejo de Administración. Igualmente se impulsan mejoras en la presentación de las instalaciones del palacio de Congresos: en sus salas de acceso y cafetería. Entre estas, la instalación de paneles digitales y otras mejoras en la imagen del Palacio de Congresos.

Entre las mejoras que se impulsan, destaca la creación de una nueva plataforma web, que continua con las mejoras de la imagen, mejora de los contenidos y mejora de los servicios que se ofrecen desde la nueva plataforma, actualmente en desarrollo.

Por otra parte, el impulso al Palacio de Congresos a través de la participación en acciones de promoción de la infraestructura, con diferentes actores, entre ellos, promotores de congresos locales- universidades, profesionales sanitarios, etc. Otras acciones de promoción se desarrollarán en el contexto de las ferias de turismo y workshops (Fitur –mayo 21, Intur – noviembre 21, etc.



AREA DE COMERCIO

Las actuaciones previstas en el área de comercio, además de los convenios con las asociaciones empresariales, AESCO y ASECOV, se dirigirán por una parte al respaldo a los empresarios del comercio en situación de crisis sanitaria y económica, y por otro, a impulsar la estrategia de futuro de estos establecimientos.

Se incluye el apoyo al Mercado de San Juan, mediante un convenio de colaboración específico.

Durante 2021, mantendremos en funcionamiento el Programa Activa Salamanca y diferentes campañas de impulso al consumo como la de bonos regalo, todo ello como medidas para fomentar las ventas en los establecimientos de comercio de proximidad.

Igualmente en esta estrategia de futuro, se incluirán proyectos específicos de apoyo a la digitalización y acercamiento de la administración electrónica a estos establecimientos, como vía para abrir nuevos canales de venta y de relación con los clientes, así como incorporarse a diversas plataformas online, con el fin de incrementar su volumen de facturación y promoción entre los consumidores, así como realizar las gestiones con la administración de manera online.

Está prevista también la redacción de un Plan Estratégico de Comercio, desde el que impulsar una nueva etapa postcovid 19 que contribuya al dinamismo económico de este sector y de la ciudad en general.

AREA DE PROMOCION ECONOMICA

El conjunto de las líneas de actuaciones tienen como objetivo la dinamización de la economía de la ciudad y de los diferentes sectores empresariales, a la vez que su adaptación a los retos de la nueva economía caracterizada principalmente por el impacto del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación.

Para ello se han establecido tres líneas estratégicas de actuación

- . El desarrollo de nuevas empresas en sectores estratégicos de la ciudad
- . La consolidación y modernización del tejido empresarial existente, y
- . El fomento del empleo y formación empresarial



Cada una de estas líneas recoge programas, proyectos y actuaciones de interés para generar y mejorar la competitividad del tejido empresarial de nuestra ciudad.

1. El desarrollo de nuevas empresas en sectores estratégicos de la ciudad, incluirá proyectos como
 - FAB-LAB (laboratorio de fabricación digital)
 - IMPULS@ STARTUPS SEGUNDA FASE DE ACELERACION Y MENTORIZACION
 - OBSERVATORIO URBANO
 - COWORKING
 - STARTUP OLE
 - INICIATIVAS NUEVAS DE APOYO A LA GENERACION DE ACTIVIDAD ECONOMICA EN LA CIUDAD
 - ESPACIO DE EMPRENDIMIENTO

2. La consolidación y modernización del tejido empresarial existente
 - PROGRAMA DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD DE LA PYME- FORMACION EMPRESAS-CARP

3. El fomento del empleo y formación empresarial
 - CONCURSO CENTROS EDUCATIVOS EMPRENDIMIENTO

 - PROGRAMA MUJERES DIRECTIVAS
 - LANZADERA DE EMPLEO
 - PROGRAMA DE FORMACION A LA CARTA Y BECAS EN EL PUESTO DE TRABAJO
 - MI PRIMERA EXPERIENCIA LABORAL/USAL/UPSA
 - PORTAL DE EMPLEABILIDAD
 - UNIDADES DE EMPLEABILIDAD

En este sentido, y como medidas complementarias debido a la situación de crisis sanitaria y económica actual, se ha habilitado una nueva línea de actuación denominada ayudas municipales COVID19.

Dentro de esta línea estratégica se incluyen las diferentes tipologías de ayudas dirigidas a los distintos sectores económicos acordadas en la comisión de seguimiento municipal integrada por los partidos políticos con representación institucional y que se concretan en:

- Creación y relanzamiento de actividades empresariales
- Ayudas directas al sector de hostelería para adaptar sus establecimientos a las medidas de seguridad exigidas para el adecuado desarrollo de su actividad con garantías de protección ante el covid-19
- Bonificar los intereses generados por las operaciones financieras formalizadas por organizaciones sociales para la obtención de liquidez.



- Bonificar los intereses generados por las operaciones financieras formalizadas por pequeñas y medianas empresas, personas empresarias individuales y profesionales autónomos afectadas por el covid-19.
- Bonificar los gastos de estudios, comisión e intereses en operación apoyadas por IBERAVAL
- Adquisición de equipos de protección individual e implantación de medidas de prevención frente a la pandemia
- Consolidación, modernización y transformación digital de iniciativas empresariales ya constituidas en el municipio de Salamanca.

Para el cumplimiento de estos fines, la sociedad municipal en su área de promoción económica desarrollará diferentes marcos de colaboración con:

.La Cámara de Comercio e Industria de Salamanca, en el marco de los compromisos adquiridos en 2020 para el mantenimiento del Vivero Génesis, y destino de despachos a emprendedores locales.

.Con la organización de Cooperativas OWEN para el apoyo, asesoramiento y formación para la promoción y creación de cooperativas.

.Con la Fundación E.O.I. para el desarrollo de nuevos coworkings y el centro de Alto Rendimiento de iniciativas empresariales, así como el diseño y la impartición de la formación en los cursos de formación a la carta para facilitar la inserción laboral de nuestros jóvenes.

.La participación con la Fundación General de la Universidad de Salamanca en la celebración de una nueva edición del evento StartUp Olé para la promoción de la inversión en empresas tecnológicas y de la economía del conocimiento, además de promover la atracción de talento.

.Con la Universidad Pontificia de Salamanca para el impulso empresarial de las iniciativas de alumnos, en el marco del programa “Impulsa StartUp”, en el desarrollo de la segunda fase.

.Colaboración con FOACAL y Fab Lab León para el desarrollo de un programa de diseño de prototipos para autónomos y comercio.

.La colaboración con empresas locales para la formación, tutorización y retención del talento joven a través de los contratos de formación en empresas, dando continuidad a los programas ya desarrollados en el último ejercicio, con gran éxito tanto por su continuidad laboral como por la participación de las empresas y alumnos.

.Igualmente forma parte de este objetivo el desarrollo del programa de formación “Mujeres Directivas”, así como las unidades de empleabilidad.



.Para el impulso a la cultura empresarial y de emprendimiento, convocaremos el concurso de ideas, en el que vienen participando los alumnos de secundaria de los centros de enseñanza de la ciudad, en colaboración con la Fundación Salamanca Ciudad de Saberes.

.Por otra parte, continuamos con la prestación del servicio del Observatorio socioeconómico urbano que será objeto de licitación para la actualización de la contratación, y con el contrato de asesoramiento para la internacionalización de la economía local.

.Igualmente para el impulso a la economía y actividades locales, se pondrá en marcha el centro de iniciativas empresariales FabLab integrado en la estrategia de ciudad EDUSI. Tormes +. En este nuevo espacio se desarrollarán iniciativas diversas, incluyendo la actividad de artesanos y la realización de talleres especializados, así como la puesta en marcha de un espacio para emprendedores.

.Para el impulso de estas actuaciones, se desarrollarán diversas acciones de comunicación y difusión de las diferentes convocatorias: ayudas municipales covid19, programas de retención del talento, concurso de ideas innovadoras, etc.

.Por último, mantendremos la atención de espacios empresariales del Centro Municipal de Empresas, la interlocución con empresas y demandantes de empleo a través del portal de empleabilidad, la actualización de los contenidos del observatorio socioeconómico urbano, el asesoramiento empresarial y otras actuaciones propias del área de promoción económica que vienen desarrollándose en los últimos ejercicios.



PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos recoge la aportación municipal, incrementada de manera excepcional y significativamente, debido al compromiso de la sociedad en la gestión de las ayudas municipales a los diferentes sectores económicos de la ciudad.

Por otra parte, se consignan las dos encomiendas de gestión: Consorcio del Palacio de Congresos y Exposiciones de Castilla y León, y encomienda de gestión del Patronato Provincial de Turismo de Salamanca.

Respecto a otros ingresos de explotación, la estimación incluye los ingresos esperados por la venta de entradas a espacios turísticos y la comercialización a través de la plataforma SalamancayMás, además de los resultantes de la venta de productos de Merchandising.

La estimación de ingresos propios se reduce respecto a otros ejercicios, al estar estos condicionados por la menor afluencia de visitantes a la ciudad, limitada por las medidas de contención a la movilidad ciudadana.

TURISMO, COMERCIO Y PROMOCION ECONOMICA DE SALAMANCA, S.A.U.

PRESUPUESTO 2021

1. PRESUPUESTO DE GASTOS		9.338.369,00 €
CAPÍTULO 1 PERSONAL		875.300,00
CAPÍTULO 2 COSTES SOCIALES		262.590,00
CAPÍTULO 3 GASTOS DE FUNCIONAMIENTO		155.000,00 €
AREA DE TURISMO		1.923.754,00 €
CAPÍTULO 4 ATENCIÓN AL VISITANTE		841.791,00 €
Contratos de prestación de servicios: Oficinas de Turismo, Museo del Comercio, Ieronimus, Scala Coeli, Palacio de Monterrey, Filmoteca de Castilla y León y Monumenta Salmanticae, Museo Taurino		
CAPÍTULO 5 PRODUCTO TURÍSTICO		220.000,00 €
Convenio de Colaboración Cofradía Vera Cruz	15.000,00 €	
Programas patrimoniales y de dinamización turística	205.000,00 €	
CAPITULO 6 MARKETING TURISTICO		406.400,00 €
Convenio de Colaboracion Alumni-USAL	28.500,00 €	
Convenio de Colaboración Cámara de Comercio-CIG	30.000,00 €	
Convenio de Colaboración ASAV	8.470,00 €	
Convenio de Colaboración Asociacion Empresarios Hosteleria 20-21	12.000,00 €	
Convenio de Colaboracion Asociación de Empresarios de Hosteleria	50.000,00 €	

Contrato de Patrocinio Club de Baloncesto Avenida de Salamanca	30.250,00 €	
Contrato de Patrocinio Club de Ajedrez. III Torneo Internacional	37.026,00 €	
Acciones de marketing: contenidos, publicidad, acciones de promoción	210.154,00 €	
CAPITULO 7. ESTRATEGIA DESTINO TURISTICO INTELIGENTE		65.000,00 €
CAPITULO 8 PALACIO DE CONGRESOS Y EXPOSICIONES DE CASTILLA Y LEON		390.563,00 €
AREA DE COMERCIO Y PROMOCION ECONOMICA		6.121.725,00 €
CAPITULO 9 COMERCIO		290.000,00 €
Convenio de colaboración AESCO	20.000,00 €	
Convenio de colaboración ASECOV	20.000,00 €	
Estrategia comercial y campañas de animación al consumo	250.000,00 €	
CAPITULO 10 PROMOCION ECONOMICA		731.725,00 €
Convenio de colaboración Cámara de comercio.Vivero Génesis	15.000,00 €	
Convenio de colaboración EOI.Espacios coworking	20.000,00 €	
Convenio OWEN	6.000,00 €	
Convenio de colaboración Fundación E.O.I. Edición CARP	50.000,00 €	
Convenio de colaboración Fundación General USAL. Startup Olé	50.000,00 €	
Convenio de colaboración Asociación Detallistas Mercado San Juan	27.500,00 €	
Programa impulsa startups. 2da. Fase: Aceleración y Mentorización	20.000,00 €	
Observatorio Socioeconómico urbano	21.500,00 €	
Asesoramiento externo: nuevas inversiones e internacionalización	54.450,00 €	
Fomento del empleo y Formación empresarial	447.275,00 €	
Proyecto FAB-LAB: Laboratorio de fabricación Tormes +	20.000,00 €	
CAPITULO 11 AYUDAS MUNICIPALES COVID19		5.100.000,00 €

2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

9.338.369,00 €

Aportación municipal	8.472.482,00 €
Gestión de espacios turísticos	301.694,00 €
Comercialización de recursos y merchandising	32.500,00 €
Gestión Palacio de Congresos	522.693,00
Encomienda gestión Patronato Provincial de Turismo	9.000,00 €

