



# La promoción turística de Salamanca se ampliará a Bilbao y Valencia

El Ayuntamiento aumentará la inversión en una campaña que seguirá teniendo a Madrid como principal destino ■ La dotación económica aumentará un 27% respecto a 2018

D.R.H. | SALAMANCA

Salamanca consiguió durante el año 2018 un nuevo récord en pernoctaciones. Por sexto año consecutivo, la capital incrementó el número de estancias. La celebración del VIII Centenario de la Universidad de Salamanca sirvió de acicate para que llegaran más turistas hasta los 677.396, según la Encuesta de Ocupación Hotelera, que 'dispararon' el número de pernoctaciones hasta 1,1 millones. En concreto, fueron 23.140 estancias más que en 2017. Así las cosas, Salamanca afronta el año 2019 con la intención de, al menos, mantener estas mismas cifras de éxito logradas bajo la dirección de Julio López Revuelta en la concejalía de Turismo.

De momento, las cifras en el primer trimestre siguen siendo positivas, por lo que el área de Turismo quiere mantener las directrices anteriores y, en la medida de lo posible, incrementar la inversión en promoción turística. Pero, incluso, las perspectivas van más allá. La semana pasada se produjo una primera reunión en este sentido, con el nuevo edil de Turismo, Fernando Castaño, junto a los técnicos municipales para establecer la estrategia cara a 2020. En este encuentro, según ha podido saber LA GACETA, se acordó mantener la promoción en la capital de España, teniendo en cuenta que Madrid es el principal fuente de turistas a Salamanca. Durante el pasado año, uno de cada cuatro viajeros que llegaron a la ciudad provenía de Madrid, tres puntos porcentuales más que un año antes. Ello indica la efectividad de las campañas de promoción en Madrid.

Pero la intención es llegar a un mayor porcentaje de posibles viajeros para que se desplacen a Salamanca. Y, en ese sentido, la



Una de las campañas de promoción de Turismo de Salamanca en Madrid. | ARCHIVO

idea es muy clara: Bilbao y Valencia serán las ciudades elegidas para aumentar esa promoción. Así, el área de Turismo ampliará la dotación para esta promoción, pasando de los 110.000 euros aportados en el ejercicio de 2018 a los 140.000 para este año, lo que implica un importante incremento del 27%.

Durante los próximos días se ultimarán los detalles para sacar a concurso público y licitar la campaña publicitaria que tendrá que exhibir en diferentes soportes lo mejor de Salamanca para tratar de captar a más turistas que hagan las maletas para visitar la ciudad.

## La Universidad seguirá siendo un reclamo en Madrid

La capital seguirá haciendo un guiño a la Universidad de Salamanca. Si durante el pasado año, el VIII Centenario copó gran parte de la inversión publicitaria en Madrid, en esta ocasión también tendrá una presencia en los autobuses urbanos, según se valoró en la reunión del Patronato de Turismo de la pasada semana. Es una de las medidas de promoción previstas por el área de Turismo, cuyos anuncios buscarán ser reclamo turístico de las virtudes de Salamanca. Así, se promocionarán imágenes atractivas e impactantes que se ubicarán en vallas, marquesinas de paradas de autobuses, mobiliario urbano, así como céntricos kioscos o estaciones de metro que suelen acaparar un alto número de impactos. Imágenes como el Cielo de Salamanca o el Patio de Escuelas han sido los reclamos elegidos para promocionar la ciudad en las campañas de otoño de los últimos años.

### LOS DETALLES

#### Los madrileños, los más asiduos a Salamanca

¿Por qué Salamanca mantendrá su inversión publicitaria en Madrid? Entre otros motivos, porque los madrileños son los más fieles turistas que visitan Salamanca. En concreto, durante el pasado año, el 25% de los visitantes procedían de la capital. Esto supuso un incremento de un 3% más que el ejercicio de 2017. Los castellanos y leoneses fueron los segundos que más visitaron Salamanca, mientras que Andalucía se situó en tercera posición.

#### Primavera y otoño, principales épocas de actuación

El área de Turismo del Ayuntamiento de Salamanca suele aprovechar las temporadas de menor afluencia a la ciudad para incrementar sus campañas de promoción. Así, hasta ahora primavera y otoño suelen ser las épocas en las que las campañas publicitarias suelen tener mayor presencia en la capital de España. Además, el Ayuntamiento suele llegar a convenios de colaboración para promocionar la ciudad en los trenes y autobuses con salida o destino en Madrid.

#### Pantallas en Callao, en el Metro, en la T4 de Barajas...

El Ayuntamiento de Salamanca ha venido utilizando lugares con una importante afluencia de público para promocionarse. Así, las puertas y pasillos del Metro, vallas en los principales accesos a Madrid, pantallas en la céntrica plaza de Callao, muy próxima a la transitada Puerta del Sol, kioscos... son algunos de los soportes y espacios elegidos para mostrar imágenes de Salamanca. Lo mismo ocurre con los autobuses urbanos, en los que se repetirán imágenes de la Universidad de Salamanca.