

BALANCE DE ACTIVIDAD TURÍSTICA 2015

Las cifras de balance del turismo en San Sebastián a lo largo del 2015 reflejan los dos pilares principales del Plan Director de Turismo San Sebastián: la desestacionalización (un claro crecimiento fuera de temporada) y la internacionalización (los turistas internacionales superan a los estatales).

LAS PERNOCTACIONES AUMENTAN MÁS FUERA DE LA TEMPORADA ESTIVAL

Los turistas aumentan un 12,23% en 2015 respecto al ejercicio anterior, pero las cifras muestran que **el aumento es mayor fuera de la temporada de verano**, respondiendo a la apuesta de San Sebastián Turismo por la **desestacionalización** (en julio y agosto el aumento es de un 9,98% mientras que en meses como enero, marzo o diciembre sube un 22%).

La **campaña comercial para atraer turistas en Navidad** “*Ven a San Sebastián esta Navidad. Un lugar donde lo cotidiano se convierte en entrañable*” y la agenda de eventos navideños impulsada por San Sebastián Turismo junto con sus establecimientos asociados, ha funcionado positivamente, obteniendo un crecimiento del 23% en el mes de diciembre.

PERNOCTACIONES		
EVOLUCION EN EL Nº DE PERNOCTACIONES	2015	INCREM. 14/15
URTARRILA / ENERO	51.210	22%
OTSAILA / FEBRERO	48.302	7%
MARTXOA / MARZO	73.417	22%
APIRILA / ABRIL	89.332	7%
MAIATZA / MAYO	109.369	12%
EKAINA / JUNIO	118.710	10%
UZTAILA / JULIO	140.053	11%
ABUZTUA / AGOSTO	152.493	9%
IRAILA / SEPTIEMBRE	120.105	10%
URRIA / OCTUBRE	112.097	12%
AZAROA / NOVIEMBRE	76.267	15%
ABENDUA / DICIEMBRE	74.134	23%
TOTAL / GUZTIRA	1.165.489	12,23%

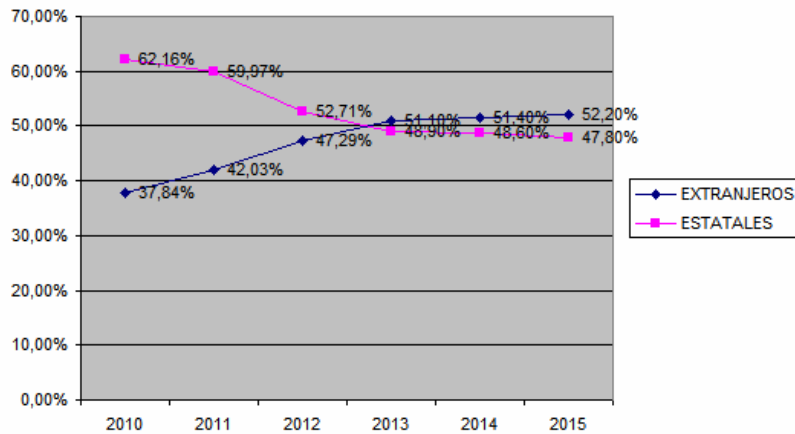
La apuesta por promocionar **San Sebastián como Destino City Break** o destino para Escapadas de Fin de Semana– Campañas online y offline para promover Escapadas culturales, gastronómicas, románticas, deportivas etc. –también han tenido un éxito considerable, que se ve reflejado en el incremento de ocupación los fines de semana respecto a los días laborables.

Grado de ocupación en San Sebastián por habitación, mes y día de la semana:

Mes 2015	Grado de Ocupación por Habitación		
	Total	Laborables	Fin de semana
Enero	40,5	36,2	49,7
Febrero	46,0	39,3	62,8
Marzo	55,3	48,5	74,7
Abril	65,8	60,5	80,6
Mayo	76,8	70,3	90,5
Junio	85,1	83,1	90,4
Julio	90,2	89,5	91,9
Agosto	93,5	92,7	95,3
Septiembre	87,5	85,3	93,5
Octubre	79,5	74,9	89,3
Noviembre	59,4	51,9	80,0
Diciembre	53,8	52,1	58,6

LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL TURISMO SIGUE AUMENTANDO

La internacionalización del turismo en San Sebastián, uno de los objetivos establecidos en el Plan Director de la Sociedad, sigue aumentando gracias a las acciones de promoción desarrolladas. Desde el 2013, el porcentaje de pernoctaciones internacionales supera al de las estatales. Esta tendencia aumenta año a año, siendo en 2015 un **52,20% el número de pernoctaciones procedentes del extranjero y un 47,80% las procedentes del Estado.**



El número de pernoctaciones estatales aumenta en un 10%, mientras que el incremento de pernoctaciones procedentes del extranjero crece un 14%.

INCREMENTO SIGNIFICATIVO DE TURISTAS DE ESTADOS UNIDOS Y REINO UNIDO

RANKING INTERNACIONAL 2015		
1	FRANCIA	14,9%
2	ESTADOS UNIDOS	14,7%
3	REINO UNIDO	12,7%
4	AUSTRALIA	6,3%
5	ALEMANIA	5,7%

RANKING ESTATAL 2015		
1	MADRID	23,40%
2	CATALUÑA	19%
3	EUSKADI	15,30%
4	ANDALUCÍA	6,80%
5	C.VALENCIANA	6%

CRECIMIENTOS DESTACADOS	
Reino Unido	39%
USA	25%
Australia	18%

Llama la atención el incremento de turistas del Reino Unido (+39%), Estados Unidos (+25%) y Australia (+18%), que aumentan significativamente respecto al año anterior, especialmente si se compara con el crecimiento medio del resto de países (+13%).

Sobre el total de pernoctaciones en San Sebastián, el top 3 está muy igualado: Francia (14,9% sobre el total de turistas son franceses), Estados Unidos (14,7%) y Reino Unido (12,7%), seguidos de Australia (6,3%) y Alemania (5,7%).

SAN SEBASTIÁN, CIUDAD TRACTORA PARA EL TURISMO DEL TERRITORIO

PERNOCTACIONES DONOSTIA/ SAN SEBASTIÁN	Estado	504498	559120	%11
	Extranjero	533661	608429	%14
PERNOCTACIONES RESTO DE GIPIZKOA	Estado	560069	585190	%4
	Extranjero	223594	239648	%7

El aumento de las pernoctaciones internacionales en San Sebastián duplica la cifra del resto del territorio guipuzcoano (14% San Sebastián frente a un 7% Gipuzkoa). También el aumento de turistas del Estado es más alto en la capital (11 % San Sebastián frente a un 4% en el resto del territorio). San Sebastián se confirma así como ciudad tractora a la hora de atraer el turismo a Gipuzkoa.

CRECIMIENTO FUERA DE LA TEMPORADA ESTIVAL.			
	AÑO	TOTAL	%
nº entradas (excepto julio y agosto)	2012	375380	3,30%
	2013	384483	2,40%
	2014	409741	6,60%
	2015	454543	10,93%



INCREMENTO EN LA VENTA DE PRODUCTOS PROPIOS DE TURISMO SAN SEBASTIÁN

+ 5% DE VISITANTES EN LA OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN

La actividad de atención al turista se incrementa año a año. Del 2014 al 2015 el aumento ha sido de un 5,09 %.

OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN - DONOSTIAKO TURISMO BULEGOA					
BISITARIAK GUZTIRA / TOTAL VISITANTES	2012	2013	2014	2015	% 2014-2015
URTARRILA / ENERO	4.820	4.647	5.267	6.567	%24,68
OTSAILA / FEBRERO	6.196	4.060	5.503	5.750	%4,49
MARTXOA / MARZO	11.972	14.816	9.504	10.957	%15,29
APIRILA / ABRIL	22.820	13.503	22.939	18.732	-%18,34
MAIATZA / MAYO	15.386	19.464	22.528	24.258	%7,68
EKAINA / JUNIO	25.245	21.287	27.851	26.473	-%4,95
UZTAILA / JULIO	47.735	61.695	62.312	64.056	%2,80
ABUZTUA / AGOSTO	55.259	79.938	77.009	82.268	%6,83
IRAILA / SEPTIEMBRE	35.865	30.363	36.198	37.841	%4,54
URRIA / OCTUBRE	16.897	15.511	18.639	21.691	%16,37
AZAROA / NOVIEMBRE	8.599	8.183	8.517	9.845	%15,59
ABENDUA / DICIEMBRE	7.672	7.896	9.309	12.680	%36,21
TOTAL / GUZTIRA	258.466	281.363	305.576	321.118	%5,09

+ 41% VENTA DE SAN SEBASTIÁN CARD & BASQUECARD

VENTA SSCARD			
NUMERO DE TARJETAS VENDIDAS (UDS)	2014	2015	% 2014-2015
URTARRILA / ENERO	70	63	-10%
OTSAILA / FEBRERO	85	60	-29%
MARTXOA / MARZO	81	157	94%
APIRILA / ABRIL	270	333	23%
MAIATZA / MAYO	240	471	96%
EKAINA / JUNIO	335	465	39%
UZTAILA / JULIO	880	1180	34%
ABUZTUA / AGOSTO	1474	1345	-9%
IRAILA/ SEPTIEMBRE	634	619	-2%
URRIA/ OCTUBRE	282	301	7%
AZAROA/ NOVIEMBRE	103	151	47%
ABENDUA/ DICIEMBRE	109	145	33%
TOTAL	4563	5290	16%
TOTAL TARJETAS VENDIDAS (SSCard + Basquecard)	4563	6432	41%



VENTA BASQUECARD (creada en julio 2015)	
NUMERO DE TARJETAS VENDIDAS (UDS)	2015
UZTAILA / JULIO	215
ABUZTUA / AGOSTO	385
IRAILA/ SEPTIEMBRE	280
URRIA/ OCTUBRE	162
AZAROA/ NOVIEMBRE	48
ABENDUA/ DICIEMBRE	52
TOTAL	1142

+ 35% VENTA DE VISITAS GUIADAS SAN SEBASTIÁN TURISMO

ESENCIAL		PINTXOS		ROMÁNTICA/ CULTURAL	
FECHA	Nº Asistentes	FECHA	Nº Asistentes	FECHA	Nº Asistentes
ENERO	95	ENERO	4	ENERO	23
FEBRERO	47	FEBRERO	12	FEBRERO	31
MARZO	184	MARZO	11	MARZO	26
ABRIL	260	ABRIL	7	ABRIL	47
MAYO	423	MAYO	31	MAYO	56
JUNIO	490	JUNIO	57	JUNIO	36
JULIO	671	JULIO	212	JULIO	282
AGOSTO	955	AGOSTO	77	AGOSTO	432
SEPTIEMBRE	757	SEPTIEMBRE	130	SEPTIEMBRE	56
OCTUBRE	254	OCTUBRE	2	OCTUBRE	81
NOVIEMBRE	109	NOVIEMBRE	2	NOVIEMBRE	23
DICIEMBRE	212	DICIEMBRE	5	DICIEMBRE	35
TOTAL	4457	TOTAL	550	TOTAL	1128

VISITAS GUIADAS SSTURISMO				
AÑO	Nº Asistentes			
	Esencial	Pintxos	Romántica/ Cultural	TOTAL
2014	3149	592	812	4553
2015	4457	550	1128	6135
% INCR 14/15	42%	-7%	39%	35%

SAN SEBASTIAN CITY BREAK: ¡SE AGOTAN LAS ESCAPADAS!

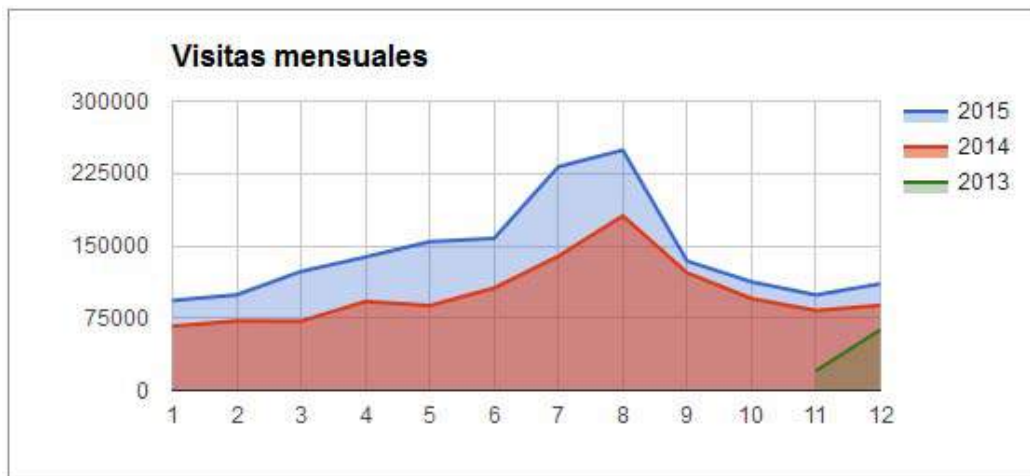
San Sebastián Turismo ofrece escapadas de fin de semana durante todo el año, con el objetivo de desestacionalizar el turismo. Las escapadas ofrecen experiencias en torno a los ejes principales de posicionamiento de la ciudad (gastronomía, cultura, ciudad romántica y deportiva). En 2015 se han vendido **309 escapadas** con un valor económico de **119.587 €** (64 románticas, 30 gastronómicas, 87 culturales y 118 deportivas). Las escapadas del Zinemaldia, Jazzaldia, la Behobia San Sebastián y La Clásica se han **agotado**.



ESTRATEGIA ONLINE: MAYOR INTERACCIÓN EN WEB Y REDES

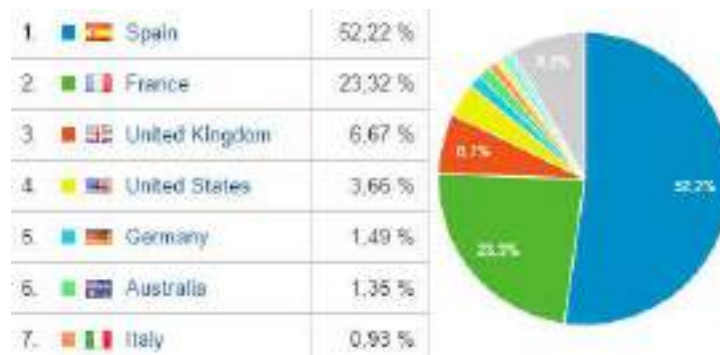
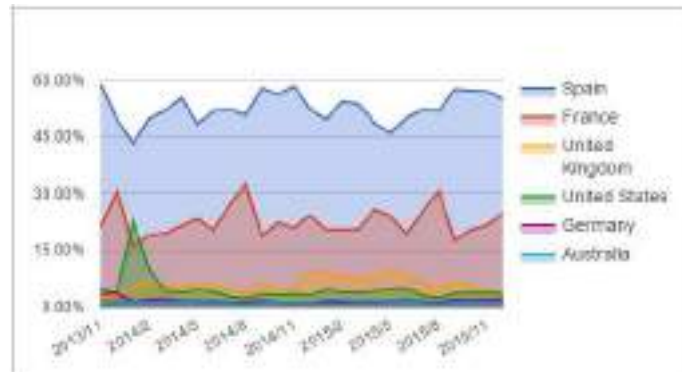
+41 % EN LAS VISITAS A LA WEB DE SAN SEBASTIAN TURISMO & CONVENTION BUREAU

2015 ha finalizado **con 1.702.744 visitas**, un incremento del 41% respecto a 2014.



Las **visitas desde el extranjero son un 47,8%**, a lo que hay que sumar, que existe un alto número de las consultas que se hacen desde IPs de San Sebastián, que corresponden a turistas que acceden a la web una vez que están en la ciudad para consultar información in situ. El 39,6% de las visitas desde San Sebastián han visitado al menos una página en inglés o francés.

Al igual que ocurre con el número de turistas, también en el número de visitas a la web, **Australia (+71%), Reino Unido (+66%) y Alemania (+64%)** son los países que más crecen en 2015.

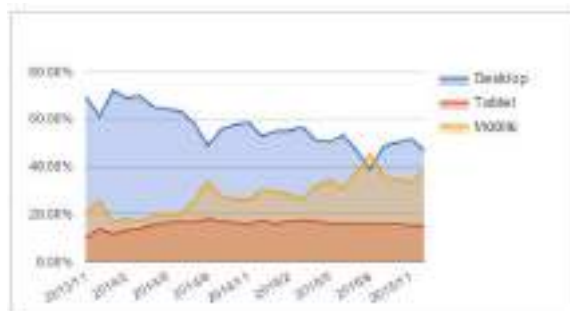


MAYOR NÚMERO DE CONSULTAS A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES Y TABLETS

Cada vez son más los que acceden desde **dispositivos móviles y tablet (57,28%)**, superando a los que entran en la web a través de un ordenador.

DISPOSITIVOS

Ordenador	42,73%
Móvil	40,72%
Tablet	16,56%



MÁS DE LA MITAD DE LAS VISITAS SE HACEN EN OTROS IDIOMAS:

Más de la mitad de las consultas se hacen en otros idiomas: inglés+francés (50,43%) frente a español+ euskera (49,55%). En el periodo estival las consultas en francés superan ligeramente a las de inglés.

IDIOMAS	PORCENTAJE
Español	49,24%
Francés	25,96%
Inglés	24,47%
Euskara	0,31%

DISTRIBUCIÓN DE LAS VISITAS

Las visitas a la página web están muy distribuidas. En el Estado, lo más visitado es la agenda (2%), el apartado “no te puedes perder” (2%), la Semana Grande (1%) y dónde dormir (1%).

En el ámbito internacional, en los países que más nos visitan los contenidos más visitados son los siguientes:

En Francia, lo más visitado es la Semana Grande (3%), el apartado “no te puedes perder” (2%) y los fuegos artificiales (2%).

En Reino Unido, lo más buscado es el “cómo llegar” (6%), las Estrellas Michelin (6%) y la Agenda (2%).

En Estados Unidos, sus principales intereses son las Estrellas Michelin (7%), “cómo llegar” (5%) y playas (2%).

En Alemania, el contenido más visitado es “cómo llegar” (3%), Estrellas Michelin (2%), el apartado “no te puedes perder” (2%) y los festivales (1%). El conjunto de páginas de Estrellas Michelin suponen el 12% de las páginas visitadas.

En Australia, lo más visitado son las Estrellas Michelin (7%), “cómo llegar” (6%), “no te puedes perder” (3%) y la agenda (2%). El conjunto de páginas de Estrellas Michelin suponen el 13% de las páginas visitadas.

MÁS SEGUIDORES Y MAYOR INTERACCIÓN EN LAS REDES SOCIALES



RED SOCIAL	Nº SEGUIDORES	INCREMENTO
Instagram	4963	+ 200%
Twitter	6667	+54%
Facebook Estatal	9062	+ 28%
Facebook Internacional	1562	+35%
RED SOCIAL	Nº VISITAS	INCREMENTO
Pinterest	3599 media mes	+150%
Flickr	56580	+35%
Youtube	128156	+200%

En todas las redes sociales de San Sebastián Turismo – Instagram, Pinterest, Facebook, Flickr, Twitter, Youtube- aumentan los seguidores y la interacción. Por destacar algunos datos, en Youtube se han visualizado más de 128.156 vídeos en 2015, con más del 50% de visionados desde el extranjero. En Instagram se han triplicado los seguidores, hasta llegar a los 4963 seguidores.

Asimismo, el nuevo canal de Facebook internacional en inglés ha incrementado sus seguidores en un 35% desde enero, y el Facebook en euskara-español también ha crecido un 28% (9062 me gusta). Twitter crece un 54% (6667 seguidores), y en cuanto a Pinterest, destacar que ha tenido un aumento del 150% en el último año (3499 seguidores), y que el 81% de las visitas proceden del extranjero (el país que más nos sigue es EEUU con un 15%).

Finalmente, los álbumes de Flickr con fotos descargables de San Sebastián han recibido en 2015 56.580 visitas.

ESTRATEGIA OFFLINE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MÁS DE 100 PERIODISTAS ATENDIDOS Y MÁS DE 60 REPORTAJES PUBLICADOS EN 2015

En lo que va de año se han atendido más de 100 periodistas procedentes sobre todo de los mercados establecidos como prioritarios por San Sebastián Turismo (Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, Países Nórdicos, Japón...) y se han organizado numerosos press trips, o viajes especialmente diseñados para los medios de comunicación de cara a dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad y la Capitalidad Europea de la Cultura.

En 2015 se han publicado más de 60 reportajes sobre la ciudad y se han atendido medios internacionales tales como New York Times, BBC, National Geographic, The Telegraph, The Daily Mail, The Evening Standard, The Sunday Times, Le Monde, Le Figaro, Le Nouvel Observateur, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Le Routard, Elle, TF1, Le Monde, Saveurs o Vogue.

SAN SEBASTIÁN, EN EL TOP DE LAS GUÍAS DE VIAJES

Además, San Sebastián ha sido destacada como ciudad para visitar en 2016 por numerosos medios internacionales, entre otros, la guía de viaje FODOR (la guía de viaje más importante en USA y con mayor prestigio- casi centenaria) la sitúa en el top 25 mundial (seleccionando sólo 5 ciudades europeas), Conde Nast Traveler la destaca en portada entre las ciudades que van a triunfar en 2016. La aparición de la ciudad en el top de las listas de estas guías tan prestigiosas es muy importante por la gran influencia que ejercen en las decisiones de los viajeros.



Donostia Urdai
Ayuntamiento de San Sebastián



美食之城 · 聖塞巴斯提安

聖塞巴斯提安 (San Sebastián) 是位於巴斯克自治區、人口約 18 萬的城市，其地產量豐富且為公共設施齊全的旅遊勝地。該城市位於 19 世紀 20 年代中葉，對公眾開放。其地產量豐富且為公共設施齊全的旅遊勝地。該城市位於 19 世紀 20 年代中葉，對公眾開放。其地產量豐富且為公共設施齊全的旅遊勝地。該城市位於 19 世紀 20 年代中葉，對公眾開放。



* Ver clipping de medios internacionales en el anexo

PRESS TRIPS O VIAJES DE PRENSA Y PERIODISTAS ATENDIDOS PARA PROMOCIONAR EL DESTINO:

Medios atendidos	PAÍS
Rhein Zeitung	Alemania
Dusseldorfer Anzeiger	Alemania
Westdeutsche Allgemeine	Alemania
Westdeutscher Rundfunk	Alemania
Connoisseur Circle	Alemania
Haessischer Rundfunk	Alemania
Heilbronner Stimme	Alemania
Nurnberger Nachrichten	Alemania
Passauer Neue Presse	Alemania
Le Routard	Francia
Svenska	Suecia
Agencia alemana noticias DPA	Alemania
Ibilka	Francia
Film Colossus	EEUU
Television japonesa BS 11 / Canal satélite Nippon	Japón
The Independent/ The Evening Standard	Reino Unido
Victoire (periódico Le Soir)	Bélgica
Hola Viajes	España
Diario Nacional holandés NRC Handelsblad	Holanda
Channel New Asia	Singapur
The Scotsman and Scotland on Sunday	Escocia
Revista cultural Fonstret ("The Window")	Suecia
Corriere de la Sera	Italia
A Perfect Guide and Galore Taste and Travel	Suecia
DB Mobil	Alemania
Taste and Travel	EEUU/ Canada
Sonntagszeitung	Suiza
10best.com	EEUU
USA Today	EEUU
AAA Magazine	EEUU
Hotel, Restaurant & Reiseliv + Vi over60'	Noruega
Blog- www.livesharetravel.com	Reino Unido
Blog- www.insidethetravellab.com	Reino Unido
Blog- www.eatlikeagirl	Reino Unido
Blog- www.timetravelturtle.com	Reino Unido



Blog- www.bordersofadventure.com	Reino Unido
Blog- www.budgettraveller.org	Reino Unido
ZIN- Revista Seniors Viaje	Holanda
El País- Viajero	España
Le Parisien	Francia
Die Tageszeitung	Alemania
Guía Michelin- Vídeo	España
Bradt Guide to the Basque Country	Internacional
Gente	Italia
Corriere de la Sera	Italia
Suddissimo	Francia
Carnet de Notes	Italia
The Guardian/ The Observer	Reino Unido
Conde Nast Traveller	Reino Unido
Reise-mit-rolli.de	Alemania
stjacquesdecompostelle.fr	Francia
Spend In Magazine	España
Lufthansa Magazine	Alemania
Marin Magazine	USA
National Geographic Traveler	Holanda
Le Figaro	Francia
Sky Publishing Guides Hong Kong	Hong Kong
Libelle Lekker	Bélgica
Pasar	Bélgica
AS Magazine	Bélgica
Viajamos Contigo- Revista Carrefour	España
ELLE decoration	Alemania
Travel Magazine	Finlandia
Marie Claire Brasil	Brasil
Etre Handicap	Francia
Revista l'Express	Francia
Ethnos Newspaper + Travel Book	Grecia
Le Novel Observateur	Francia
El Nuevo Día	Latinoamérica
El Panama América	Latinoamérica
Blog- www.laurenjadehill.com	Internacional
Guide du Pays Basque	Francia
Niche	Canadá
Athome	Canadá
Sud Ouest	Francia
Lonely Planet Traveller	Alemania
FDI. Investment Magazine	Internacional
Damernas Varld	Suecia



Timberland Lifestyle Blog	Reino Unido
Mundo Inédito (CEAV)	España
Revista Buenos Viajes	Argentina
Fairfax media	Australia
Revista Unique (Starwood Hotels)	Internacional
DOTnews	Emiratos Árabes Unidos
Guía Turismo Accesible "Puedo Viajar"	España
La Vanguardia Digital	España
Viajarconhijos.wordpress.com	España
Textetage	Alemania
Inmediate Media	Reino Unido
Primera Travel	Reino Unido
Discover Media	Reino Unido
Sauveurs	Francia
The Culinary Travel Guide	Internacional
Epicure magazine	Singapur
Dagens Nyheter	Estocolmo
NIDO Magazine	Alemania
Vogue Brasil	Alemania
Wilhelmshavener Zeitung	Alemania
Bitburger-Badminton-Open (Magazine)	Alemania
Wilhelmshavener Zeitung (News paper)	Alemania
The Telegraph	Holanda
Epoch Taste	Internacional
La Panera	Chile

FAM TRIPS O VIAJES DE AGENTES PARA PROMOCIONAR EL DESTINO:

FEBRERO

FAM-TRIP GRUPO SKÄNE

Número de personas: 10

Organizador: Connect Scandivavia, Basque Travel Anders Denne

MARZO

FAM-TRIP KUONI

Número de personas: 6

Organizador: Bilbao Paso a Paso

ABRIL

FAM-TRIP SMG

Número de personas: 36

Organizador: SMG

FAM-TRIP MIKAMI TRAVEL JAPÓN

Número de personas: 10

Organizador: Bilbao Paso a Paso

FAM TRIP CADENA SILKEN

Número de personas: 6

Organizador: Basquetour

MAYO

FAM-TRIP AGENTES RUSOS

Número de personas: 12

Organizador: Stop

JUNIO

FAM-TRIP MIKI TRAVEL

Número de personas: 12 agentes de viaje + 1 guía

Organizador: Bilbao Paso a Paso

FAM-TRIP AGENTES ALEMANES

Número de personas: 11

Organizador: Basquetour

FAM-TRIP KRIKER HOLIDAYS

Número de personas: 13

Organizador: Basquetour

AGOSTO

FAM-TRIP AGENTES RUSOS (Chicolade)

Número de personas: 5

Organizador: Stop

SEPTIEMBRE

FAM-TRIP AGENTES ALEMANES

Número de personas: 15

Organizador: Jone Karres

FAM-TRIP ICCA SECTOR VENUES BUSINESS WOKSHOP

Número de personas: 21

Organizador: ICCA + KURSAAL

OCTUBRE

JACADA TRAVEL

Número de personas: 20

Organizador: Basquetour y Jacada Travel

FAM TRIP AMERICAN EXPRESS-Munich

Número de personas: 7

Organizador: Lufthansa

FAM TRIP JAPÓN

Número de personas: 10

Organizador: Basquetour

MEET BASQUE COUNTRY

Número de personas: 58

Organizador: Basquetour

KUONI INDONESIA

Número de personas: 14

Organizador: Oficina de ventas de KUONI en Jakarta en colaboración con la compañía aérea ETIHAD.

FAMTRIP SOIT-AGENTES POLACOS

Número de personas: 8

Organizador: Basquetour

NOVIEMBRE

FAM VALESA

Número de personas: 9

Organizador: Valesa Cultural

FAM BOMBAY

Número de personas: 10

FERIAS, WORKSHOPS Y PRESENTACIONES DE OCIO

ENERO	
28 – 1/02	FITUR GENERAL (Madrid)
MARZO	
4 – 8	ITB Berlín
6 – 8	SALON DU TOURISME (Toulouse)
13 – 15	SEVATUR (Donostia / San Sebastián)
14 – 15	RUNNING (Barcelona) – ExpoSports-(apoyo)
26 – 28	RUNNING (Madrid) – Media Maratón-(apoyo)
ABRIL	
17-19	BTravel (Barcelona)
MAYO	
8 – 10	EXPOVACACIONES (Barakaldo)
18-20	DESTINOS EUSKADI (Zaragoza)
JUNIO	
3-6	Annual Conference and General Assembly ECM (Turín)
9-11	Jornada de promoción y comercialización de Euskadi (Zurich)
OCTUBRE	
16	Workshop Meet Basque Country (Bilbao)
NOVIEMBRE	
2- 5	WORLD TRAVEL MARKET (Londres)
15-17	Work Shop –Jornadas Turespaña- Napa Valley- (California-USA) Turismo Cultural y Gastronómico
20-22	SO GOOD (Burdeos) INTUR (Valladolid)
DICIEMBRE	
9-12	Connections (Portugal-Lisboa/Faro)

TURISMO MICE O DE REUNIONES: AUMENTA EL NÚMERO DE CONGRESOS

El Turismo MICE o de Negocio va creciendo año a año en San Sebastián, lo cual contribuye a la desestacionalización del turismo. En 2015 se han organizado 124 eventos relacionados con el turismo de reuniones (congresos, convenciones, jornadas...), 24 más que el año anterior. El número de participantes en congresos y reuniones ha aumentado de 27.705 a **33.616 (+21,33 %)** en 2015, y también han aumentado el número de pernoctaciones, que ha pasado de 61.878 en 2014 a **75.668 2015 (+22,28 %)**.

TURISMO DE NEGOCIO		TOTAL
Indicador	AÑO	
Nº delegados	2014	27.705
	2015	33.614
Nº delegados x días congreso	2014	61.878
	2015	75668
Nº Eventos (Congresos, Jornadas, Convenciones)	2014	107
	2015	124

Un dato interesante es la valoración que hacen los congresistas que vienen a Euskadi. Según datos de Ibiltur (2014), **San Sebastián obtiene los mejores datos de satisfacción**, con una nota de **4,9 sobre 5** (por delante de Bilbao 4,8 y Gasteiz 4,2, aunque también obtienen buena puntuación).

Entre los Congresos y Eventos que se han celebrado en 2015 en San Sebastián, podemos destacar los siguientes:

- Congreso Nacional de la Sociedad Española de Geriátría y Gerontología-SEGG (2000 pax/ 3 días)

- 50 Congreso de la Sociedad Española de Medicina Intensiva, Crítica y Unidades Coronarias-SEMICYUC (1.800 pax, 4 días)
- PSI-K CONFERENCE (1.000 pax. 4 días)
- EGOR 2015, European Golden Oldies Rugby Tournament (1.500 pax, 4 días)

Las **localizaciones** que más congresos han celebrado, por orden son las siguientes: Kursaal (36), Palacio Miramar (16), Hoteles (16), Universidades (13), Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa (6), Basque Culinary Center (5), Cámara de Comercio (4), Ficoba (4), Olarain (3), Museos (2), Teatro (1) y otros (18).

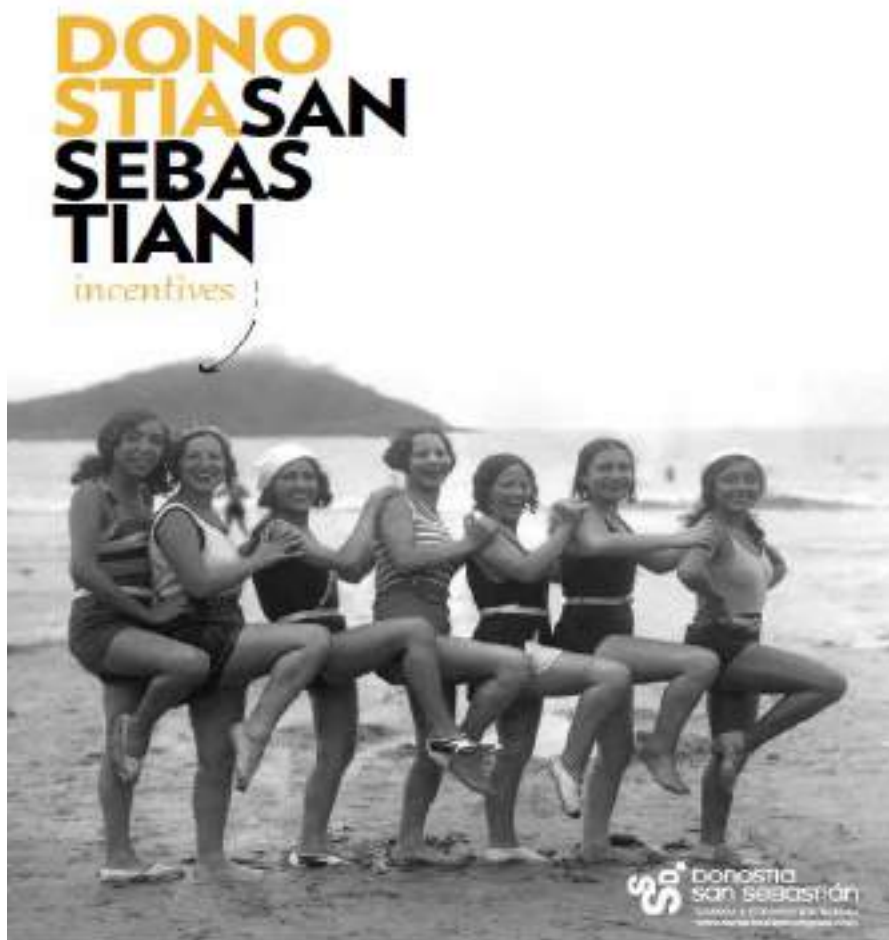
Muchos de los Congresos se han celebrado **fuera de la temporada alta** del turismo, el 78 % de los Congresos se celebran entre enero a mayo y de septiembre a noviembre.

Por otra parte, el proyecto **Enbaxadore**, programa realizado en colaboración con el Kursaal, también se está reforzando cada vez más, premiando a diferentes profesionales que han destacado por su labor proactiva en la captación de eventos congresuales para el destino.

En 2015 San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha presentado **23 candidaturas**, algo menos que el ejercicio anterior, en el que se presentaron 29.

VIAJES DE INCENTIVOS Y FERIAS CELEBRADAS EN SAN SEBASTIÁN

Por otra parte, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha creado este año dos nuevas herramientas de promoción importantes: **un vídeo** dirigido a empresas y agentes, que ha tenido muy buena acogida y que será clave para la promoción de San Sebastián como Ciudad de Congresos, y **una guía de incentivos** dado el gran incremento que han experimentado ese tipo de reuniones en el último año. En 2015, se han celebrado **26 viajes de incentivos** que han atraído a 944 personas.



También se han celebrado **24 ferias** que han atraído a un total de **169.473** personas.

PARTICIPACIÓN DE SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU EN FERIAS Y WORKSHOPS

Se ha participado en **34 ferias y workshops internacionales de MICE**, con el objetivo de posicionar Donostia como un destino estratégico de celebración de eventos y reuniones. Los mercados en los que ha trabajado Convention Bureau han sido:

FEBRERO

05-07 CONFEC Red (Monaco)

24-26 JORNADA DIRECTA "MASTER MEETING" (Zurich, Stuttgart y Frankfurt)

MARZO

9-10 Asamblea SPAIN CONVENTION BUREAU (Oviedo)

ABRIL

15-16 SO EVÈNEMENT (Biarritz)

JUNIO

3 Jornada de promoción y comercialización de Euskadi (Bruselas)

4 Jornada Mice (Paris)

29 junio-3 julio Meeting & Incentive FORUM 2015 (Edimburgo)

JULIO

7 – 9 THE MEETING SHOW (Londres)

AGOSTO

30 agosto-3 sept Meeting & Incentive FORUM 2015 (ST Petersburg-USA).

OCTUBRE

16 Workshop Meet Basque Country (Bilbao)

19-23 Meeting & Incentive FORUM (Malta)

25-27 Iberian Mice Forum (Portugal-Cascais/Lisboa)

NOVIEMBRE

17-19 IBTM (Barcelona)

26 Presentación Spain Convention Bureau (Milán)

GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

Además de las labores de promoción estatal e internacional para posicionar la ciudad como destino top, es de capital importancia preparar el destino y los agentes turísticos implicados en el mismo en la llegada de los turistas. Cara a este objetivo, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha trabajado tanto en la mejora de la competitividad de las empresas y en la excelencia de la calidad y creatividad percibida del destino. Durante el año 2015, se han realizado las siguientes acciones en el destino:

PLAN DE ACTUACIÓN DE SOCIOS: HACIENDO EQUIPO.

En 2015 se han asociado 19 establecimientos nuevos a San Sebastián Turismo, pasando de 279 a **298 el número total de establecimientos asociados.**

El Plan de actuación “Haciendo Equipo”, pretende crear conciencia de equipo a los socios de San Sebastián Turismo y trabajar con ellos diferentes planes de mejora para el destino. Un plan dirigido a mejorar la acogida de nuestros visitantes en el periodo navideño 2015.

El objetivo principal es unir sinergias entre el ente turístico municipal y las más de 280 empresas asociadas para, entre otros muchos cometidos, fortalecer el plan de acogida de la ciudad hacia los turistas en el periodo navideño, teniendo en cuenta que el número de visitantes está creciendo en fechas navideñas.

En 2015 se realizaron encuentros de trabajo para poner sobre la mesa ideas y aportaciones que promocionaran San Sebastián como destino turístico en Navidad. Se pretende trabajar de manera conjunta y a largo plazo para ir mejorando en la atención y el servicio al turista

por parte de los agentes locales como hosteleros, comerciantes, agencias, y empresas que tienen relación directa con el sector turístico

Jornadas realizadas:

LUGAR	FECHA	ASISTENTES	
		EMPRESAS	PERSONAS
MONTE IGUELDO	14/04/2015	34	38
	16/05/2015	21	23
AQUARIUM	13/05/2015	25	25
SAN TELMO	27/05/2015	18	22
ALBAOLA	21/10/2015	34	41
TOTAL ASISTENTES		132	149

Proyectos identificados y acciones

Derivado del trabajo de equipo realizado en las jornadas de trabajo celebradas en Aquarium, San Telmo y Albaola, se concretaron los siguientes equipos de trabajo y Proyectos de Mejora:

Proyecto comunicación

Se trata de una acción que busca concienciar y animar la participación de los socios en la Navidad Donostiarra, generando un evento de notoriedad que sirva de pistoletazo de salida de la Campaña navideña. Con este objetivo, se creó una Estrella Viviente con la participación de los Establecimientos Asociados a San Sebastián Turismo y la colaboración de Festak.



Proyecto Ruta de la Navidad:

Consiste en poner en valor la decoración navideña de los establecimientos, creando agenda de la Navidad con una ruta que se pueda visitar. En este sentido, se creó una categoría en el Concurso de Escaparates de SShops Donostia y los establecimientos que prepararon una decoración especial se incluyeron en una guía editada por San Sebastián Turismo.

Proyecto Mercado Tradicional: Sagardo Apurua

Se promovió un Mercado Tradicional en Navidad, como prolongación de Santo Tomás, mercados gastronómicos, etc. Se aprovechó el Sagardo Apurua, que ya existía, para reforzarlo y animar al resto de socios a que se adhirieran con otro tipo de actividades relacionadas (mercados de artesanía, mercados de productos Behemendi, etc.)

Proyecto Música

Para ambientar y dar color a la ciudad, se organizaron varios conciertos de coros donostiarros en la Plaza Gipuzkoa.

PLAN DE ACOGIDA 2016

El Plan de Formación presencial desarrollado en el marco del Plan de Acogida 2016 tiene como objetivo mejorar la atención que ofrecen los diferentes sectores y la ciudadanía a quienes nos visitan, en especial, a todos aquellos que acudirán a la ciudad para participar de la Capitalidad Europea de la Cultura, y que estos recursos perduren como legado en la ciudad y faciliten el día a día de quienes vivimos en la ciudad.

En el marco del Plan de Acogida 2016, se ha ofrecido **formación presencial** dirigida a la ciudadanía y a profesionales de los ámbitos de la hostelería, comercio, alojamiento, servicios públicos, transporte y centros de ocio.



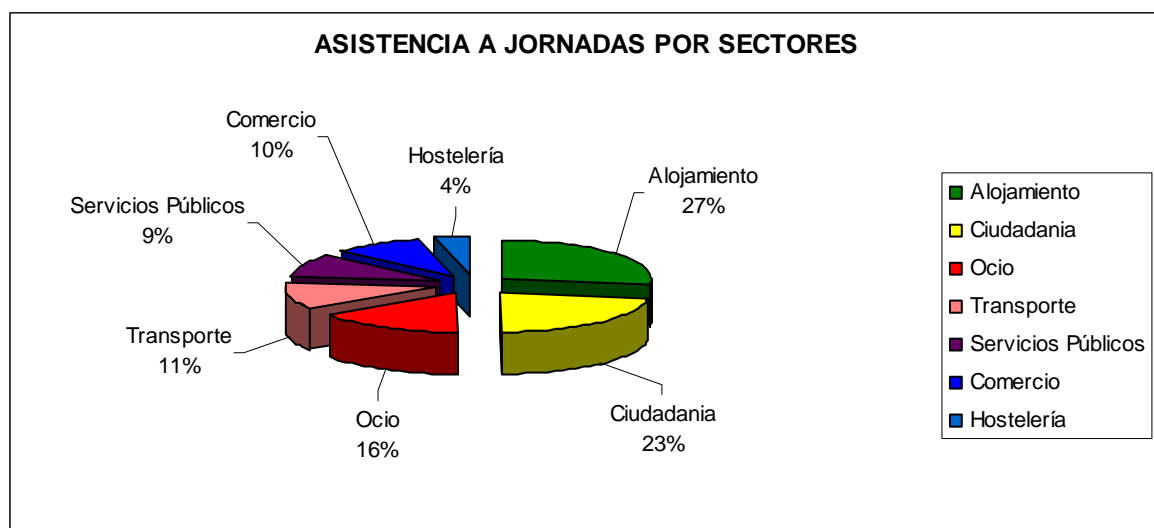
Presentación Harrera Plana, Salón de Plenos, Ayuntamiento Donostia/ San Sebastián

Se han celebrado 14 jornadas formativas, de carácter transversal, la mitad en euskera y la mitad en castellano. Estas jornadas han abordado temas como la atención a la clientela, la gestión de quejas, el conocimiento del destino, el proyecto de la capitalidad cultural etc. y han tenido lugar en el Aquarium, Palacio Miramar, Centro de Recursos Medioambientales

de Cristina Enea, San Telmo y Espacio 2016. Como material de apoyo para estas jornadas, se prepararon unos Manuales de Acogida, diferenciados por sectores (hostelería, comercio, servicios públicos, alojamiento, transporte y centros de ocio) que transmiten de manera sencilla y agradable, en un formato ligero y directo, las claves del éxito de la atención a la clientela, tratando también de forma transversal la diversidad funcional, la actitud medioambiental, etc.

JORNADA	LUGAR	FECHA
PRESENTACIÓN HARRERA PLANA	AYUNTAMIENTO DONOSTIA/SAN SEBASTIAN	07/10/2015
EL ABC DE LA ATENCIÓN A LA CLIENTELA	AQUARIUM DE SAN SEBASTIÁN	20/10/2015
COMO CONVERTIR QUEJAS EN OPORTUNIDADES	PALACIO MIRAMAR	22/10/2015
GESTIÓN DE CLIENTELA DIFÍCIL	CENTRO DE RECURSOS MEDIOAMBIENTALES DE CRISTINA ENEA	27/10/2015
COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL	MUSEO SAN TELMO	28/10/2015
ATENCIÓN AL VISITANTE INTERNACIONAL	MUSEO SAN TELMO	02/11/2015
DESCUBRE TU CIUDAD. DESCUBRE DONOSTIA / SS	AQUARIUM DE SAN SEBASTIÁN	05/11/2015
FORMACIÓN "CIUDADANIA"	ESPACIO 2016	10/11/2015
Rep. Gestión de clientela difícil	PUNTO DENDA	16/11/2015
Rep. Atención al visitante internacional	AQUARIUM	23/11/2015
Rep. Como convertir quejas en oportunidades	PALACIO AIETE	23/11/2015
Rep. Descubre tu ciudad. Descubre Donostia/San Sebastián	PALACIO AIETE	24/11/2015

JORNADAS	PARTICIPANTES	SATISFACCION
		Nota sobre 5
Presentación Harrera Plana	105	
Jornada 1. El ABC de la atención a la clientela	24	4,57
Jornada 1. El ABC de la atención a la clientela	4	5,00
Jornada 2. Como convertir quejas en oportunidades	26	4,12
Jornada 2. Como convertir quejas en oportunidades	12	4,50
Jornada 3. Gestión de clientela difícil	24	4,57
Jornada 3. Gestión de clientela difícil	6	4,50
Jornada 4. Comunicación verbal y no verbal	29	4,62
Jornada 4. Comunicación verbal y no verbal	9	4,00
Jornada 5. Atención al visitante internacional	26	3,92
Jornada 5. Atención al visitante internacional	9	4,00
Jornada 6. Descubre tu ciudad	19	4,56
Jornada 6. Descubre tu ciudad	12	4,77
Jornada 7. Formación Ciudadanía	22	4,10
Jornada 8. Rep. Gestión de clientela difícil	17	4,19
Jornada 9. Rep. Atención al visitante internacional	42	4,37
Jornada 10. Rep. Como convertir quejas	9	4,50
Jornada 11. Rep. Descubre tu ciudad	18	4,44
TOTAL	412	4,39



SAN SEBASTIÁN, PREMIO SICTED “MEJOR PROYECTO DE MEJORA DE DESTINO”



En el marco del proyecto SICTED - proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos - se han realizado 2 jornadas formativas y un trabajo continuo con **45 empresas**, y todas pasaron satisfactoriamente la evaluación externa y han mantenido el Compromiso con la Calidad Turística.

Se han llevado a cabo **50 ATÍ'S**, Asistencias técnicas individualizadas para afianzar y desarrollar los contenidos del programa SICTED y para orientar la mejora de la competitividad de los establecimientos participantes.

PREMIOS SICTED:

La finalidad de los Premios SICTED es reconocer el esfuerzo realizado por los destinos turísticos, los gestores SICTED y las asociaciones empresariales en materia de calidad turística y concretamente su compromiso con la Calidad Turística.

En el año 2015 Donostia-San Sebastián ha logrado el Premio al 1er finalista de **Mejor proyecto de mejora de destino SICTED** en reconoce la consecución de una iniciativa colectiva para la mejora de la calidad integral del destino, desarrollada y consensuada en los grupos de mejora del destino.

PROGRAMA DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL USO DE LAS TICs

Dentro del proyecto de Buenas Prácticas en el uso de las TIC's , se ha realizado una jornada formativa, con un programa dirigido a mejorar el uso de las Tecnologías de la Información y

Comunicación, trabajo continuo en la implementación y mejora de estas Buenas Prácticas con 16 empresas.

También se han llevado a cabo **38 visitas de apoyo** para la implantación de las Buenas Prácticas recomendadas en el plan de mejora personalizado.

El día 25 de febrero San Sebastián Turismo & Convention Bureau asistió al **Acto de reconocimiento de Programas de Innovación y Calidad** en el Hotel jardines de Uleta de Vitoria- Gasteiz organizado por el Gobierno Vasco donde se entregaron los Diplomas de Compromiso con la Calidad Turística -SICTED y/o los Diplomas acreditativos de la participación y superación del nivel en el Programa de Buenas Prácticas en el uso de las TIC.

CALIDAD INTERNA: Q DE CALIDAD



El 12 de febrero de 2015 se realizó la auditoría del sistema Q de calidad, auditoría de 2ª SEGUIMIENTO DE OIT. Se superó la auditoría, **renovando**, por tanto, **la certificación en calidad entregada por el ICTE**, Instituto para la Calidad Turística Española, el sello de calidad que certifica el servicio, las instalaciones, y la gestión de las empresas turísticas. Es el más importante del sector turístico y que confiere un alto prestigio a la entidad que lo recibe.