DONOSTIA SAN SEBASTIÁN

Memoria 2016

Donostia San Sebastián
Turismo & Convention Bureau

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 5

2. BALANCE TURÍSTICO 2016 6

2.1. EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES 6

2.2. GRADO DE OCUPACIÓN EN SAN SEBASTIÁN POR HABITACIÓN, MES Y DÍA DE LA SEMANA 7

2.3. EVOLUCIÓN DE LOS EVENTOS MICE (MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES AND EXHIBITIONS) 8

2.4. INTERNACIONALIZACIÓN DEL DESTINO 10

2.5. SAN SEBASTIÁN, CIUDAD TRACTORA PARA EL TURISMO EN EL TERRITORIO 11

2.6. MEDIOS DE TRANSPORTE PARA LLEGAR A LA CIUDAD 11

2.7. TIPOLOGÍA Y PERFIL DEL TURISTA ACTUAL 12

2.8. SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RANKING INTERNACIONAL 14

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA 18

3.1. CONSEJO ADMINISTRATIVO 18

3.2. CONSEJO CONSULTIVO 18

3.3. ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS A SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU 19

4. BALANCE ECONÓMICO 21

5. ACTUACIONES DE SAN SEBASTIÁN TURISMO S.A. 22

5.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN 22

5.1.1. PROMOCIÓN EXTERIOR DEL DESTINO 22

5.1.1.1. Campañas Publicitarias 23

5.1.1.2. Web y redes sociales 28

5.1.1.3. Press trips o viajes de prensa/ bloggers 36

5.1.4. COMUNICACIÓN DIRIGIDA AL LOCAL 38

5.2. TURISMO MICE 39

5.2.1. ACCIONES A NIVEL LOCAL 39

5.2.1.1. Candidaturas presentadas 39

5.2.1.2. Programa Enbaxadore 40

5.2.2. ACCIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL 41

5.2.2.1. Ferias y workshops 41

5.2.2.2. Fam trips, viajes de inspección y visitas de comercialización 42

5.2.2.3. Acciones especiales 43

5.2.2.4. Publicaciones Específicas 43

5.2.2.5. Viajes de Incentivos 45

5.3. TURISMO DE OCIO 47

5.3.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS 48

5.3.1.1. San Sebastian City Break: Escapadas 48

5.3.1.2. Venta de servicios 49

5.3.1.3. Tarjetas turísticas 52

5.3.2. ATENCIÓN AL VISITANTE 53

5.3.4. FAM TRIPS O VIAJES DE AGENTES 55

5.3.5. PUBLICACIONES 56

5.4. GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO 59

5.4.1. ACTUACIONES CON EL SECTOR 59

5.4.2. SERVICIO DE CALIDAD 62

5.4.3. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA 62

5.4.4. ACCESIBILIDAD (DIVERSIDAD FUNCIONAL) 62

5.4.5. ACTUACIONES DE MEJORA EN LAS INFRAESTRUCTURAS (MOVILIDAD/ ACCESIBILIDAD/SEÑALIZACIÓN) 63

5.4.6. ENCUESTA PARA CONOCER EL PERFIL Y EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES 64

6. PARTICIPACIÓN EN REDES EUROPEAS 65

ANEXO. SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN 66

1. INTRODUCCIÓN

El Plan Director de San Sebastián Turismo & Convention Bureau 2012-2016 destacaba dos ejes de trabajo fundamentales para la **sostenibilidad** del destino: la **desestacionalización** o el crecimiento fuera de la temporada estival, y la **internacionalización**. Los datos del balance muestran que se está trabajando en la dirección correcta, ya que el crecimiento fuera de temporada es muy significativo, y los turistas internacionales superan a los estatales, tendencia que va aumentando desde 2013.

Además, la **Capitalidad Europea de la Cultura 2016**, la presencia destacada en medios de comunicación internacionales, el aumento de las visitas en la web, la interacción en las redes sociales, las campañas promocionales, los fam trips etc. han contribuido positivamente al posicionamiento internacional como **destino de calidad**. El trabajo de San Sebastián Turismo & Convention Bureau para la atracción de reuniones a San Sebastián también ha contribuido notablemente en la proyección internacional del destino y en el incremento del turismo fuera de temporada.

Asimismo, a lo largo del año se ha comenzado a trabajar en la elaboración del Plan Director 2017-2021, a través de mesas de trabajo con agentes público-privados, instituciones y expertos. Asimismo, los ciudadanos se sitúan en el centro de la reflexión, pudiendo aportar sus ideas y sugerencias en la web www.plazairekia.eus, con el fin de abordar entre todos y todas los retos y objetivos del turismo donostiarra, un turismo que queremos que sea **sostenible**, **equilibrado** y respetuoso con **nuestros valores** y la **autenticidad** del destino.

> *"Los datos del balance muestran que se han cumplido los retos marcados en el Plan Director de Turismo 2012-2016"*

2. BALANCE TURÍSTICO 2016

2.1. EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES

El aumento del turismo es notablemente mayor **fuera de temporada alta**, con un **crecimiento medio del 21,49% de enero a marzo**, frente a un crecimiento del 6% en julio y un 3% en agosto, reflejando el esfuerzo de San Sebastián Turismo & Convention Bureau por **desestacionalizar** el turismo.

La **estancia media anual** es de **2,03 noches**.

> *El aumento del turismo es notablemente mayor en temporada baja*

PERNOCTACIONES

EVOLUCION EN EL Nº DE PERNOCTACIONES	2015	2016	INCREM. 15/16
Urtarrila / Enero	51.210	60.851	%18,83
Otsaila / Febrero	48.302	60.530	%25,32
Martxoa / Marzo	73.417	88.342	%20,33
Apirila / Abril	89.332	92.471	%3,51
Maiatza / Mayo	109.369	118.214	%8,09
Ekaina / Junio	118.710	123.793	%4,28
Uztaila / Julio	140.053	148.698	%6,17
Abuztua / Agosto	152.493	157.071	%3,00
Iraila / Septiembre	120.105	127.441	%6,11
Urria / Octubre	112.097	124.718	%11,26
Azaroa / Noviembre	76.267	81.678	%7,09
Abendua / Diciembre	74.134	81.739	%10,26
TOTAL	1.165.489	1.265.546	8,58%

Fuente: EUSTAT

CRECIMIENTO FUERA DE LA TEMPORADA ESTIVAL

	AÑO	TOTAL	%
Nº entradas (excepto julio y agosto)	2010	672.006	—
	2011	679.769	1,16%
	2012	708.839	4,28%
	2013	730.831	3,10%
	2014	772.659	5,72%
	2015	872.943	12,98%
	2016	959.777	9,95%

Fuente: EUSTAT

2.2. GRADO DE OCUPACIÓN EN SAN SEBASTIÁN POR HABITACIÓN, MES Y DÍA DE LA SEMANA

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 POR HABITACIÓN

MES	TOTAL		LABORABLES		FIN DE SEMANA	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Enero	↓ 40,5	↑ 47,0	↓	↑ 39,6	↓ 49,7	↑ 62,5
Febrero	↓ 46,0	↑ 51,0	↓ 39,3	↑ 42,2	↓ 62,8	↑ 74,1
Marzo	↓ 55,3	↑ 61,0	↓ 48,5	↑ 55,7	↓ 74,7	↑ 76,3
Abril	↓ 65,8	↑ 73,9	↑ 60,5	↓ 59,9	↓ 80,6	↑ 81,1
Mayo	↓ 76,8	↑ 83,0	↓ 70,3	↑ 80,1	↓ 90,5	↑ 91,2
Junio	↓ 85,1	↑ 86,1	↓ 83,1	↑ 83,8	↓ 90,4	↑ 92,5
Julio	↓ 90,2	↑ 91,3	↓ 89,5	↑ 90,0	↓ 91,9	↑ 94,0
Agosto	↑ 93,5	↓ 92,6	↑ 92,7	↓ 91,6	↓ 95,3	↑ 95,5
Septiembre	↓ 87,5	↑ 89,4	↓ 85,3	↑ 87,6	↑ 93,5	↓ 93,5
Octubre	↓ 79,5	↑ 84,8	↓ 74,9	↑ 81,3	↓ 89,3	↑ 93,4
Noviembre	↓ 59,4	↑ 62,8	51,9	↑ 56,9	↑ 80,0	↓ 79,1
Diciembre	↓ 53,8	↑ 56,5	↓ 52,1	↑ 52,6	↓ 58,6	↑ 64,8

Fuente: EUSTAT

2.3. EVOLUCIÓN DE LOS EVENTOS MICE (MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES AND EXHIBITIONS)

El Turismo de Reuniones va **creciendo año a año** en San Sebastián y es cada vez más **internacional**. En 2016 el 46,25% de los congresos han sido internacionales. Además, este tipo de turismo contribuye a la desestacionalización, ya que la mayoría de congresos se han celebrado en los meses de **temporada baja**.

En 2016 se han organizado 147 eventos relacionados con el turismo de reuniones (congresos, convenciones, jornadas...), un 12% más que el año anterior, el número de participantes en congresos y reuniones ha aumentado de 38131 a 42209 (+10,69 %) en 2016, y también han aumentado el número de pernoctaciones, pasando de 102.377 a 110.574 (+8%).

TURISMO DE REUNIONES

INDICADOR	TOTAL		INCR. 2015/16
	2015	2016	
Nº delegados	38.131	42.209	10,69%
Pernoctaciones	102.377	110.574	8,01%
Nº eventos (Congresos, Jornadas, Convenciones)	131	147	12,21%
Nº participantes en incentivos	2820	3813	35,21%
Pernoctaciones incentivos	4978	6654	33,67%

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

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

Muchos de los congresos se han celebrado **fuera de la temporada alta** del turismo, el 85% de los congresos se celebran entre enero - junio y octubre - noviembre.

Además, en 2016, los viajes de incentivos han generado 3813 pernoctaciones, un 35% más que el año anterior. Los viajes de incentivo son importantes porque generan un impacto económico aún más alto que los congresos y gran parte del gasto se queda en la ciudad.

> *"San Sebastián es la 2ª ciudad que más congresos internacionales atrae por habitante en el Estado, teniendo en cuenta los congresos registrados en ICCA"*

San Sebastián en el Ranking de International Congress and Conventions Association (ICCA)

En el Ranking de la International Congress and Conventions Association (ICCA) sólo computan aquellos congresos que cumplen los siguientes requisitos:

a) Rotación demostrable al menos por 3 países.

b) Atraer un mínimo de 50 participantes.

c) Celebrarse con una frecuencia concreta (no se admiten eventos ad hoc).

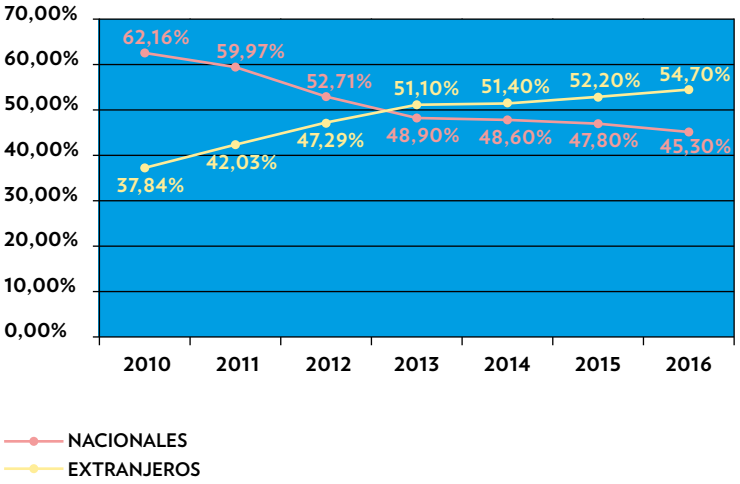
El posicionamiento de San Sebastián en el Ranking de ICCA 2015 a nivel nacional y mundial es el siguiente:

- 2ª ciudad española que más congresos atrae por habitante (después de Barcelona).
- Puesto 148 a nivel mundial, con 17 eventos internacionales admitidos, al mismo nivel que ciudades como Los Ángeles, Belfast, Johannesburgo, Malmö, Nueva Orleans, Las Vegas o Estrasburgo.

2.4. INTERNACIONALIZACIÓN DEL DESTINO

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. En 2013 la tendencia se invierte y el porcentaje de pernoctaciones internacionales supera al de las estatales. Esta tendencia aumenta año a año, siendo en 2016 un **54,7% el número de pernoctaciones procedentes del extranjero y un 45,3% las procedentes del Estado**.

RELACIÓN PERNOCTACIONES ESTATALES / EXTRANJEROS



	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%
Nacionales	565.751	%62,16	531.748	%57,97	505.868	%52,71	484.717	%48,90	504.730	%48,60	557.060	%47,80	573.337	%45,30
Extranjeros	344.466	%37,84	385.514	%42,03	453.876	%47,29	506.518	%51,10	533.733	%51,40	608.429	%52,20	692.209	%54,70
TOTAL / GUZTIRA	910.217		917.262		959.744		991.235		1.038.463		1.165.489		1.265.546	

Fuente: EUSTAT

RANKING ESTATAL 2016	2016	%
Madrid	120.066	20,94%
Cataluña	108.585	18,94%
Andalucía	44.378	7,74%
Castilla y León	38.212	6,66%
Comunidad Valenciana	31.472	5,49%
	573.337	

Fuente: EUSTAT

El mercado que más crece en 2016 es Alemania (+50,43%), seguido por Francia y Australia. Estados Unidos y Reino Unido también son países que se mantienen en el top5 y crecen año tras año. Francia (17,35%), Estados Unidos (12,97%) y Reino Unido (11,39%) suman casi un 42% del total de visitantes internacionales.

RANKING INTERNACIONAL 2016	2015	2016	%	INCR. 15/16
Francia	99.923	120.066	17,35%	20,16%
Estados Unidos	87.346	89.813	12,97%	2,82%
Reino Unido	75.318	78.831	11,39%	4,66%
Alemania	35.678	53.672	7,75%	50,43%
Australia	33.739	38.212	5,52%	13,26%
TOTAL PERNOCTACIONES INTERNACIONALES	608.429	692.209		13,77%

Fuente: EUSTAT

2.5. SAN SEBASTIÁN, CIUDAD TRACTORA PARA EL TURISMO EN EL TERRITORIO

San Sebastián se confirma como ciudad tractora a la hora de atraer el turismo a Gipuzkoa, especialmente el internacional. El 58% del total de los turistas de Gipuzkoa visitan San Sebastián y un 42% el resto del territorio. En cuanto al turismo internacional, el 72% de los turistas extranjeros que acuden a Gipuzkoa visitan San Sebastián, frente a un 28% que visita el resto de Gipuzkoa. El aumento del turismo internacional es notable tanto en San Sebastián (14%) como en el resto de Gipuzkoa(13%).

		2015	2016	INCR.%
PERNOCTACIONES DONOSTIA/ SAN SEBASTIÁN	Estado	559.220	573.337	3%
	Extranjero	608.429	692.209	14%
PERNOCTACIONES RESTO DE GIPUZKOA	Estado	585.190	642.934	10%
	Extranjero	239.558	271.397	13%

Fuente: EUSTAT

		2016	%
PERNOCTACIONES TURISTAS GIPUZKOA	Donostia/ San Sebastián	1.265.546	58,06%
	Resto de Gipuzkoa	914.331	41,94%
	TOTAL	2.179.877	
PERNOCTACIONES TURISTAS EXTRANJEROS GIPUZKOA	Donostia/ San Sebastián	692.209	71,84%
	Resto de Gipuzkoa	271.397	28,16%
	TOTAL	963.606	

Fuente: EUSTAT

2.6. MEDIOS DE TRANSPORTE PARA LLEGAR A LA CIUDAD

La siguiente tabla muestra, entre los visitantes atendidos en las oficinas de turismo de San Sebastián, el medio de transporte en el que han llegado a la ciudad. La mayoría llegan a San Sebastián en coche, aunque hay un claro incremento en los visitantes que llegan en bus, tren y avión en el caso del aeropuerto de Bilbao y San Sebastián. También, cabe destacar el alto número de los visitantes que llegan a pie, que se mantiene en cantidad aunque baja en porcentaje, y está directamente relacionado con el Camino de Santiago.

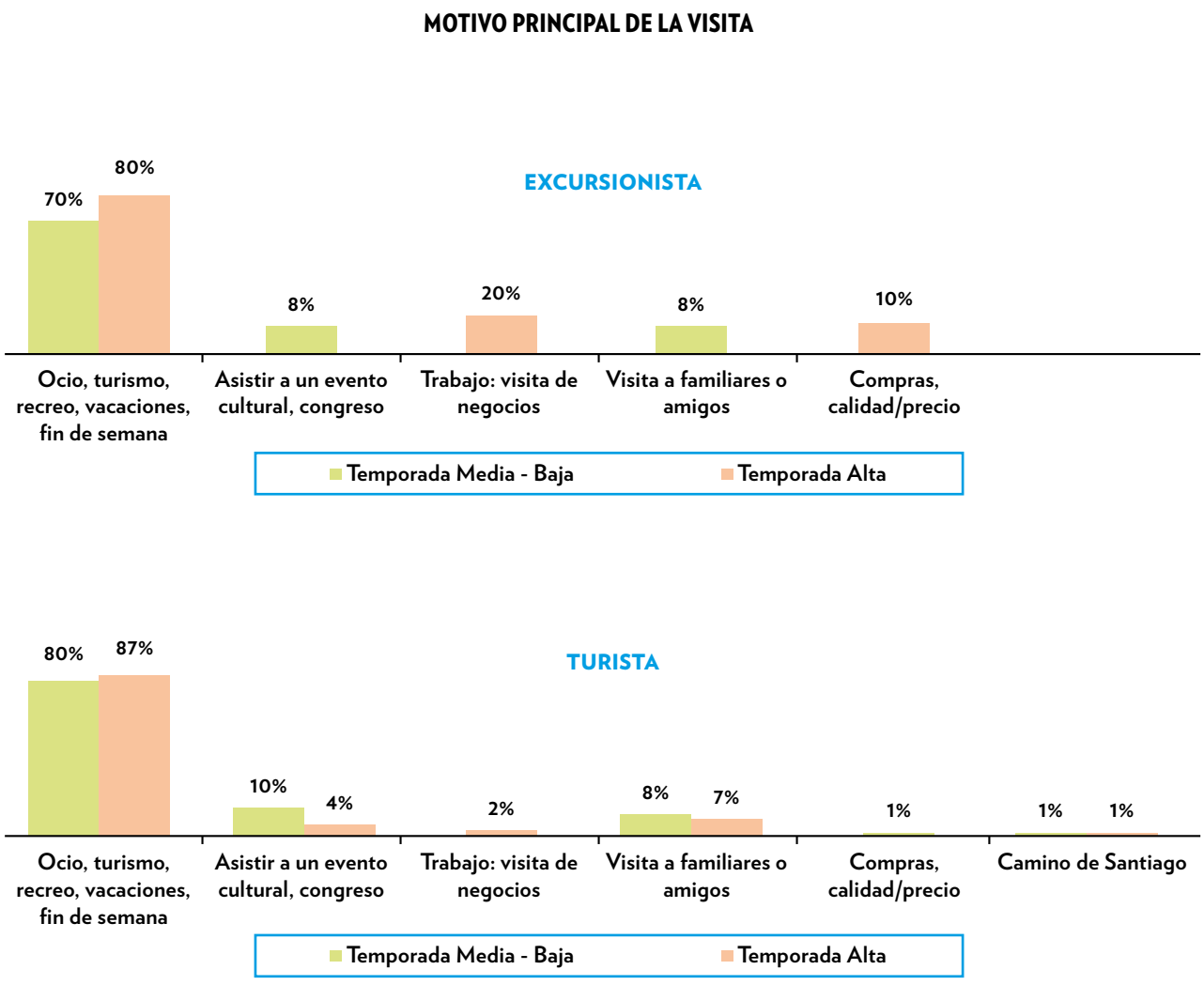
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

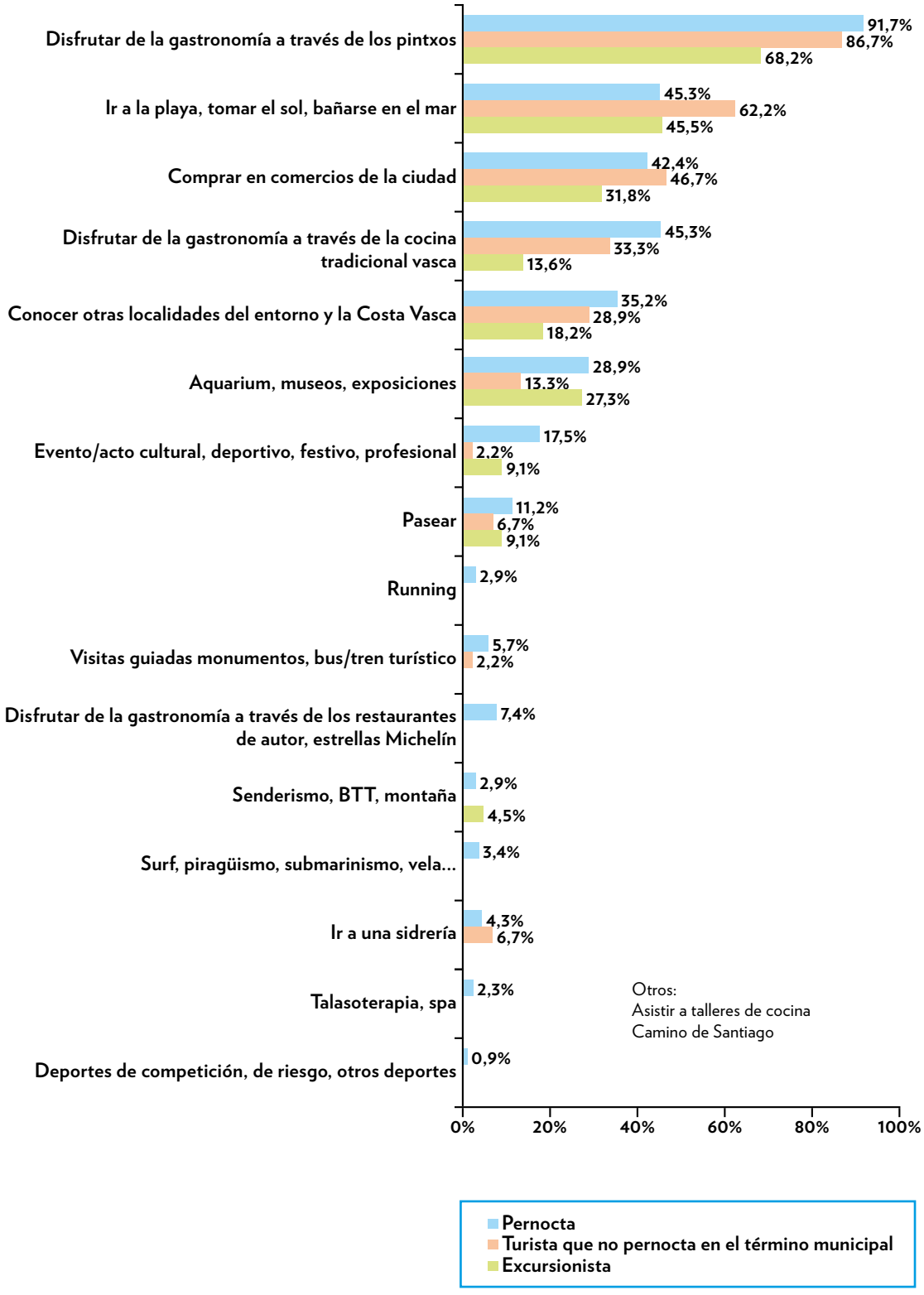
BISITARIAK GUZTIRA / TOTAL VISITANTES	TOTAL 2015	%	TOTAL 2016	%	DIF. 2015-2016
Coche	83.151	55,92	123.620	55,29	-1,12%
Bus	17.943	12,07	34.834	15,58	29,12%
Tren	10.254	6,90	16.051	7,18	4,11%
Avión Biarritz	1.743	1,17	2.413	1,08	-7,92%
Avión Bilbao	6.898	4,64	12.054	5,39	16,23%
Avión San Sebastián	5.073	3,41	8.449	3,78	10,77%
Autocaravana	5.474	3,68	7.099	3,18	-13,74%
A pie	13.733	9,24	13.133	5,87	-36,39%
Otros	4.432	2,98	5.917	0,14	-95,29%
TOTAL / GUZTIRA	148.701		223.570		

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

2.7. TIPOLOGÍA Y PERFIL DEL TURISTA ACTUAL

Según el estudio realizado por Datakey, los motivos principales de la visita de los excursionistas y turistas a Donostia son los siguientes:

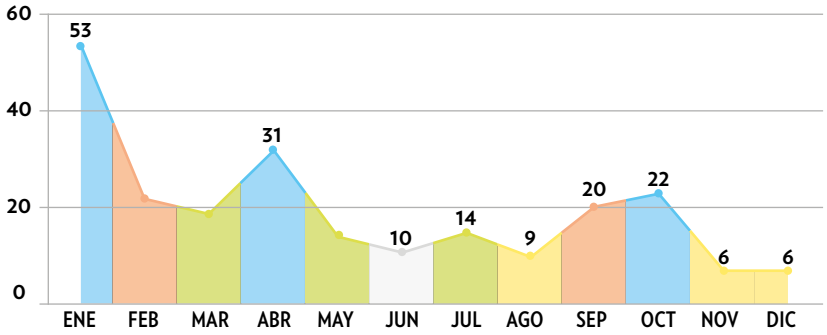


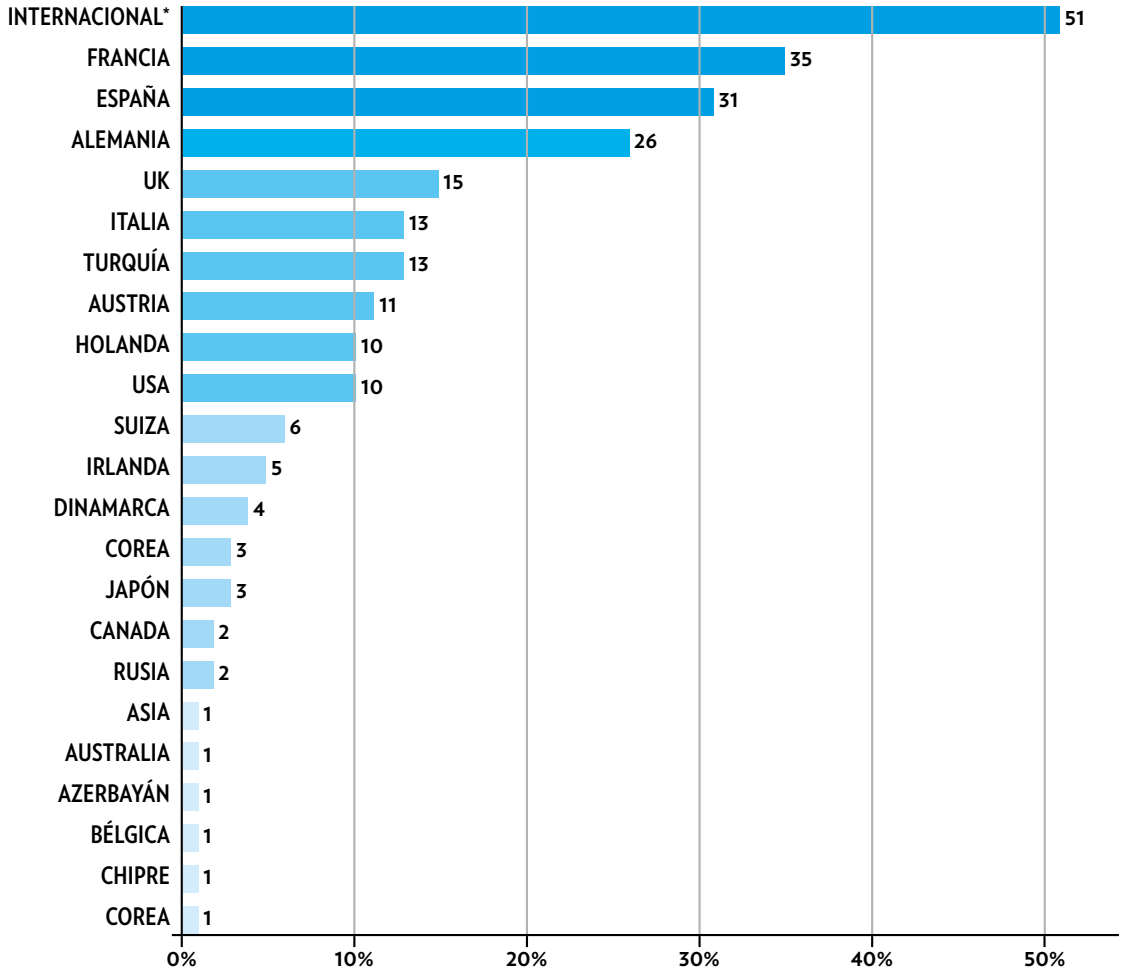

Disfrutar de la gastronomía a través de los pintxos
91,7%
86,7%
68,2%
Ir a la playa, tomar el sol, bañarse en el mar
45,3%
62,2%
45,5%
Comprar en comercios de la ciudad
42,4%
46,7%
31,8%
Disfrutar de la gastronomía a través de la cocina tradicional vasca
45,3%
33,3%
13,6%
Conocer otras localidades del entorno y la Costa Vasca
35,2%
28,9%
18,2%
Aquarium, museos, exposiciones
28,9%
13.3%
27,3%
Evento/acto cultural, deportivo, festivo, profesional
17,5%
2,2%
9,1%
Pasear
11,2%
6,7%
9,1%
Running
2,9%
Visitas guiadas monumentos, bus/tren turístico
5,7%
2,2%
Disfrutar de la gastronomía a través de los restaurantes de autor, estrellas Michelín
7,4%
Senderismo, BTT, montaña
2,9%
4,5%
Surf, piragüismo, submarinismo, vela...
3,4%
Ir a una sidrería
4,3%
6,7%
Talasoterapia, spa
2,3%
Deportes de competición, de riesgo, otros deportes
0,9%
Otros:
Asistir a talleres de cocina
Camino de Santiago
0%
20%
40%
60%
80%
100%
Pernocta
Turista que no pernocta en el término municipal
Excursionista

2.8. SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RANKING INTERNACIONAL

Fruto de numerosos viajes de prensa organizados por San Sebastián Turismo & Convention Bureau, se han publicado **223 reportajes en los medios internacionales más prestigiosos.** En enero, con el lanzamiento de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016, se publican 53 reportajes en medios de todo el mundo, pero además, los reportajes a lo largo de todo el año destacan la calidad de vida de la ciudad, su cultura, su gastronomía, la autenticidad y tradición, los festivales, las opciones deportivas etc. Algunos de los medios que han publicado sobre San Sebastián son The New York Times, BBC, The Guardian, Forbes, The Evening Standard, The Independent, The Telegraph, Healthy Aging, The Irish Times, ELLE, Marie Claire, Le Parisien, Paris Match, Le Figaro, National Geographic etc.

ARTÍCULOS PUBLICADOS





*Blogs o medios online que se dirigen a un target internacional

SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS INTERNACIONALES MÁS PRESTIGIOSOS

THE NEW YORK TIMES

- 36 hours in San Sebastián, Spain
- 52 places to go in 2016
- Chef's camaraderie lifts Basque Cuisine
- Favorite Streets in Europe

FORBES

- Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture Today, Capital Of Food Forever
- Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture And Much More
- Forbes - The Best Places to Visit in San Sebastián, Spain for 2016

THE TELEGRAPH

- San Sebastián: A new beat in Basque Country
- Is San Sebastian the world's greatest city for foodies?

THE INDEPENDENT

- Take a bite of the Basque Country
- San Sebastian: a bay window on a Basque beauty

THE GUARDIAN

- The Guardian - 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts
- San Sebastian: in the limelight

FRANCE 2

- Capitale de la culture 2016, Saint-Sébastien va célébrer la paix dans l'art

DAILY MAIL

- How to spend an ultimate foodie weekend in San Sebastian

LE MONDE

- Saint-Sébastien, baloon sur l'Atlantique

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER

- 48 uur in San Sebastian
- De verleidelijke charme van San Sebastian

THE IRISH TIMES

- San Sebastian: Basque in the culture

INDUSTRY MAGAZINE

- kingdom of culture

LE PARISIEN MAGAZINE

- Le Parisien Magazine: Belle est San Sebastian

LE FIGARO

- San Sebastián, un an de fête

FINANTIAL TIMES

- Past pain, future shock

THE SCOTTSMAN NEWSPAPER

- Basque in the glory of Donostia and Bilbao

Ver Anexo: San Sebastián en los medios (listado de medios y enlace)

San Sebastián en el top de los rankings de viajeros y guías de viaje

Además, San Sebastián ha sido destacada como ciudad para visitar en 2016 por numerosas guías de viaje y ha aparecido en el top de diversos rankings de viajeros como European Best Destinations, Skyscanner, Tripadvisor, Fodor, Condé Nast Traveler, Lonely Planet etc..

EUROPEAN BEST DESTINATIONS

La playa de la concha una de las mejores playas de Europa 2016

EUROPEAN BEST CITIES

San Sebastián, uno de los destinos más Románticos de Europa, por votación de más de 10.000 usuarios

IO DONNA

San Sebastián, la nº1 en el Top 10 best in Travel

LEGER HOLIDAYS

El Heineken Jazzaldia entre los mejores festivales de jazz de Europa

TRIPADVISOR- NIUMBA

La Plaza de la Constitución de San Sebastián entre las 20 con más encanto de España

SKYSCANNER ITALIA

San Sebastián entre 16 ciudades a visitar en 2016

HUFFINGTONPOST

Playa de la Concha en San Sebastián entre las 10 mejores playas de España

FODOR

San Sebastián entre las 25 ciudades a visitar en 2016

CONDE NAST TRAVELER

San Sebastián portada entre las 22 ciudades que van a triunfar en 2016

THE TELEGRAPH

San Sebastián ¿Mejor ciudad del mundo para gourmets?

NEW YORK TIMES

San Sebastián nº18 entre las 52 ciudades a visitar en 2016

BUZZFEED

San Sebastián entre las 18 ciudades que deberías visitar en 2016

http://www.sansebastianturismo.info/es/estamos-en/san-sebastian-en-rankings

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La Sociedad "San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa, S.A.", fue creada a partir de la aprobación en sesión plenaria de los Estatutos el 31 de enero de 2006 siendo una sociedad de carácter mercantil del Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián, y con naturaleza de Sociedad Anónima de titularidad íntegramente municipal.

Tiene por objeto la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas y sociales que contribuyan, directa o indirectamente a impulsar el desarrollo del turismo en el ámbito territorial de Donostia / San Sebastián.

3.1. CONSEJO ADMINISTRATIVO

El Consejo de Administración es el órgano de gobierno y gestión permanente de la Sociedad.

- D. Eneko Goia
  Presidente
- Dª Hutsune Mendiburu
  Vicepresidenta
- D. Ernesto Gasco
- D. Juan Ramón Viles
- Dª Mª Begoña Palos
- D. Josu Mirena Ruiz
- Dª Miren Albistur
- D. Loïc Alejandro
- D. Fran González
- D. Mikel Ubarretxena
- D. Odon Elorza
- D. Iñaki Urkaregi

3.2. CONSEJO CONSULTIVO

Se trata del órgano asesor del Consejo de Administración de la Sociedad.

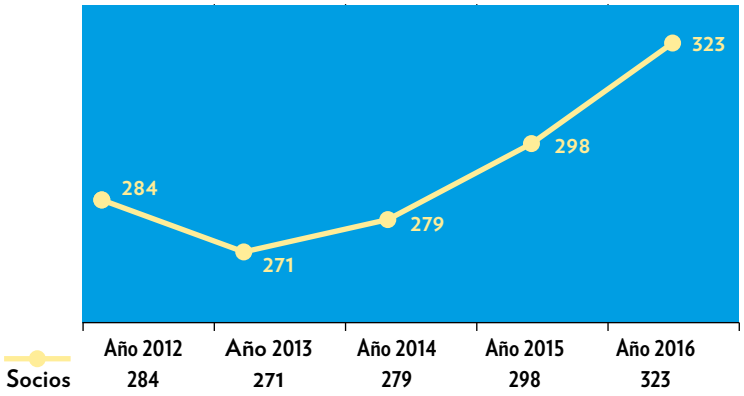
SECTORES REPRESENTADOS Y MIEMBROS:

- D. Iker Goikoetxea
  Infraestructuras
- Dª Laura Larrión
  AA.VV y de Receptivo
- Guillermo García
  Comercios
  A partir de noviembre de 2016
  Eugenio Tamayo
- Dª Hutsune Mendiburu
  Organización de Eventos, Reuniones e Incentivos
- D. Odón Elorza
  Recursos Museísticos, Culturales y de Ocio
- D. Fran González
  Alojamientos
- D. Iñaki Urkaregi
  Transportes
- D. Mikel Ubarretxena
  Hostelería
- D. Andoni Zubillaga
  Servicios Complementarios
- Dª Maria Jesús González
  Servicios Turísticos

3.3. ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS A SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU

Cada año se amplia el número de establecimientos asociados a San Sebastián Turismo & Convention Bureau, que ya cuenta con 323 socios, un 13% más que en el ejercicio anterior.

EMPRESAS ASOCIADAS A SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU



	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Socios	284	271	279	298	323

SECTORES

Las empresas asociadas se dividen en 10 sectores:

Hostelería	25%
Alojamiento	22%
Comercios	20%
Servicios turísticos	8%
Recursos museísticos, culturales y de ocio	7%
Servicios complementarios y de comunicación	7%
Agencias de Viajes y de Receptivo	3%
Infraestructuras	3%
Transporte	3%
Organizadores de eventos, reuniones e incentivos	2%

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN SOCIOS

RECURSOS MUSEÍSTICOS, CULTURALES Y DE OCIO - 24

MUSEOS
- ALBAOLA
- AQUARIUM DONOSTIA-SAN
- CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- MUSEO SAN TELMO

OCIO CULTURAL
- FNAC DONOSTIA

TALASOTERAPIA
- LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT

PARQUE DE ATRACCIONES
- MONTE IGUELDO

TRANSPORTE TURÍSTICO
- CATAMARÁN CIUDAD SAN SEBASTIÁN
- MOTORASDELAISLA.COM

CASINO
- CASINO KURSAAL

OCIO Y DEPORTE
- FRONTON GALARRETA
- HEGALAK
- HIPODROMOA
- JAI ALAI EVENTS
- JAI ALIVE
- PUKAS SURF ESKOLA

CENTROS DE OCIO
- EKOGUNEA HAUR PARKEA

BODEGAS DE TXAKOLI
- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

ESCAPE ROOM
- IZURUN ESCAPE ROOM SAN

PROPUESTAS MUSICALES
- INTERMEZZO GESTMUSIC
- ORFEÓN DONOSTIARRA
- SOTTO VOCE

HOSTELERÍA - 78

RESTAURANTES CON ESTRELLA MICHELÍN
- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE MARTIN
- RESTAURANTE MUGARITZ

RESTAURANTES EN SAN SEBASTIÁN
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- RESTAURANTE ASADOR MESÓN
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARBAKANA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BERNARDO ETXEA
- RESTAURANTE BODEGON
- RESTAURANTE BOKADO MIKEL
- RESTAURANTE BRANKA
- RESTAURANTE CASA GANDARIAS
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE ILLARRA
- RESTAURANTE LA BOULE (CASINO
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE LANZIEGO
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE NARRU
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI

BARES Y CAFETERÍAS
- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO BAR
- AVENIDA XXI CAFETERIA
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR TXALUPA
- BAR ZUMELTZEGI
- CAFE KURSAAL
- CAFÉ VICTORIA
- CAFETERIA IOMBI
- CASA GANDARIAS
- CASA VERGARA
- DAKARA BI
- LA VIÑA BAR
- SM CAFE BAR

SIDRERÍAS
- SIDRERIA ARAETA
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA INTXAURRONDO
- SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA

CATERING
- AZERI JANA CATERING
- BOKADO CATERING
- DIVINUS CATERING

COCINA INTERNACIONAL
- RESTAURANTE LA PIAZZETTA
- RESTAURANTE RAVIOLINA
- RESTAURANTE TSI TAO

RESTAURANTES VEGETARIANOS
- RESTAURANTE TEDONE

RESTAURANTES CERCANOS A SAN SEBASTIÁN
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE CASA MIRONES
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE MARINA BERRI
- RESTAURANTE ZIABOGA

COPAS
- DIONI´S BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY

DISCOTECAS Y ESPECTÁCULOS
- DISCOTECA BATAPLAN
- DISCOTECA GU

ASOCIACIONES
- ASOC. EMPRESARIOS DE
- GIPUZKOAKO SAGARDOGILEEN
- SAGARDOAREN LURRALDEA

4. BALANCE ECONÓMICO

RESUMEN EJECUCIÓN 2016

GASTOS TOTAL	3.576.918 €
Diputación	50.000 €
Gobierno Vasco	228.130 €
Recursos Propios	643.431 €
Aprovisionamientos	62.383 €
Aportación Socios	195.520 €
Ayuntamiento	2.397.454 €
TOTAL	1.117.083 €
INGRESOS TOTAL	3.576.918 €

Fuente del cuadro: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5. ACTUACIONES DE SAN SEBASTIÁN TURISMO S.A.

5.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN

5.1.1. PROMOCIÓN EXTERIOR DEL DESTINO

La **estrategia de promoción exterior** de Donostia /San Sebastián pretende **posicionar** la ciudad como un **destino de calidad** a nivel internacional y reforzar los 3 ejes principales marcados por el Plan Director de San Sebastián Turismo & Convention Bureau: la **desestacionalización** —atraer a visitantes fuera de temporada— , la **desconcentración** —repartir el flujo turístico a todos los barrios de la ciudad y al territorio— y conseguir una mayor **internacionalización**.

Dentro de este último eje, la internacionalización, se han definido como **mercados prioritarios** Francia, Alemania, UK, Países Nórdicos, Holanda, Bélgica, EEUU, Canadá, Japón y Australia.

En el ámbito del **turismo de ocio**, la promoción y comercialización de la ciudad se basa en un **posicionamiento de destino urbano Citybreak**, escapadas y estancias cortas de 2 a 4 días de duración, haciendo especial hincapié en **4 ejes: cultura, gastronomía, deporte y romántico/ premium**. Para ello, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha desarrollado una **amplia relación con empresas socias**, y entidades de la ciudad en los últimos años, confeccionando más de 25 escapadas agrupadas por temáticas, para promocionar el destino en diferentes mercados cercanos a lo largo de todo el año.

> *“La estrategia de promoción exterior de Donostia / San Sebastián pretende posicionar la ciudad como un destino de calidad a nivel internacional”*

En el ámbito del **turismo de reuniones**, se promociona la ciudad como **destino ideal para MICE** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), poniendo en valor las características y oportunidades de la ciudad para la celebración de reuniones, además de la experiencia y la profesionalidad de San Sebastián Turismo & Convention Bureau y sus más de 300 establecimientos asociados.

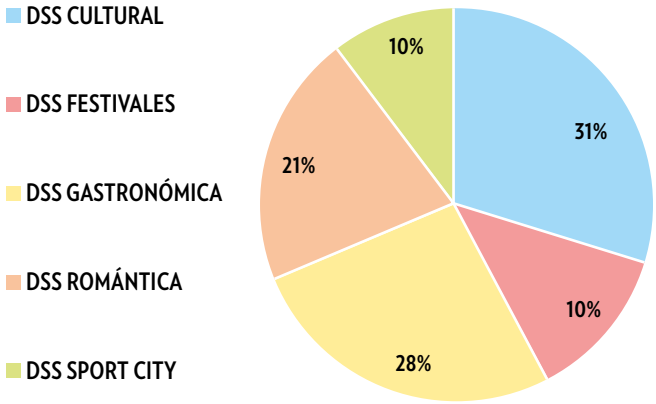
Para ello, se utilizarán una serie de herramientas de **comunicación online y offline** adaptadas a un **público objetivo segmentado** en cada acción:

5.1.1.1. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Acciones publicitarias dirigidas al turista de ocio

Las campañas publicitarias se basan en la promoción de las escapadas y se segmentan por tipología de producto, cliente y mercados a lo largo de todo el año.

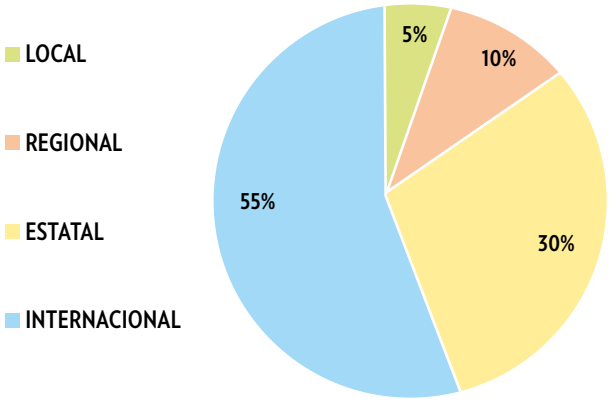
INVERSIÓN ONLINE - ESCAPADAS 2016



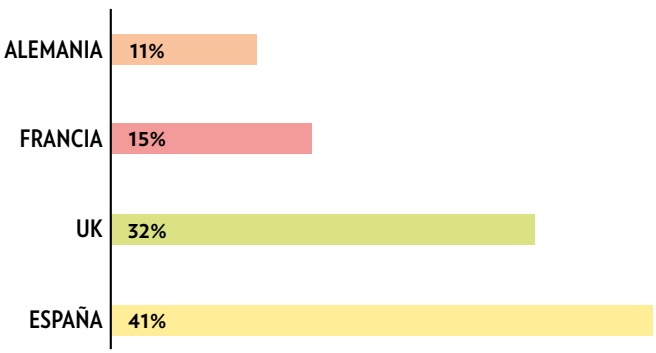
Mercados prioritarios

Los mercados prioritarios en los que se realiza una promoción más activa en medios online son; España, Francia UK, y Alemania, son los mercados cercanos más relevantes que hacen el 70% de los visitantes de la ciudad.

INVERSIÓN PUBLICITARIA ONLINE



INVERSIÓN ONLINE POR PAÍSES



En 2016, la inversión publicitaria internacional, supera a la estatal.

En el año 2016 se han realizado más de 15 campañas publicitarias, muchas de ellas internacionales, en 2, 3 o 4 de estos paises.

Para ello se han utilizado las Escapadas 2016, y especialmente en Alemania y en UK, se han realizado campañas con la imagen **SS Capital Europea de la Cultura 2016**.

Principales creatividades:

Campaña Gastronómica (enero-abril / octubre-diciembre)

Campaña sidrera (febrero-abril)

Campaña Running (septiembre, noviembre)

Campaña Zinemaldia (agosto-septiembre)

Campaña Fútbol (abril y noviembre)

Campaña San Valentín (enero-febrero)

Los principales canales que se utilizan son **Google Adwords, las Redes Sociales; Facebook, Twitter, e Instagram y Publicidad programática para UK y Alemania. (RTB)**

Se trata de atraer al potencial turista a la web de la ciudad, donde pueden encontrar un gran volumen de información práctica, planes y contactar con los socios.

Los mercados en los que se han hecho las inversiones publicitarias coinciden con los mercados son los que más **han crecido en usuarios web y en número de turistas**.

Usuarios web: **España +31%, Francia +31%, UK +27%, Alemania +85%***

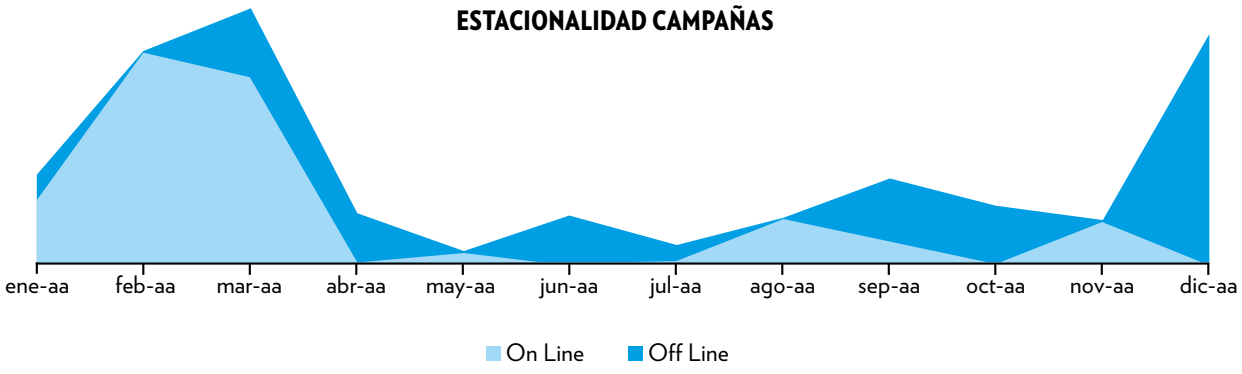
*Primer año que se ha hecho una campaña importante de publicidad sostenida en el tiempo en este mercado.

Agrupadas por tipo de escapadas, es España y Francia donde se realizan mayor número de campañas

Estacionalidad de las acciones y de las inversiones publicitarias

Por **meses**, las inversiones se realizan mayoritariamente en los meses de **enero a abril**, para incidir para incidir en el año de la capitalidad y aumenta la inversión de nuevo los meses de Noviembre y Diciembre, para reforzar los meses de invierno.

EL grado de ocupación de los fines de semana durante el año 2016, no bajó del 62%en el año 2016*.



Novedades 2016

También cabe destacar como Campañas NOVEDOSAS , La campaña gráfica con motivo de 2016 y las campañas de Navidad, destacando la ciudad como ciudad de compras y celebraciones Navideñas.

"Asomáte a la Navidad en San Sebastián" y "Escapada Noche Vieja", dos nuevas campañas en el mes de diciembre.

Capitalidad Europea de la Cultura 2016 (enero-abril / octubre-diciembre)

Acciones publicitarias dirigidas al turista de reuniones

Con el objetivo de promocionar San Sebastián como ciudad de congresos y destino ideal para los viajes de incentivo, desde San Sebastián Turismo & Convention Bureau se han insertado algunos anuncios o publireportajes en **publicaciones estratégicas y especializadas** del sector del turismo de reuniones, dirigidas a un público muy específico, tales como Eventoplus, The Meetings Space, CAT Publications etc.

eventos magazine

Sedes únicas

Nueva web, vídeo y guía de incentivos de Donostia / San Sebastián

San Sebastián, un sobresaliente según los congresistas

ADVERTORIAL

San Sebastián, Ciudad de Congresos

San Sebastián concentra en un espacio reducido todas las cualidades para celebrar un congreso inolvidable: un entorno espectacular entre playas y montañas, la comodidad de contar con todos los recursos a un paso, la singularidad de sus sedes, una gastronomía mundialmente reconocida, multitud de opciones para incentivos y la gran profesionalidad garantizada por los 28 años de experiencia de su Convention Bureau, en colaboración con más de 300 profesionales asociados.

San Sebastián en el top de los rankings como destino de ocio y negocio

A lo largo del año, más de 100 guías de viajes y medios de comunicación de todo el mundo han destacado Donostia / San Sebastián como destino imprescindible, entre otros The New York Times, la BBC, The Telegraph, The Daily Mail, The Guardian, Le Monde, Le Parisien, Le Figaro, The Evening Standard, The Independent, The Sunday Times, Fodor, Le Routard, Condé Nast Traveller etc.

Además, en 2016, San Sebastián ha alcanzado su máximo histórico en el ranking ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) de congresos internacionales, que la sitúa en el puesto 148 de su ranking mundial, al mismo nivel que ciudades como Los Ángeles, Belfast o Estrasburgo. Asimismo, San Sebastián ocupa el sexto puesto en el ranking de congresos internacionales a nivel estatal.

24

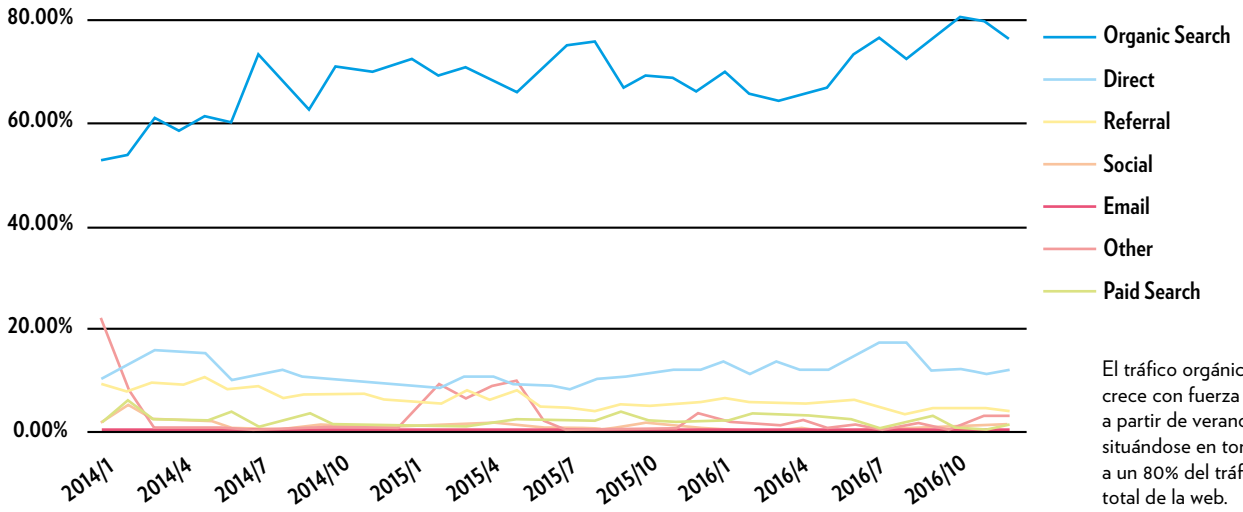
5.1.1.2. WEB Y REDES SOCIALES

La web y las redes sociales sirven de escaparate de la ciudad, sus atractivos, sus eventos... y son una forma inmediata de interacción tanto con los visitantes como con los ciudadanos. Por ello, se ha trabajado para generar constantemente contenido nuevo, atractivo y práctico, escuchar y promover la interacción con los usuarios, actualizar fotografías (incluyendo panorámicas 360°) y vídeos de calidad etc.

> *Se trabaja constantemente por generar contenidos nuevos, atractivos y prácticos, fomentando la interacción*

Web dirigida al visitante de ocio

2016 ha finalizado con 2.262.514 visitas, un 33% de incremento respecto al año anterior.
Son 6.404.591 páginas vistas por 1.689.144 usuarios.

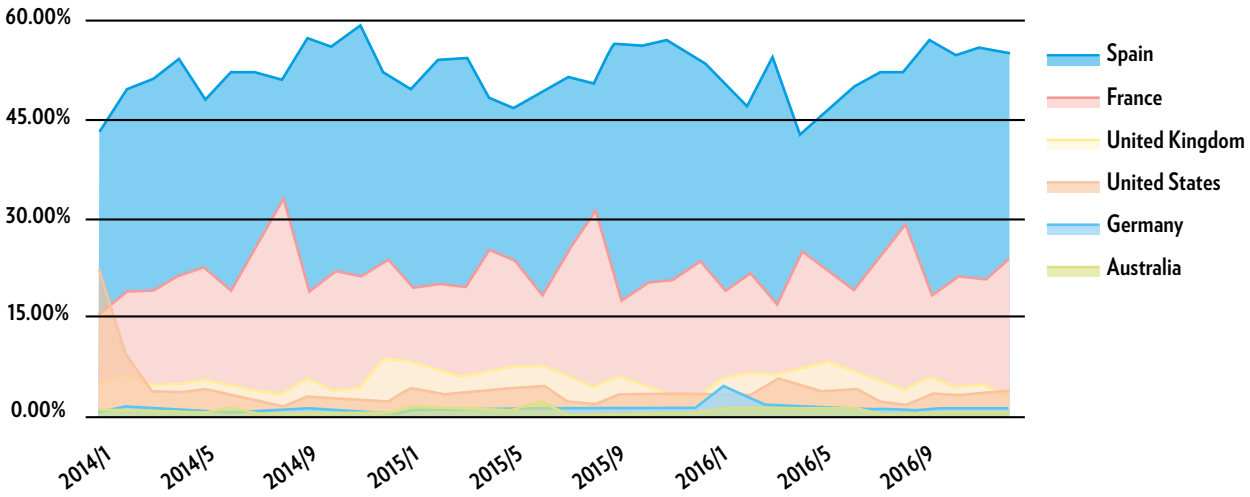


El tráfico orgánico crece con fuerza a partir de verano, situándose en torno a un 80% del tráfico total de la web.

Las **visitas internacionales alcanzan un 48%**, aunque **la cifra real es superior**, ya que existe un alto número de consultas 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. Una clara muestra es que el 42% de las consultas desde IPs de San Sebastián se hacen en inglés o francés.

DESDE DÓNDE NOS VISITAN (SIN TRÁFICO DE PAGO)

No hay cambios significativos en los últimos 3 años, el **52%** de las visitas en 2016 se hicieron desde **España**.



Países más activos en 2016:

1. Spain	**1.178.377** (52,08%)
2. France	**526.618** (23,28%)
3. United Kingdom	**152.334** (6,73%)
4. United States	**83.296** (3,68%)
5. Germany	**42.340** (1,87%)
6. Australia	**24.918** (1,10%)

Incremento de visitas por países:

- **31%** España
- **31%** Francia
- **27%** Reino Unido
- **46%** EEUU*
- **85%** Alemania*
- **23%** Australia

** EEUU y Alemania incrementa las visitas por encima de la media (33%)*

Mayor número de consultas a través de dispositivos móviles y tablets

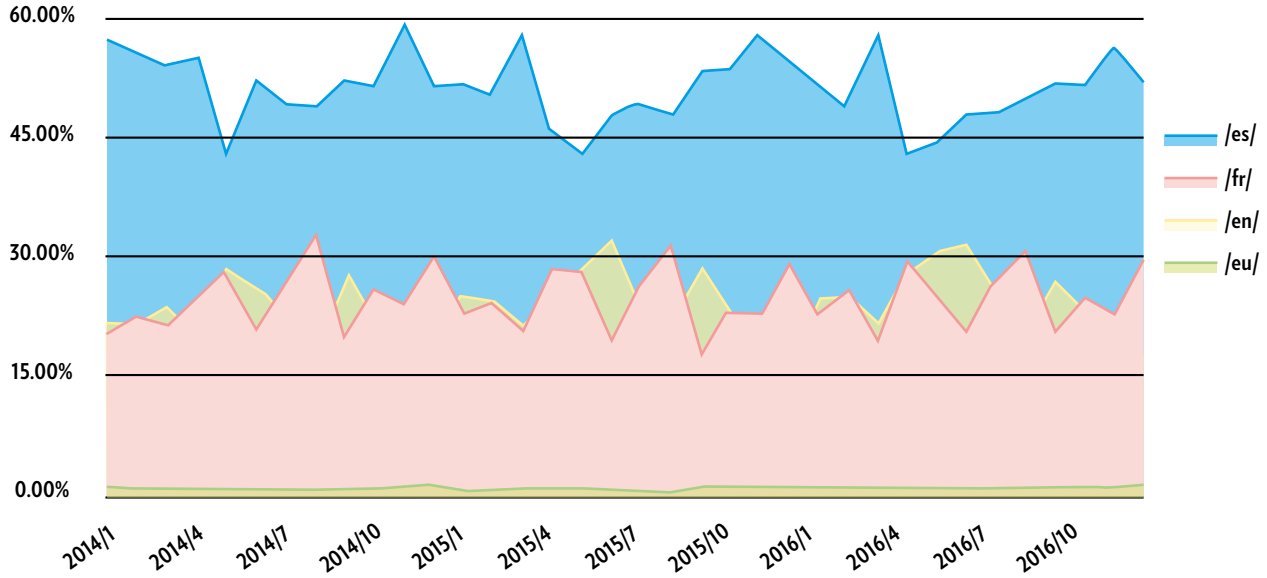
Las consultas a través de móvil y tablet (53,8%) superan a las consultas realizadas a través de un ordenador (46,2%)

Visitas por idiomas

No hay cambios sustanciales en la distribución del tráfico por idiomas:

50,28% **Español** 25,35% **Francés** 23,92% **Inglés** 0,45% **Euskera**

Evolución durante los últimos años:



103.223
VÍDEOS DE YOUTUBE REPRODUCIDOS EN LA WEB

815.222
CLICS EN ENLACES EXTERNOS A OTRAS WEBS

319.245
DOCUMENTOS DESCARGADOS

Desde la web de Turismo se deriva tráfico a Alojamientos y Restaurantes (Socios).

- 174.472 visitas a sus **webs**
- 101.837 clics de **reserva alojamientos**
- 93.874 clics de **localización-mapa**
- 6.110 contactos por **email**
- 3.918 contactos por **teléfono**

815.222 clics en enlaces externos a otras webs (incluidos los socios).

- 1. 38.854 www.dss2016.eu
- 2. 31.992 www.donostia.eus
- 3. 19.854 www.donostiakultura.eus
- 4. 10.945 www.sansebastianholidays.com
- 5. 10.569 www.monteigueldo.es

103.223 videos de youtube reproducidos en la web.

- 1. 45.038 Escapada a Donostia // San Sebastián Short Breaks
- 2. 17.028 Tamborrada: The Beat of a Basque Drum
- 3. 6.890 Donostia / San Sebastián 2016
- 4. 5.092 Donostia San Sebastián Mice City
- 5. 2.743 DSS SHORT BREAK#2

319.245 documentos descargados.

- 1. 33.091 plano-ciudad-donostia-san-sebastian.pdf
- 2. 32.364 san-sebastian-tourist-map.pdf
- 3. 20.686 agenda-cultural-san-sebastian.pdf
- 4. 14.115 guia-vacaciones-san-sebastian.pdf
- 5. 13.392 agenda_semanal.pdf

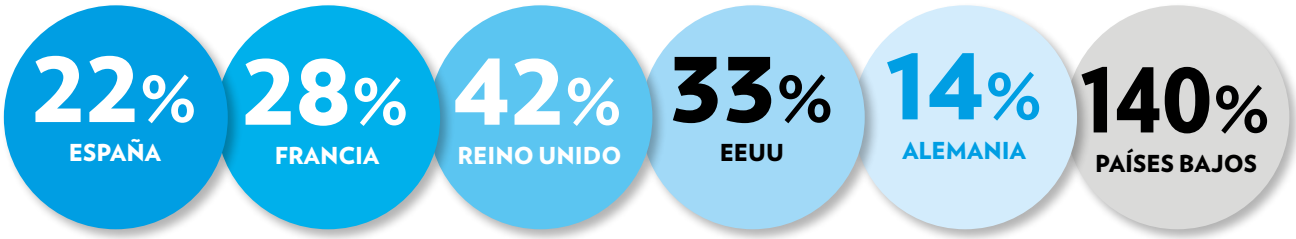
Apartado web dirigido al Turismo de Reuniones

La web de Turismo de Reuniones ha obtenido 23.785 visitas durante 2016. A pesar de que el número de visitas ha disminuido un 10% respecto al año anterior —que se ha debido a una fuerte campaña de marketing online realizada en 2015— el **tráfico orgánico sube un 23%** en 2016, con 57.945 páginas vistas por 19.514 usuarios.

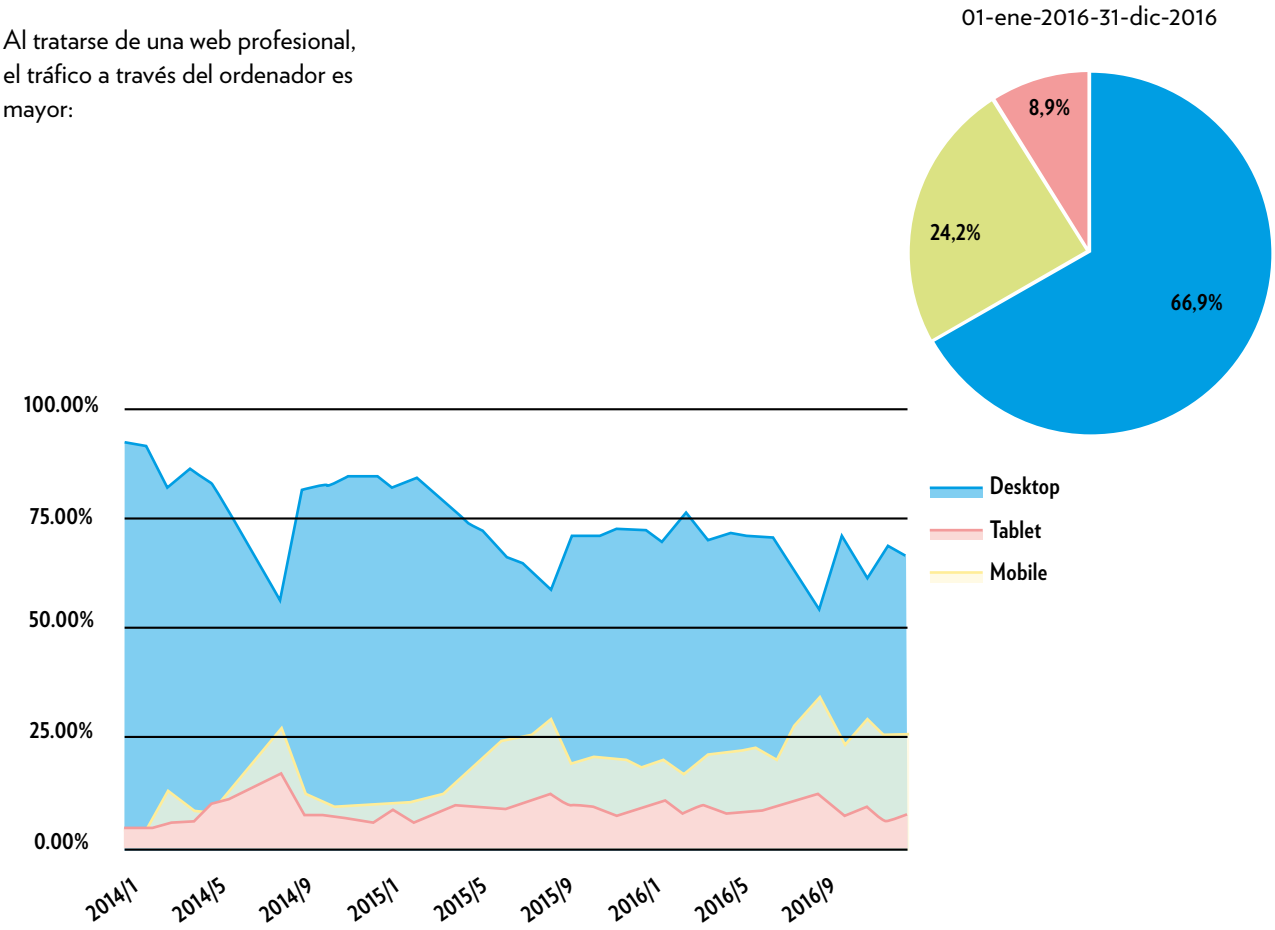
Países más activos en 2016:

1.	Spain	**16.715** (70,28%)
2.	France	**2.859** (12,02%)
3.	United Kingdom	**624** (2,62%)
4.	United States	**622** (2,62%)
5.	Germany	**373** (1,57%)
6.	Netherlands	**247** (1,04%)

INCREMENTOS DE VISITAS POR PAÍSES



Al tratarse de una web profesional, el tráfico a través del ordenador es mayor:



Desde la web de Turismo se deriva tráfico a Alojamientos y Restaurantes (Socios).

- 3.118 visitas a sus **webs**
- 1.005 clics de **localización-mapa**
- 670 contactos por **email**
- 103 contactos por **teléfono**
- 96 clics de **reserva alojamiento**s

9.074 clics en enlaces externos a otras webs, aumenta un 19% respecto 2015.

- 1. 876 www.sansebastianturismo.com
- 2. 362 www.donostia.eus
- 3. 202 www.sansebastianturismo.info
- 4. 193 www.txakolirezabal.com
- 5. 179 www.txakolitours.com

619 documentos descargados.

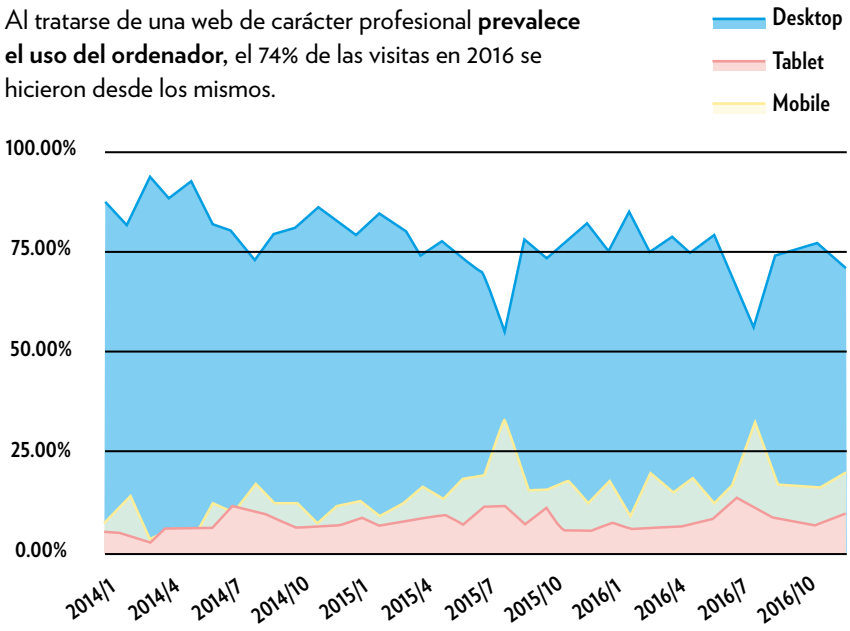
- 1. 282 manual-para-organizadores-de-congresos.pdf
- 2. 76 much_more_than_a_beautiful_city.pdf
- 3. 67 incentivos-san-sebastian.pdf
- 4. 47 bus-aeropuerto-san-sebastian-t1pdf.pdf
- 5. 40 incentivos_2011.pdf

El video principal, Donostia San Sebastián Mice City, ha sido visualizado 9.195 veces durante 2016.

Apartado web dirigido a Prensa y Agentes

También existe un site dirigido a Prensa y Agentes, con material específico para ellos, que ha obtenido 11.174 visitas durante 2016, un **3% más respecto al año anterior**, con un total de 28.655 páginas vistas por 8680 usuarios.

Al tratarse de una web de carácter profesional **prevalece el uso del ordenador**, el 74% de las visitas en 2016 se hicieron desde los mismos.



1. Spain	
01-ene-2016-31-dic-2016	**7.234** (64,74%)
% de cambios	**-5,33%**
1. France	
01-ene-2016-31-dic-2016	**758** (6,78%)
% de cambios	**18,44%**
1. United Kingdom	
01-ene-2016-31-dic-2016	**504** (4,51%)
% de cambios	**14,55%**
1. United States	
01-ene-2016-31-dic-2016	**405** (3,02%)
% de cambios	**25,78%**
1. Germany	
01-ene-2016-31-dic-2016	**348** (3,11%)
% de cambios	**42,62%**

2.611 clics en **enlaces externos** a otras webs.

- 1. **1.144** www.sansebastianturismo.com
- 2. **115** www.sansebastiancongress.com
- 3. **104** www.nytimes.com
- 4. **81** www.donostia.eus
- 5. **64** www.europeanbestdestinations.com

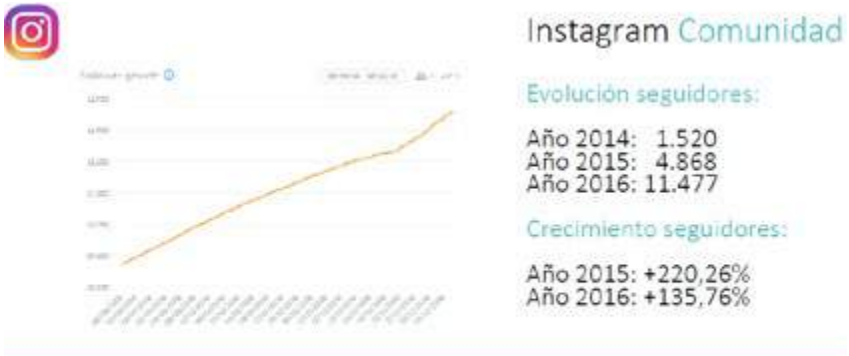
2.034 documentos descargados.

- 1. **240** guia-vacaciones-san-sebastian.pdf
- 2. **226** san-sebastian-holiday-guide.pdf
- 3. **68** dossier-de-prensa.pdf
- 4. **64** logotipo_ entidad_sansebastianturismo_manual_ estilo.pdf
- 5. **62** dossier-2015_español.pdf

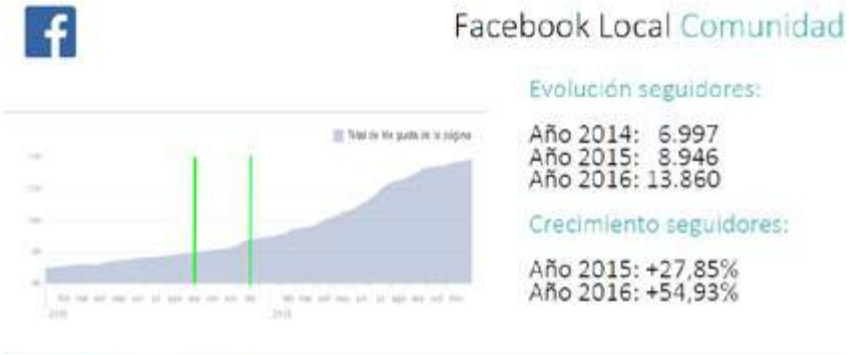
Más seguidores y mayor interacción en las redes sociales

En todas las redes sociales de San Sebastián Turismo & Convention Bureau —Instagram, Pinterest, Facebook, Flickr, Twitter, Youtube— aumentan los seguidores y la interacción.

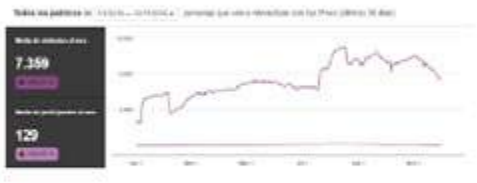
Instagram



Facebook



Pinterest



Pinterest Comunidad

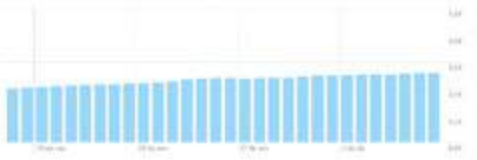
Evolución visitantes:

Año 2014: 2.107
Año 2015: 3.116
Año 2016: 7.358

Crecimiento seguidores:

Año 2015: +47,89%
Año 2016: +136,14%

Twitter



Twitter Comunidad

Evolución seguidores:

Año 2014: 4.263
Año 2015: 6.430
Año 2016: 8.483

Crecimiento seguidores:

Año 2015: +50,83%
Año 2016: +31,93%

> *En todas las redes sociales de San Sebastián Turismo & Convention Bureau aumentan los seguidores y la interacción.*

5.1.1.3. PRESS TRIPS O VIAJES DE PRENSA/ BLOGGERS

San Sebastián Turismo & Convention Bureau, trabaja en colaboración con medios de comunicación internacionales, con el objetivo de posicionar a San Sebastián como un **destino de calidad** a nivel mundial, haciendo especial hincapié en los **mercados prioritarios** (Francia, Alemania, UK, Países Nórdicos, Holanda, Bélgica, EEUU, Canadá, Japón, Australia...). En sus colaboraciones apuesta por difundir el mensaje de un turismo **sostenible**, y fomenta la **desestacionalización** y la **desconcentración**, proponiendo en los press trips o viajes de periodistas/ bloggers planes para hacer en San Sebastián fuera de la temporada estival y mostrando todos los barrios de la ciudad y excursiones en el entorno.

En 2016 se han atendido 284 periodistas

La **Capitalidad Europea de la Cultura Donostia / San Sebastián 2016** ha creado un gran interés mediático. Desde San Sebastián Turismo & Convention Bureau se han atendido **284 medios** online y offline (se ha colaborado con **137 periodistas** que han viajado a la ciudad en **viajes de prensa**, y se ha atendido a **147 periodistas online** enviando información, fotos, vídeos, contactos etc.), un 246 % más que el año anterior. Se ha colaborado con medios tan prestigiosos como *The New York Times, The Guardian, The Telegraph, CNN, BBC, Forbes, The Evening Standard, The Independent, Le Parisien, Paris Match, Le Figaro, National Geographic*, etc.

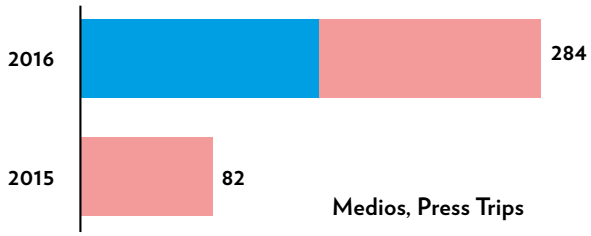
MEDIOS ATENDIDOS ON+OFFLINE 2016/2015

284 Medios

246,3% Actual vs Anterior

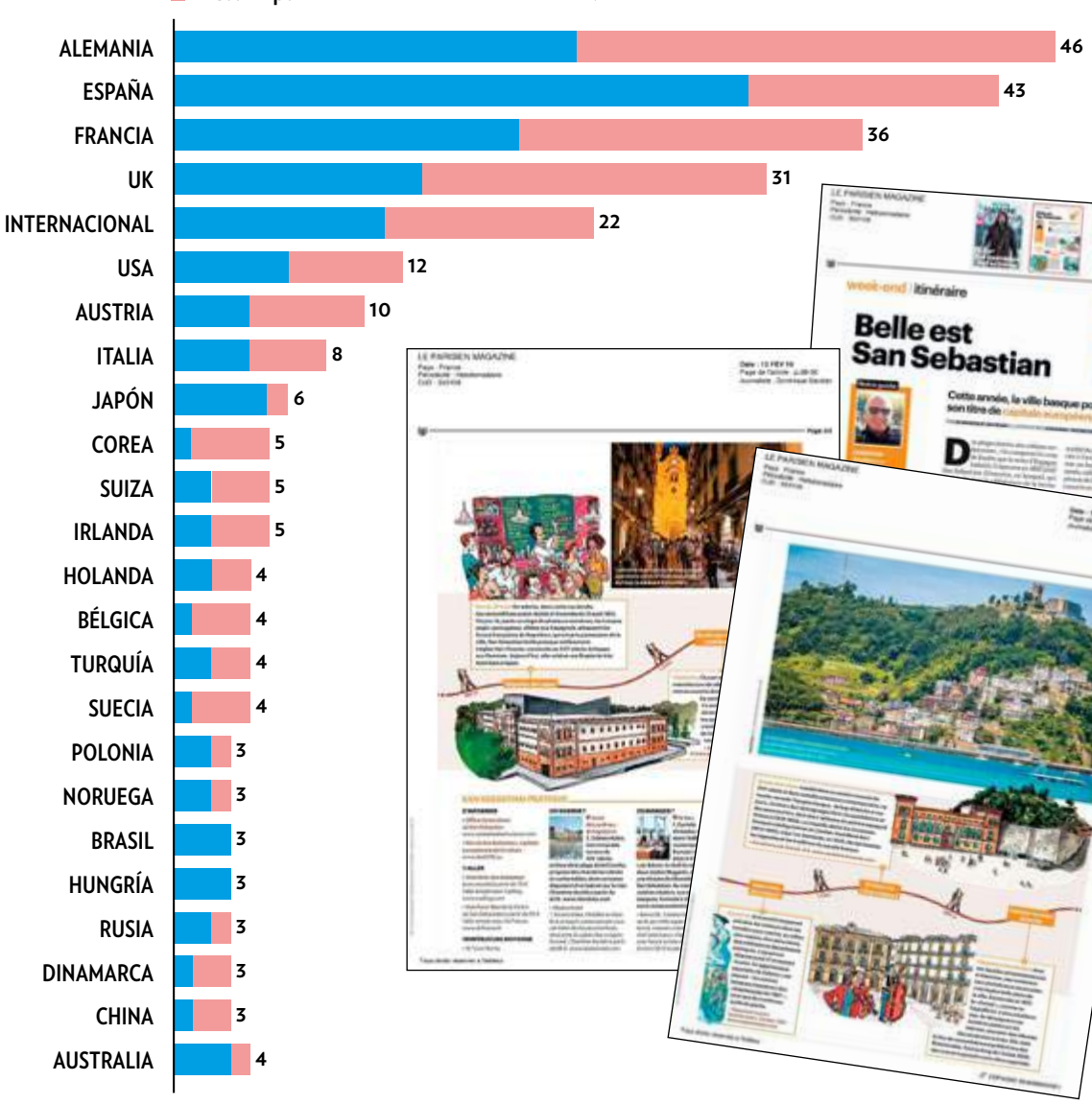
82 Medios AA

VARIACIÓN



MEDIOS ATENDIDOS ON+OFFLINE

PAÍSES



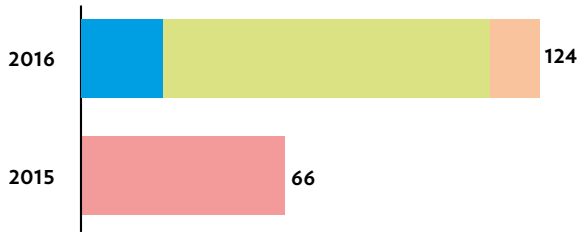
5.1.4. COMUNICACIÓN DIRIGIDA AL LOCAL

Además de la comunicación hacia la promoción exterior, también se diseñan una serie de **acciones de comunicación de cara a la información y sensibilización ciudadana**. El ciudadano está adquiriendo una rol cada vez más importante en la reflexión de la evolución del turismo de la ciudad y por ello se aumenta el número de acciones y comunicaciones a nivel local. El número total de impactos de comunicación dirigidas al local —**boletines para socios, ruedas de prensa, entrevistas y noticias**— aumentan un 125% frente al año anterior.

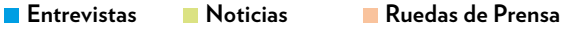
IMPACTOS 2016 / 2015

124	125,5%	55
Impactos	Actual vs Anterior	Impactos AA

VARIACIÓN



TIPOS IMPACTO



Como ejemplo, San Sebastián Turismo & Convention Bureau organizó el concurso en instagram **"#GureDonostia, El Rincón de mi barrio"**, dirigido a los ciudadanos, para que fueran **"embajadores"** de su ciudad y mostraran sus rincones favoritos. El objetivo era promover la **desconcentración**, es decir, que los visitantes no se concentren en el Centro y Parte Vieja, si no repartir los flujos turísticos por todos los barrios, dinamizando los comercios y la hostelería de toda la ciudad. Se presentaron más de 900 fotos a concurso, que son utilizadas para la promoción de la ciudad.

5.2. TURISMO MICE

San Sebastián Turismo & Convention Bureau trabaja en torno a 4 objetivos principales en el ámbito del turismo de reuniones:

Mejorar el posicionamiento de San Sebastián como destino de turismo de reuniones.

Para ello participa en ferias, workshops, redes y grupos de trabajo, crea vínculos con socios y con otros destinos, trabaja en la mejora de la presencia online, la comunicación de las acciones, los fam trips o viajes de agentes etc.

Continuar con la estrategia de desestacionalización.

En este sentido, se prioriza la captación de eventos y el apoyo económico entre octubre y mayo.

Continuar con la estrategia de internacionalización.

Para impulsar esta estrategia, se prioriza el apoyo económico a eventos internacionales, se fijan políticas para suplir carencias logísticas, se buscan aliados para acciones internacionales, se seleccionan acciones de promoción en función de mercados de interés (UK, Francia, Países Escandinavos, Irlanda, Alemania, USA, Canadá...) etc.

Fomentar la búsqueda de promotores

Se intensifican las visitas comerciales y presentaciones a nivel local y nacional para dar a conocer la labor y los servicios de San Sebastián Turismo & Convention Bureau, se acude a ferias, presentaciones y workshops de interés en función del mercado y del organizador, se apoyan activamente acciones promocionales de los establecimientos asociados etc.

5.2.1. ACCIONES A NIVEL LOCAL

5.2.1.1. CANDIDATURAS PRESENTADAS

En 2016 se han presentado 16 candidaturas, de las cuales se han ganado 6, se han descartado 4 y 6 están en fase de estudio.

Las candidaturas ganadas han sido:

- Convención Internacional de Autoescuelas - 450 delegados
- Convention Stef Transport Produits Frais et Surgelés - 100 delegados
- Congreso Nacional e Internacional de Medicina General y de Familia (SEMG) - 3000 delegados
- Asamblea General de Representantes del CEP-PIE - 80 delegados
- Convención Anual Kids &Us - 1000 delegados
- Congreso Nacional de la Sociedad Española de Cardiología Pediátrica y Cardiopatías Congénitas - 300 delegados

Además, se han realizado un total de 14 visitas a promotores locales para animarles a presentar candidaturas.

> *San Sebastián Turismo & Convention Bureau trabaja en torno a 4 objetivos principales: mejorar el posicionamiento como destino MICE, la desestacionalización, la internacionalización y la búsqueda de promotores*

5.2.1.2. PROGRAMA ENBAXADORE

El proyecto **Enbaxadore** se está reforzando, un reconocimiento que premia a diferentes profesionales que han destacado por su labor proactiva en la captación de eventos congresuales para el destino. Este año se han nombrado 5 nuevos embajadores:

Los nuevos "Enbaxadore" se unen a la lista de los 42 profesionales que conforman este prestigioso "club", creado en 2012 para distinguir a los profesionales que han organizado reuniones, eventos o congresos de más de 450 delegados (en caso de citas nacionales) y de más de 200 asistentes (en caso de foros internacionales).

NUEVOS "ENBAXADORE" 2016

Arantza Lekuona	Reunión Nacional de Ginecología Oncológica (GINEONCO). 400 pax.	DONOSTIA OSPITALEA
José Antonio Lozano	IEEE-Congress on Evolutionary Computation CEC. 425 pax.	EHU-UPV
Luis Liz-Marzán	International Conference on Self-Assembly on Confined Spaces (SACS). 200 pax.	CIC biomaGUNE
José Ramón Aranzábal	International Congress of the International Society for Medical Shockwave Treatments (ISMST) 2017. 250 pax.	HOSPITAL BIDASOA
Guille Viglione	Certamen Club de Creativos. 1500 pax.	Club de Creativos

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5.2.2. ACCIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

5.2.2.1 FERIAS Y WORKSHOPS

Se ha participado en 25 ferias y workshops nacionales e 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 San Sebastián Turismo & Convention Bureau han sido:

FEBRERO	18-20	ICCA WORKSHOP (Uppsala, Estocolmo)
MARZO	17	WORKSHOP MICE (Bruselas)
	23-24	SO EVENEMENT (Bordeaux)
ABRIL	05-09	M&I EUROPE SPRING (Dubai)
	19-21	IMEX (Frankfurt)
MAYO	24-25	VISITAS COMERCIALES MICE (Madrid)
	24-29	MEET BASQUE COUNTRY
	29-31	CONNECTIONS (Málaga)
JUNIO	28/06-02/07	M&I EUROPE SUMMER (Madrid)
SEPTIEMBRE	13	BASQUETOUR – PRESENTACIÓN MICE (Estocolmo)
	15-16	ACCIÓN PROMOCIÓN CON AGENTES DE LONDRES (Madrid)
	16-18	JORNADA INVERSA MERCADO FRANCÉS SCB (Bilbao)
	21-22	VISITAS COMERCIALES MICE (Barcelona)
	25-26	VISITAS COMERCIALES MICE (Madrid)
	29/09-01/10	THE MEETINGS SPACE (Grecia)
OCTUBRE	9-13	M&I FORUM (Tallin)
	18-20	IMEX AMERICA (Las Vegas)
	21	WORKSHOP AGENTES MICE (Amsterdam)
	27-29/10	IBERIAN MICE FORUM (Porto)
NOVIEMBRE	3	JORNADA DIRECTA MERCADO BRITÁNICO (Londres)
	8	WORKSHOP MICE – ECM (Bruselas)
	8-9	VISITAS COMERCIALES MICE (Iparralde)
	14-16	VISITAS COMERCIALES MICE (Estocolmo)
	29-1	IBTM (Barcelona)

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Además se han establecido **450 contactos internacionales** procedentes de mercados prioritarios (UK, Francia, Alemania, EEUU, Bélgica, Suecia, Noruega etc.)

5.2.2.2. FAM TRIPS, VIAJES DE INSPECCIÓN Y VISITAS DE COMERCIALIZACIÓN

En 2016 se ha colaborado en la organización de siete fam trips o viajes de familiarización para agentes, en mercados prioritarios:

	PAÍS
FEBRERO	ESPAÑA
	ESCANDINAVIA
MAYO	DIFERENTES MERCADOS DEL MUNDO
AGOSTO	JAPÓN
NOVIEMBRE	UK y 2 de Escandinavia
DICIEMBRE	UK
	CANADÁ

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Se han organizado 9 viajes de inspección:

FEBRERO	8	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA GENERAL Y DE FAMILIA (SEMG) – 17 al 21 de mayo de 2017 – 2.000 pax.
MAYO	11	VIDEO AD NEWS EVENT – 1-2 septiembre 2016
JUNIO	10	COMPONENT EVENTS
JULIO	12	KIDS & US – Candidatura convención 6 al 8 de abril de 2016
AGOSTO	5-7	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA GENERAL Y DE FAMILIA (SEMG) – 17 al 21 de mayo de 2017 – 2.000 pax.
SEPTIEMBRE		SOCIEDAD ESPAÑOLA DE DIRECTORES DE ENFERMERÍA
OCTUBRE	21	CDTI – CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL
	20	Federación Española de la Recuperación y el Reciclaje (FER)

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Asimismo, se han realizado **34 visitas comerciales** en mercados como Madrid, Barcelona, Iparralde o Estocolmo, y también se ha **respondido** a un total de **110 solicitudes** varias de distintos países: España, Francia, USA, RU, Alemania, Andorra, Austria...

5.2.2.3. ACCIONES ESPECIALES

Además de las ferias, workshops y viajes de inspección, se han llevado acabo otras acciones para promover San Sebastián como ciudad de congresos:

- Se ha puesto un stand en 13 congresos, que en su totalidad han reunido a 18.595 delegados.

- Se ha diseñado y puesto en marcha un programa que recoge bases de datos de Congresos y Candidaturas

- Se han puesto en marcha diversas acciones con socios:

  - M&I – Madrid (Compartiendo mesa con GSIncoming & InBasque)
  - Visitas comerciales a Estocolmo con Hagoos & GSIncoming
  - Colaboración en acciones promocionales de Hoteles de Gipuzkoa & hoteles de Sevilla en Madrid – "Ongi Etorri Mi Arma"
  - Asistencia con socios a workshops en Francia
  - San Sebastián Turismo & Convention Bureau pertenece al Grupo de Trabajo del Spain Convention Bureau (SCB), y ha trabajado por definir las acciones del ente.

"Además de las ferias, workshops y viajes de inspección, se han llevado acabo acciones especiales para promover San Sebastián como ciudad de congresos"

5.2.2.4. PUBLICACIONES ESPECÍFICAS

San Sebastián Turismo & Convention Bureau diseña una serie de publicaciones para promocionar el destino, facilitar la experiencia del visitante, promover la ciudad como destino para celebrar un congreso o viaje de incentivos etc.

Manual para organizadores de congresos

Guía de incentivos

Kit para la presentación de candidaturas

Desde San Sebastián Turismo & Convention Bureau se renueva contínuamente el material de presentación de candidatura con nuevas fotos, información, datos etc.

5.2.2.5. VIAJES DE INCENTIVOS

VIAJES DE INCENTIVOS 2016

MES	NÚMERO DE PERSONAS	EMPRESA ORGANIZADORA
ENERO	50	SPECIAL EVENTS
	300	AU-DELA ÉVÉNEMENT
MARZO	38	FASADA INCOMING S.L.
	2	WARQ EVENTS
	22	STOP
ABRIL	120	PALATINO TOURS
	110	INBASQUE DMC
	15	PASSAPORTA
	70	ORGANIZEO
	85	STOP
	10	INTERNATIONAL MEETINGS
	15	HURTIGRUTEN
MAYO	30	NEO TRAVEL
	120	SPAINTACULAR
	70	BY YOU BARCELONA - URBAN SHERPAS
	300	SURFAKADEMIN
	80	TAKAMAKA SPORTS NATURE-BIARRITZ
	41	INBASQUE DMC
	15	SOL I MUNTANYA
	50	UNESDI DISTRIBUCIONES
	80	PROFIL ORGANISATION
	500	ASOTEGI
	11	CWT MEETING & EVENTS
		SUD EMOTION
	40	VICTOR WITHAK
JUNIO	50	TAKE OFF REISEN
	70	IAG7 EVENTS & CONGRESSES
	100	DIAMS EVENT
	32	INBASQUE DMC
	18	INBASQUE DMC
	300	TERRES BASQUES
	60	INTERNATIONAL TRADE SHOW
	13	SEOVERIGN TOURISM
	46	AU DÉLA ÉVÉNEMENT

MES	NÚMERO DE PERSONAS	EMPRESA ORGANIZADORA
JULIO		IBEROTEAM
SEPTIEMBRE	70	E&TB GROUP
	160	ABOUT EVENTS
	170	ATLANTA CONGRESOS
	150	IL GIORNALE
	12	HUMANITAS MEETINGS INCENTIVES
	60	IMB IS SELIVERY SUD OUEST
	30	ORGANIK
	50	SPAINTACULAR
	20	AIM GROUP INTERNATIONAL-MADRID OFFICE
	20	STOP
OCTUBRE	35	THE TRAVEL CLUB
	35	3-EVENTS
		AMBIANCE INCENTIVES
	70	CITITRAVEL
	50	INBASQUE DMC
	110	LE PARADIS C'EST ICI (BORDEAUX)
	80	GS INCOMING
	50	CONNACTION
	15	ALO SPAIN DMC
	30	OCÉANS DU MONDE
	20	BMW CON LA AGENCIA FULL TEAM NETWORKS
NOVIEMBRE	20	CONVENTIA
	15	IMAGINARE
DICIEMBRE	1.200	NEOKONCEPT

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5.3. TURISMO DE OCIO

Los principales objetivos que persigue la gestión del Turismo de ocio por parte de San Sebastián Turismo & Convention Bureau son los siguientes:

1. Reforzar posicionamiento de la marca ciudad a nivel internacional.

Se define la estrategia de internacionalización por mercados prioritarios:

- Estrategia 1er mercado internacional: Francia
- Estrategia Países Europeos: UK, Alemania, Bélgica, Holanda, Países Nórdicos
- Estrategia para mercados lejanos de interés: EEUU-Canadá, Japón, Australia...

Cada mercado tiene unos objetivos específicos, y para ello se utiliza una oferta de productos y mix de medios diferentes.

2. Continuar con la estrategia de desestacionalización y desconcentración.

Se diversifica el producto en torno a 4 ejes para atraer a los visitantes a lo largo de todo el año: gastronomía, cultura y festivales, sport city y destino Premium/romántico.

Las campañas promocionales se ponen en marcha de octubre a mayo, en productos que pueden consumirse en cualquier época del año, y se promueven nuevos espacios de la ciudad y el territorio.

3. Apoyar la confección, difusión y venta de productos turísticos.

Se trabaja en la confección de producto turístico propio , se apoya la elaboración de productos de socios, empresas colaboradoras, entidades, etc.

4. Mejorar la experiencia de Acogida al visitante. On y Off Line.

Se trabaja en tres líneas principales: información offline/ publicaciones, información online/web y mejora del servicio de atención y puntos de información turística.

5. Incrementar la generación de recursos propios.

Se trabaja en la venta de alojamiento online, escapadas, publicaciones, merchandising, comercialización de espacios publicitarios, la ampliación de la oferta de productos turísticos en la oficina, el desarrollo de la tienda online para la venta de productos turísticos etc.

6. Sostenibilidad turística del destino como objetivo transversal.

Todas las acciones buscan estar alineadas con el Objetivo de Sostenibilidad Turísitica Global del destino (crecer fuera de temporada, ampliar la zona geográfica turística, dar a conocer la cultura y los valores donostiarras, la autenticidad del destino etc.)

> *Todas las acciones buscan estar alineadas con el objetivo de Sostenibilidad Turística Global del destino*

5.3.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS

Con el objetivo de brindar un servicio integral, acercar y hacer más accesible al turista las diferentes posibilidades que ofrece el destino, San Sebastián Turismo & Convention Bureau confecciona una amplia variedad de productos propios, además de apoyar y asesorar a las empresas asociadas en la creación de sus productos, da difusión de todos ellos a través de sus canales de información y los pone a la venta en sus oficinas de atención al turista. Además para ello este año se ha implantado un nuevo programa de gestión de venta, software de gestión ERP (Planificador de recursos empresariales).

5.3.1.1. SAN SEBASTIAN CITY BREAK: ESCAPADAS

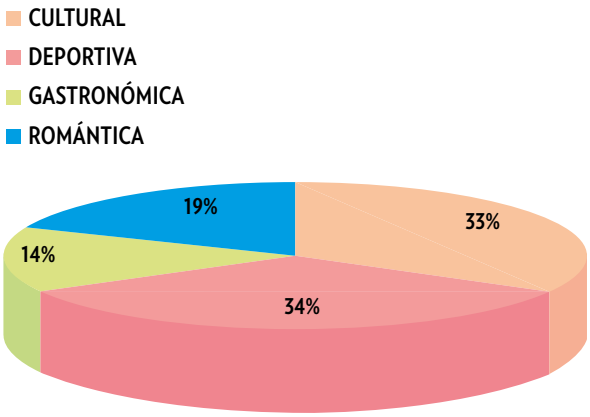
Teniendo en cuenta el auge del turismo de city break en los últimos años, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha diseñado una amplia oferta de **escapadas**. Las escapadas contribuyen al objetivo de desestacionalizar el turismo, a través de diversas propuestas para disfrutar en los 12 meses del año. Las escapadas ofrecen una experiencia completa al visitante: 2 noches de alojamiento, una actividad a elegir, la tarjeta turística SScard, un welcome pack con información turística de la ciudad etc.

Se diseñan y comercializan más de 25 Escapadas agrupadas por temáticas para reforzar la imagen y posicionamiento de Donostia / San Sebastián agrupadas en los 4 grandes ejes: Capital Gastronómica, Ciudad Cultural y de Festivales-Capital Europea de la Cultura 2016, Sport City, Destino Wellness- Romántico.

En 2016 se han vendido 385 **escapadas**, 25% más que el año anterior, y las escapadas del Zinemaldia, Jazzaldia, la Behobia San Sebastián y La Clásica se han agotado.

Las procedencias se han distribuido de la siguiente manera: 76% nacionales (madrileños, catalanes y aragoneses) y 24% internacionales (franceses y alemanes principalmente). Los franceses representan el 16% del total de los compradores de escapadas.

PORCENTAJES POR TIPO ESCAPADA 2016



5.3.1.2. VENTA DE SERVICIOS

Visitas guiadas en San Sebastián

Las visitas guiadas a pie permiten al visitante conocer de la mano de un guía profesional de manera más detallada aspectos de la historia, cultura, costumbres y tradiciones de la ciudad. San Sebastián Turismo & Convention Bureau ofrece durante todo el año 3 tipos de visitas (esencial, cultural y gastronómica).

Las visitas guiadas aumentan sus ventas con respecto al año anterior en un 20% aproximadamente. Los meses de mayor venta son julio, agosto y septiembre –meses con el mayor número de salidas programadas-. Por otro lado destacar los meses de marzo (Semana Santa) y diciembre, los cuales muestran incrementos muy significativos, 127% y 56% respectivamente.

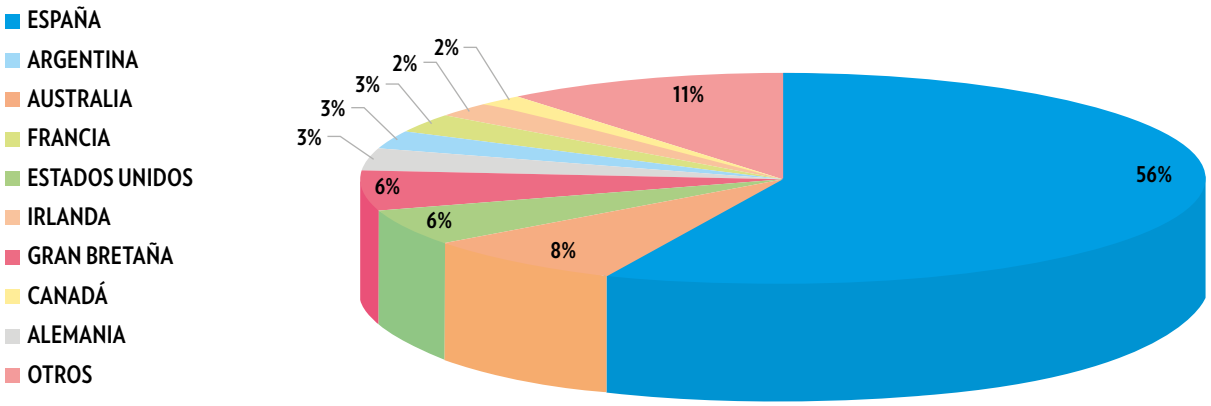
En cuanto a las procedencias de los compradores, aproximadamente el 57% son extranjeros, destacando australianos, estadounidenses y británicos. Entre el restante 43% de los estatales los más numerosos son madrileños, catalanes, valencianos y andaluces.

VISITAS GUIADAS

MES	2015	2016
Enero	↑ 122	↓ 100
Febrero	↓ 90	↑ 131
Marzo	↓ 221	↑ 503
Abril	↑ 314	↓ 278
Mayo	↓ 510	↑ 601
Junio	↓ 583	↑ 916
Julio	↓ 1.165	↑ 1.367
Agosto	↓ 1.464	↑ 1.587
Septiembre	↓ 943	↑ 974
Octubre	↓ 337	↑ 428
Noviembre	↑ 134	↓ 116
Diciembre	↓ 252	↑ 394
TOTAL	↓ 6.135	↑ 7.395

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

PROCEDENCIA COMPRADORES 2016



Productos de asociados

Continuando con la línea implantada en 2015 de asesoramiento y creación de nuevos productos con los asociados, se pone en marcha, en el mes de julio, un nuevo sistema de gestión que permite organizar de una manera más eficaz la disponibilidad de los productos y facilitar su venta en nuestras oficinas. Se pone a disposición del turista una **variada oferta de actividades** que incluyen excursiones, visitas guiadas, gastronomía, cultura vasca y actividades en barco & deportes acuáticos, ofrecidas por 13 establecimientos **asociados** a San Sebastián Turismo & Convention Bureau:

Las ventas de productos de asociados aumentan con respecto al año anterior en casi un 88% (tendiendo en cuenta el año completo). La venta de productos de asociados se inició en julio del año 2015 y el nuevo sistema de gestión se implanta en julio de 2016, por lo que si comparamos los dos años de julio a diciembre las ventas aumentan 57 %.

Los meses de mayor venta son agosto, julio y septiembre. Las mayores subidas porcentuales se experimentan en los meses de julio, noviembre y diciembre, los cuales muestran incrementos muy significativos, 93%, 157% y 71% respectivamente.

En cuanto a las procedencias de los compradores, aproximadamente el 52% provienen del estado. Los más numerosos son madrileños, catalanes, valencianos y andaluces. Los extranjeros, 48%, franceses, australianos, estadounidenses y británicos principalmente.

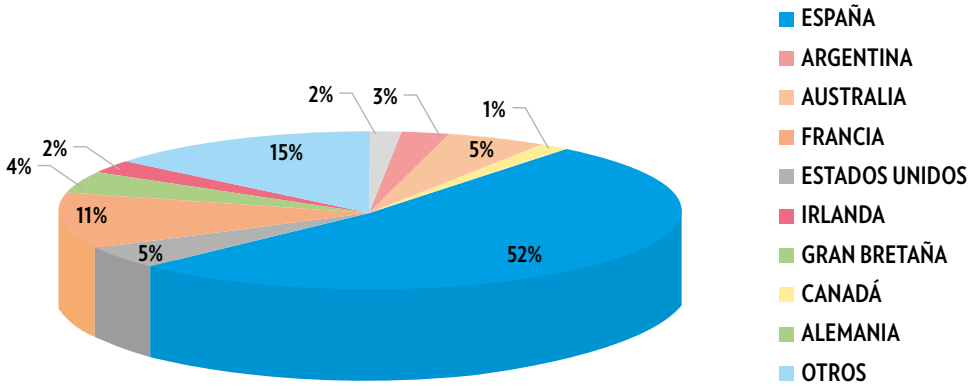
Si bien las procedencias se reparten como se ha indicado anteriormente, en realidad se distribuyen en 70% extranjeros y 30% estatales, ya que el producto más vendido es de demanda estatal y desvirtúa el resultado global.

PRODUCTOS ASOCIADOS

MES	2015*	2016
Enero		1
Febrero		0
Marzo		145
Abril		65
Mayo		64
Junio		394
Julio	↓ 499	↑ 964
Agosto	↓ 1.173	↑ 1.788
Septiembre	↓ 434	↑ 540
Octubre	↓ 100	↑ 172
Noviembre	↓ 14	↑ 36
Diciembre	↓ 14	↑ 24
TOTAL	↓ 2.234	↑ 4.193

*Se inicia la venta en julio 2015
Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

PROCEDENCIA COMPRADORES 2016



ACTIVIDADES OFERTADAS

EXCURSIONES	Camino de Santiago
	Tour Bidasoa
	Tour Costa Vasco-Francesa
	Tour Urola Costa
	Tour Goierri
GASTRONOMÍA	Tour de Pintxos
	Comida/cena en sidrería de Astigarraga + Visita al museo Sagardoetxea
	Visita quesería Adarrazpi
BASQUE STYLE	Comida o cena en sidrería de Astigarraga
	Visita quesería Adarrazpi
	Frontón Galarreta. Pelota Vasca
VISITAS GUIADAS	San Sebastián Esencial
	San Sebastián Cultural
	San Sebastián Pintxos
	San Sebastian City Tour Bus
	San Sebastian City Tour Tren Turístico
	Bike Tour
	Running Tour
EXPERIENCIAS ACUÁTICAS	Catamarán San Sebastián-Getaria con Balenciaga
	Catamarán Getaria-San Sebastián con Aquarium
	Catamarán Pasaia- Albaola
	Catamarán San Sebastián
	Motoras a la isla Santa Clara- San Sebastián
	Alquiler Stand Up Paddle- Piragua.

Fuente: San Sebastián Turismo & Covention Bureau

5.3.1.3. TARJETAS TURÍSTICAS

Dos líneas de tarjetas turísticas ofrecen al visitante la posibilidad de profundizar en el conocimiento del destino, beneficiándose de importantes descuentos y ventajas que ofrecen tanto los asociados a la entidad (museos, restaurantes, comercios, etc) como las líneas de transporte público. San Sebastián Card (3 tarjetas), para conocer Donostia/ San Sebastián, y Basquecard (3 tarjetas) para conocer Donostia/ San Sebastián, Gipuzkoa y las capitales de la Comunidad Autónoma.

Las ventas de la San Sebastián Card se incrementan con respecto al año anterior en un 10% aproximadamente. Los meses de mayor venta son julio, agosto y septiembre y febrero, marzo y octubre son los que muestran un mayor crecimiento.

SAN SEBASTIÁN CARD

MES	2015	2016
Enero	↑ 63	↓ 55
Febrero	↓ 60	↑ 118
Marzo	↓ 157	↑ 260
Abril	↑ 333	↓ 267
Mayo	↓ 471	↑ 503
Junio	↓ 465	↑ 486
Julio	↑ 1.180	↓ 1.134
Agosto	↓ 1.345	↑ 1.475
Septiembre	↓ 619	↑ 691
Octubre	↓ 301	↑ 495
Noviembre	↓ 151	↑ 152
Diciembre	↓ 145	↑ 189
TOTAL	↓ 5.290	↑ 5.825

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

BASQUE CARD

MES	2015*	2016
Enero	↓ 0	↑ 22
Febrero	↓ 0	↑ 23
Marzo	↓ 0	↑ 86
Abril	↓ 0	↑ 110
Mayo	↓ 0	↑ 213
Junio	↓ 0	↑ 212
Julio	↓ 215	↑ 202
Agosto	↑ 385	↓ 295
Septiembre	↑ 280	↓ 205
Octubre	↑ 162	↓ 160
Noviembre	↑ 48	↓ 37
Diciembre	↓ 52	↑ 54
TOTAL	↓ 1.142	↑ 1.699

*Se inicia la venta en Julio 2015
Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

En cuanto a las procedencias de los compradores, aproximadamente el 59% son extranjeros, destacando franceses, alemanes y británicos y el restante 41% estatales siendo los más numerosos los catalanes y madrileños.

La Basque Card incrementa sus ventas con respecto al año anterior en casi un 49% (teniendo en cuenta el año completo). Hay que tener en cuenta que la tarjeta se puso a la venta a partir de julio del año 2015, si comparamos los dos años de julio a diciembre decrece un 9%

En cuanto a las procedencias de los compradores, aproximadamente el 72% son extranjeros, destacando australianos, estadounidenses, alemanes y británicos y el restante 28% estatales siendo los más numerosos los catalanes y madrileños, seguidos de valencianos y andaluces.

5.3.2. ATENCIÓN AL VISITANTE

Con motivo de la Capitalidad Europea de la Cultura Donostia / San Sebastián 2016 se sumaron dos nuevos puntos de atención durante todo el año a la Oficina Central de San Sebastián Turismo & Convention Bureau: Un Punto de Información en Alderdi Eder y una Oficina Turística ubicada en la Estación de Autobuses de Donostia. Estos puntos han estado atendidos por 12 informadores. Como consecuencia de estas aperturas se incrementó el número de personas atendidas durante todos los meses del año, resultando el crecimiento anual de visitantes atendidos de un 31%.

Este refuerzo del servicio ha supuesto un aumento en la venta de publicaciones del 15,14%, distribuido de la siguiente forma:

Como novedad, podemos destacar la edición de la guía en japonés de la ciudad.

VENTA PUBLICACIONES 2016

GUÍA ONGI ETORRI CASTELLANO	36,61%
GUÍA ONGI ETORRI FRANCÉS	28,88%
GUÍA ONGI ETORRI INGLÉS	20,42%
GUÍA ONGI ETORRI ALEMÁN	8,09%
GUÍA ONGI ETORRI CATALÁN	2,45%
GUÍA ONGI ETORRI ITALIANO	2,23%
GUÍA ONGI ETORRI JAPONÉS	1,01%
GUÍA ONGI ETORRI EUSKERA	0,31%
TOTAL	100,00%

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN

TOTAL VISITANTES	2013	2014	2015	2016	
Enero	↓ 4.647	↘ 5.267	↘ 6.567	↑ 7.529	%14,65
Febrero	↓ 4.060	→ 5.503	→ 5.750	↑ 6.958	%21,61
Marzo	↘ 14.816	↓ 9.504	↓ 10.957	↑ 24.939	%127,61
Abril	↓ 13.503	↘ 22.939	↘ 18.732	↑ 28.765	%53,56
Mayo	↓ 19.464	↓ 22.528	↘ 24.258	↑ 36.004	%48,42
Junio	↓ 21.287	↘ 27.851	↘ 26.473	↑ 40.257	%52,07
Julio	↓ 61.695	↓ 62.312	↘ 64.056	↑ 71.343	%11,38
Agosto	↓ 79.938	↓ 77.009	↘ 82.268	↑ 92.420	%12,34
Septiembre	↓ 30.363	↘ 36.198	↘ 37.841	↑ 49.179	%29,96
Octubre	↓ 15.511	↓ 18.639	↘ 21.691	↑ 34.032	%56,89
Noviembre	↓ 8.183	↓ 8.517	→ 9.845	↑ 12.099	%22,89
Diciembre	↓ 7.896	↓ 9.309	→ 12.680	↑ 17.699	%39,58
TOTAL	281.363	305.576	321.118	421.224	%31,17

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau / Itourbask

5.3.3. FERIAS Y WORKSHOPS

En el año 2016, se asistió a un número total de 20 eventos: 13 Ferias, cuyos asistentes se dividen en público final y público especializado, o del sector turstico, y 7 Workshops, donde el trabajo es B2B, exclusivamente con agentes y operadores del sector.

Se ha incrementado en un 45% la asistencia a ferias / workshops respecto al 2015.

Resumen de la inversión, contactos realizados, y material repartido 2016 vs 2015

Se contactó con 593 agentes, el 80% Agentes Internacionales.

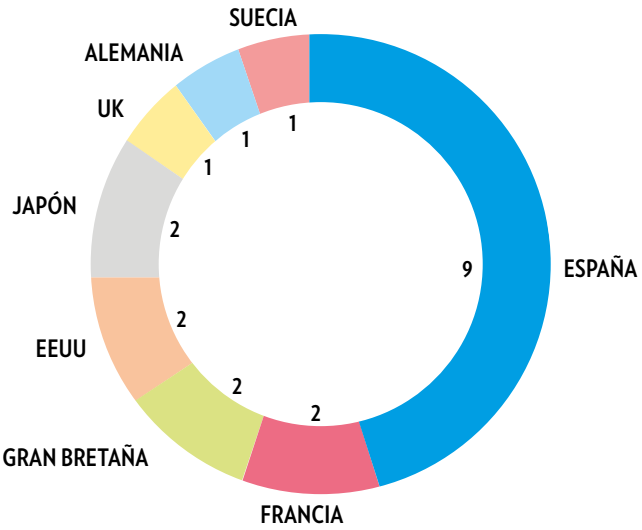
Se repartieron más de 5.100 publicaciones.

Audiencia , público final estimado de más de 24.000 personas.

Distribución/ Asistencia por mercados

Se ha asistido a eventos especializados en temáticas como Gastronomía, Cultura, y Running.

NÚMERO FERIAS / WORKSHOP



RESUMEN EVENTOS 2016

INVERSIÓN	AGENTES	PÚBLICO	PUBLICACIONES
36.124 €	593	5.160	24.400

RESUMEN EVENTOS 2015

INVERSIÓN	AGENTES	PÚBLICO	PUBLICACIONES
81.638 €	292	2.000	17.920

DETALLE DE FERIAS Y WORKSHOPS 2016

FECHA	NOMBRE	PAÍS
enero	FITUR	España
enero	VAKANTIEBEURS BASQUETOUR	Holanda
febrero	TOULOUSE	Francia
febrero	RUNNING SEVILLA	España
marzo	SEVATUR	España
marzo	ITB	Alemania
marzo	RUNNING BCN	España
marzo	SEVATUR	España
abril	RUNNINGMAD	España
abril	RUNNING BURDEOS	Francia
mayo	MEET BASQUE COUNTRY	España
mayo	DESTINOS EUSKADI MÁLAGA	España
mayo	EXPOVACACIONES	España
junio	CITY FAIR	Gran Bretaña
junio	SMITHSONIAN	EEUU
junio	BRUSELAS	Belgica
junio	ZURICH	Suiza
septiembre	JATA	Japon
noviembre	WTM	Gran Bretaña
noviembre	NAPA	EEUU
noviembre	INTUR	España
noviembre	WTM	Gran Bretaña

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5.3.4. FAM TRIPS O VIAJES DE AGENTES

Durante el 2016, se apoyó un número total de 8 viajes de agentes y /o operadores:

Además, se atendió a más de 70 agentes de turismo de ocio, con algún tipo de necesidad de información o ayuda.

31/03/2016	TERRAMAR	Fam Trip	ESPAÑA
22/01/2016	Tidesquare	Fam Trip	KOREA
19/05/2016	Linz Tourist Board	Fam Trip	AUSTRIA
22/06/2016	Schlosser Reisen	Fam Trip	ALEMANIA
08/09/2016	Biblische Reisen	Fam Trip	ALEMANIA
26/10/2016	OET tokio korean air	Fam Trip	KOREA
03/10/2016	Golf Canada	Fam Trip	CANADÁ
03/10/2016	SANSEBASTIAN FOOD	Fam Trip	UK

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5.3.5. PUBLICACIONES

San Sebastián Turismo & Convention Bureau diseña una serie de publicaciones para facilitar la experiencia del turista de ocio:

Folleto de imagen

Folleto de Escapadas o City Break

Mapa de alojamientos

Agenda de Navidad

Guía Ongi Etorri

Ticketing, venta de actividades

Mapa de la ciudad

5.4. GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

Es de capital importancia preparar el destino y los agentes turísticos implicados en el mismo en la llegada de los turistas. De cara a este objetivo, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha trabajado tanto en la mejora de la competitividad de las empresas como en la excelencia de la calidad percibida del destino.

5.4.1. ACTUACIONES CON EL SECTOR

Grupos de mejora Haciendo Equipo

El programa Haciendo Equipo pretende crear conciencia de equipo a los socios de San Sebastián Turismo & Convention Bureau y trabajar con ellos en diferentes planes de mejora para el destino.

A lo largo del año 2016 el plan de trabajo se ha centrado en promover la ciudad como destino turístico en la época navideña. Para ello, se ha trabajado en colaboración con las más de **320 empresas asociadas** y otras áreas municipales que inciden en el desarrollo de actividades durante las Navidades (Donostiako Festak, Fomento San Sebastián etc.). Entre todos se puso en marcha una inauguración llamativa y diversos actos que animaron la Navidad en la ciudad.

El objetivo es trabajar de manera conjunta y a largo plazo para crear equipo, fomentar la colaboración y las sinergias entre los socios y mejorar 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		VALORACIÓN JORNADA (1-10)
		EMPRESAS	PERSONAS	
Eureka! Zientzia Museoa	10/05/2016	43	53	8,73
Hipódromo	31/05/2016	26	29	9,12
GU	05/10/2016	28	33	8,78
Sidrería Araeta	24/11/2016	27	33	8,35
TOTAL ASISTENTES		124	148	

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Acciones de mejora de la competitividad de las empresas turísticas , conjuntamente con Basquetour

Programa de Buenas Prácticas en el Destino (SICTED)

El Proyecto SICTED es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos.

- Durante el año 2016 se ha apoyado a 45 empresas; de las cuales 43 pasaron satisfactoriamente la evaluación externa y han mantenido el Compromiso con la Calidad Turística. Se ha ofrecido un servicio de acompañamiento a las empresas, con una media de 3 visitas personalizadas por establecimiento.

- Reuniones informativas. Este año ha finalizado la fase formativa y de implantación del programa y se ha trabajado, a través de diversas reuniones, en el cumplimiento de todos los requisitos para mantener el Compromiso de Calidad Turística.

- 22 ATI´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.

- Evaluaciones externas. Desde el 2015 las evaluaciones externas se realizan alternativamente; Evaluación documental (ciclos impares) y con visita de Cliente Misterioso (ciclos pares).
  Este año se han realizado 29 evaluaciones documentales + 1 empresa con Q de Calidad (exenta de evaluación) y 13 visitas de Cliente Misterioso.

Programa de Buenas Prácticas en el uso de las TIC´s

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 un total de 15 empresas participantes**.

- **1 jornada formativa** de Redes Sociales
- **33 visitas de apoyo** para la implantación de las Buenas Prácticas recomendadas en el plan de mejora personalizado.
- Siendo **8 niveles de madurez digital**, la mayoría de las empresas ha conseguido niveles muy avanzados:

NIVEL	Nº DE EMPRESAS
1 BASICO	0
1 AVANZADO	0
2 BÁSICO	0
2 AVANZADO	3
3 BASICO	1
3 AVANZADO	3
4 BASICO	2
4 AVANZADO	6

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

El día 17 de marzo de 2016 asistimos al **Acto de reconocimiento de Programas de Innovación y Calidad** en la sede de EITB de Bilbao 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 TICs.

Otras acciones de formación

Programa Anfitriones / Cultura en Detalle

El objetivo de este programa es potenciar el servicio de atención al cliente y promover un proceso de mejora continua de los profesionales del sector turístico de todo territorio vasco.

Para ello, este año se han impartido en nuestro destino 7 cursos de formación del programa de la Secretaría de Estado de Turismo **Plan de formación Cultura del Detalle.**

CURSOS DE FORMACIÓN
Técnicas para la selección de personal con vocación de servicio
Formulas fáciles para la formación continua
Dirección y animación de reuniones
Detección, negociación y resolución de conflictos de forma positiva
Fórmulas para acoger amablemente
Comunicación eficaz con el cliente
Recomienda lugares y servicios de tu destino

Taller de Ambientación

Dentro del Plan de Navidad, se organizó un taller gratuito de Ambientación con el objetivo de facilitar unas pautas que ayudaran a ambientar los establecimientos de nuestra ciudad.

5.4.2. SERVICIO DE CALIDAD

El servicio de Información y Acogida renueva durante el año 2016 la Certificación del servicio bajo la nueva Norma UNE-ISO 14785_2015 Oficinas de Información Turística. Esta certificación es entregada por el ICTE, Instituto para la Calidad Turística Española, recibiendo así el **sello de calidad que certifica el servicio, las instalaciones, y la gestión de las empresas turísticas**.

5.4.3. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A partir del año 2016 se comienzan a trabajar junto con Dpto. de Medio Ambiente del Ayuntamiento los parámetros de la metodología Biosphere y su aplicación en nuestro destino.

5.4.4. ACCESIBILIDAD (DIVERSIDAD FUNCIONAL)

Liderado por Fundación Matía, y en colaboración con las tres capitales, Zarautz, Goierri y Rioja Alavesa, se han elaborado propuestas específicas para el segmento de personas con diversidad funcional.

La comercialización ha corrido a cargo de Tourism for all, y San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha facilitado material gráfico y ha coordinado la grabación de un vídeo promocional que recoge experiencias en función de los diferentes tipos de diversidad funcional

Asimismo, se han revisado los protocolos de atención a las personas con accesibilidad funcional reducida en las oficinas turísticas de San Sebastián Turismo & Convention Bureau, a través de vídeos que explican las buenas prácticas en la atención a este colectivo.

También se han revisando las herramientas necesarias para una atención óptima, como por ejemplo la reactivación de un bucle magnético para sordos, la actualización de la guía de la ciudad en Braille en colaboración con la ONCE, la mejora de la información de la accesibilidad en nuestra web etc.

5.4.5. ACTUACIONES DE MEJORA EN LAS INFRAESTRUCTURAS (MOVILIDAD/ ACCESIBILIDAD/ SEÑALIZACIÓN)

Con el objetivo de conseguir un destino turístico más eficaz y mejorar las deficiencias en las infraestructuras de la ciudad, se han mantenido reuniones con diferentes administraciones e instituciones implicadas en la accesibilidad del destino turístico (Renfe, Transfermuga, Departamento de Movilidad de la Diputación de Gipuzkoa y del Ayuntamiento etc.).

Comisión especial 2016 Ayuntamiento

Se crea una comisión especial entre Movilidad, Dbus, la Comisión Técnica de 2016 y San Sebastián Turismo & Convention Bureau para abordar el tema de la movilidad en la ciudad (accesos y aparcamientos). Algunas de las acciones realizadas han sido las siguientes:

- Planificación y comunicación del sistema de Parkings Disuasorios.
- Mejora de la información "Cómo llegar" en la web de SST&CB, y colaboración en la mejora de la sección "Bizi2016" de la Web del Ayuntamiento.
- Mejora de la señalización de la nueva Estación de Autobuses y aledaños.
- Puesta en valor del patrimonio de la ciudad y señalización de algunos monumentos con tótems descriptivos en cuatro idiomas (euskara, castellano, francés e inglés).
- Planos turísticos en la vía pública y los parkings subterráneos.

Otros:

Mantenimiento y mejora de la señalización turística.

Se trabaja en el mantenimiento y actualización los sistemas de señalización peatonal, en los tótems de monumentos y en el sistema de señalización en carretera de hoteles.

Donostia Lagunkoia

Por primera vez, San Sebastián Turismo ha sido invitado al proyecto "Donostia Lagunkoia", que tiene como objetivo desarrollar una ciudad más amigable con el ciudadano en general y con el ciudadano "senior" en particular.

5.4.6. ENCUESTA PARA CONOCER EL PERFIL Y EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES

Todos los años se realiza una encuesta para profundizar en el conocimiento del perfil del visitante de nuestra ciudad, la tipología de la visita y el grado de satisfacción, completando la información obtenida por otras fuentes. La información corresponde a la opinión de excursionistas y viajeros que han respondido al cuestionario en diferentes localizaciones de la ciudad, tanto en la temporada alta como en la baja.

GRADO DE SATISFACCIÓN (MEDIA 0 A 10)	2016
Acogida (en general) recibida en destino	9,16
El alojamiento en la ciudad	8,75
Los transportes públicos (taxi, bus, tren...)	8,35
La hospitalidad y el trato recibido	8,97
Los servicios de restauración (oferta gastronómica y calidad de atención)	8,82
El comercio (oferta comercial y calidad de atención)	8,37
La información turística	8,54
La señalización de la ciudad (hoteles, parking, lugares de interés)	8,20
Los accesos a la ciudad	8,12
La relación calidad/precio de la ciudad	7,52
La oferta cultural y de ocio	8,26
La seguridad en la ciudad	9,04
La conservación del entorno	8,78
Globalmente, ¿Cómo califica su visita a San Sebastián?	8,93
¿En qué medida percibe San Sebastián como un destino turístico de calidad?	8,99

¿RECOMENDARÍA SAN SEBASTIÁN A FAMILIARES Y AMIGOS, COMO LUGAR DE OCIO/VACACIONES?	2016	
	Temporada Media -Baja	Temporada Alta
SÍ con seguridad	92,7%	95,0%
Probablemente SÍ	7,3%	5,0%

6. PARTICIPACIÓN EN REDES EUROPEAS

San Sebastián Turismo & Convention Bureau participa en las siguientes redes:

- **ICCA - International Congress & Conference Associaction.** Asociación mundial donde están representados las principales empresas, instituciones y palacios de Congresos, Convenciones e Incentivos del mundo. Forman parte de la misma 850 compañías de 80 países de todo el mundo.

- **ECM – European Cities Marketing.** Red de Entidades de Turismo y Convention Bureaux de capitales europeas para compartir conocimiento, trabajar conjuntamente desde el punto de vista operacional y en la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades. Desarrolla su actividad en los campos de la información, tecnología, investigación, estadística, marketing y comunicación. Actualmente están representadas en la red 134 ciudades europeas de 32 países. San Sebastián Turismo participamos en la Red como tal y en los grupos de trabajo de City Cards, TICs y Digital Knowledge.

- **SCB - Spain Convention Bureau.** Asociación de Convention Bureaux de España que tiene como principal objetivo la realización de acciones de promoción conjunta, a nivel nacional e internacional, para las ciudades que están asociadas. San Sebastián Turismo & Convention Bureau es miembro del grupo de trabajo de la Asociación.

- **MPI – Meeting Professionals International.** Asociación de profesionales de eventos y reuniones del mundo, actualmente con más de 24.000 miembros repartidos entre 68 capítulos, de los cuales 11 están ubicados en Europa.

- **ITOURBASK – Red Vasca de Oficinas de Turismo.** Red Vasca de Oficinas de Turismo conformada por las principales Oficinas de Turismo de la Comunidad Autónoma Vasca.

- **OPC Basque Country – Asociación vasca de empresas organizadores profesionales de congresos y eventos.** Reúne a empresas especializadas en la organización de congresos y eventos, avaladas por su profesionalidad, experiencia, operatividad, emprendizaje, creatividad, innovación, sostenibilidad, eficacia... Empresas resolutivas y que además ofrecen una alta calidad en la gestión de servicios.

- **DESTINOS PAÍS VASCO** Red que tiene como objetivo principal la promoción de los destinos agrupados bajo esta marca y compuesta por San Sebastián Turismo & Convention Bureau, Bilbao Turismo, Turismo Vitoria, Bidasoa Turismo y Turismo Zarautz.

- **COLABORADORES DE EUSKALIT** Colaboradores de la Fundación Vasca para la Excelencia cuya misión es fomentar la aplicación de los elementos de la Gestión Avanzada en las organizaciones vascas y así contribuir a la competitividad y desarrollo sostenible de Euskadi. Actualmente colaboran unas 700 empresas, de las cuales 13 son del sector turístico.

- **EUSKADI GASTRONOMIKA** La excelencia de los productos y el buen hacer de nuestros cocineros son señas de identidad de Euskadi. El Club Euskadi Gastronomika, promovido por Basquetour, potencia esta forma de entender la gastronomía, a través de una red formada por restaurantes, bares, tiendas y otros establecimientos gastronómicos que cumplen una serie de criterios de exigencia y compromiso.

- **SURFING EUSKADI** El Club de producto Surfing Euskadi, promovido por Basquetour, está formado por 70 empresase instituciones implicadas en un desarrollo sostenible y organizado del turismo de surf en Euskadi. Su oferta, basada en sus inmejorables condiciones para el surf y su combinación con otros atractivos turísticos, está apoyada en la profesionalidad de las empresas que pertenecen al club.

Todos recomiendan San Sebastián

¡CIENTOS DE GUÍAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN RECOMIENDAN VISITAR SAN SEBASTIÁN!

La guías de viajes y medios de comunicación de mayor prestigio
en el mundo recomiendan visitar Donostia / San Sebastián:
The New York Times, BBC, The Telegraph, The Daily Mail,
The Guardian, Le Monde, Le Parisien, Le Figaro,
The Evening Standard, The Independent, The Sunday Times,
Fodor, Routard, Condé Nast Traveller etc.

THE NEW YORK TIMES

36 hours in San Sebastián, Spain
52 places to go in 2016
Chef's camaraderie lifts Basque Cuisine
Favorite Streets in Europe

HEALTHY AGING

Fall In Love With San Sebastian, Spain
Day 1 Of 4
Day 2 Of 4
Day 3 Of 4
Day 4 Of 4

FORBES

Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture Today, Capital Of Food Forever
Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture And Much More
Forbes - The Best Places to Visit in San Sebastián, Spain for 2016

THE TELEGRAPH

San Sebastián: A new beat in Basque Country
Is San Sebastian the world's greatest city for foodies?

EL PAÍS

Donosti, como nunca
San Sebastián, el renacer de una ciudad
Entre gildas y 'zuritos' por Donosti

ELLE

San Sebastian la cité des joies
Pintxos, cultura e surf

THE INDEPENDENT

Take a bite of the Basque Country
San Sebastian: a bay window on a Basque beauty

THE GUARDIAN

The Guardian - 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts

San Sebastian: in the limelight

FRANCE 2

Capitale de la culture 2016, Saint-Sébastien va célèbrer la paix dans l'art

DAILY MAIL

How to spend an ultimate foodie weekend in San Sebastian

LE MONDE

Saint-Sébastien, balcon sur l'Atlantique

RADIO FRANCE. RFI. CARREFOUR DE L'EUROPE

San Sébastian, capitale européenne de la Culture 2016 et des «pintxos»

MARIE CLAIRE

San Sebastián, la perle basque [PDF]

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER

48 uur in San Sebastian

THE IRISH TIMES

San Sebastian: Basque in the culture

DB MOBILE GERMAN RAILWAYS MAGAZINE

Häppchen - kultur

REVISTA GEO

San Sebastián Capital Europea de la Cultura

SATURDAY EXPRESS MAGAZINE

Golden beaches, fabulous food and colourful culture: Discover San Sebastián

INDUSTRY MAGAZINE

kingdom of culture

LE PARISIEN MAGAZINE

Le Parisien Magazine: Belle est San Sebastian

LE FIGARO

San Sebastián, un an de fête

L'OBS

Saint-Sébastien l'etoile Basque

THE SCOTTSMAN NEWSPAPER

Basque in the glory of Donostia and Bilbao

SERBIAN NATIONAL TV- RTS1

San Sebastijan, Kulturna prestonica Evrope 2016

RUSSIAN TV

Еда, я люблю тебя; Eda, ya liubliu tebya - Comida, ite quiero!

FINANTIAL TIMES

Past pain, future shock

PASAR MAGAZINE

San Sebastian & Worclaw

VOGUE

San Sebastián ciudad completa
美食の秋はグルメ旅！ スペインのサン・セバスティアンで星付きレストラン＆バル巡り。

SAVEUR

San Sébastian La perle basque

DEUTSCHE WELLE

San Sebastián: European Cultural Capital 2016

LUFTHANSA MAGAZINE

San Sebastian a city of savor

TÉLÉRAMA

Week-end en ville Capitale Mondiale « des Pintxos »

PETIT FUTÉ

San Sebastian Capitale Culturelle 2016

EL MUNDO

San Sebastián no se acaba nunca

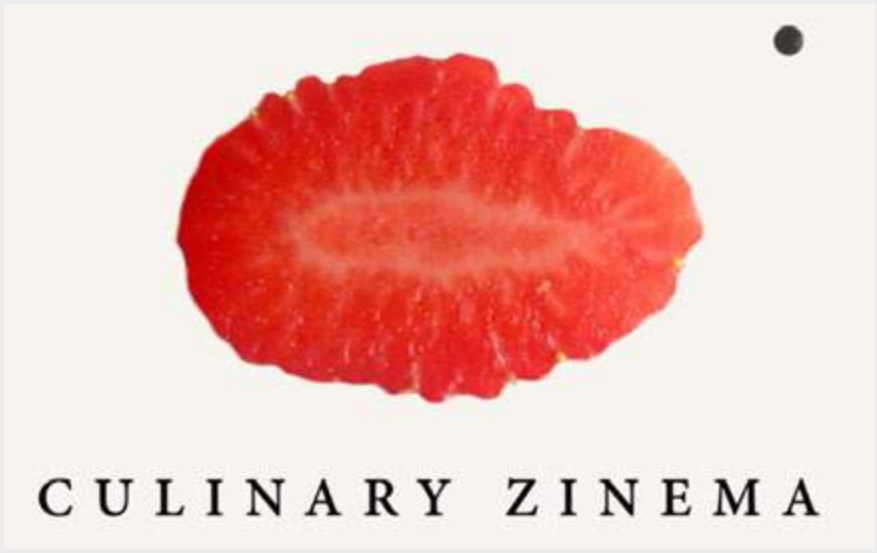
S MODA

¿A qué sabe Donostia?

MIA

Un paseo por San Sebastián Cultural

HOLA



¿Te gusta la cocina?, ¿y el cine? ¡Donosti es tu ciudad!

GOURMET TRAVELLER

Our man in San Sebastián

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

Sterne über der Bucht

KOREAN AIR MORNING CALM

Best in Basque

FLY EMIRATES

Breaki the ST

FRANKFURTER ALLELGMEINE ZEITUNG

Die wiedergewinnung der erinnerung

BERLINER ZEITUNG

Eine Stadt sucht sich selbst

IL SECOLO XIX

San Sebastián insegna la convivenza

IL MATTINO

San Sebastian cambia marcia e punta tutto sulla cultura

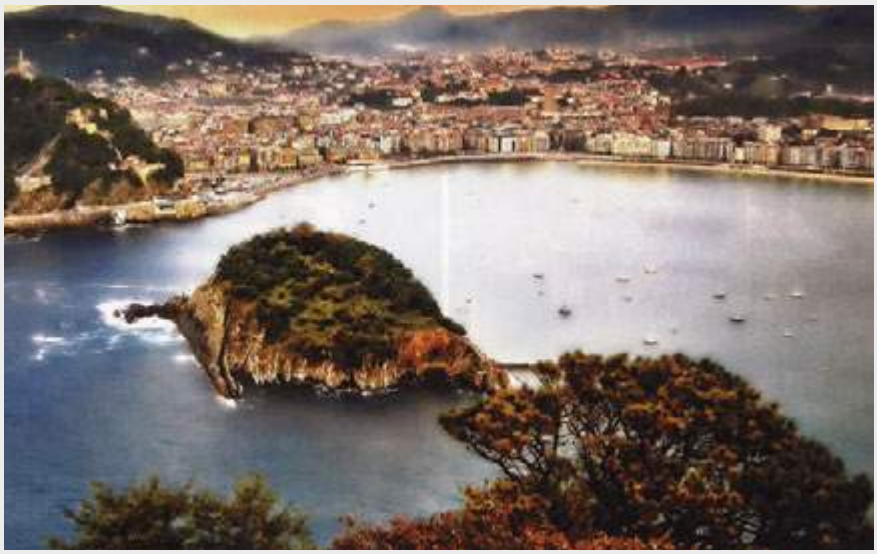
LE SOIR

Mons 2015 passe le rélais à San Sebastián 2016

GAZETA WYBORCZA

ESK z piasku i oceanu

NEWS



Die Zaubermuschel

KULTUR

Wie Kultur die Wunden des Terrors heilt

KURIER LIFESTYLE

Kulturhauptstädte mit Geschichte

WAZ KULTUR & FREIZET

Eine Stadttrommelt fürden Frieden

FRANKFURTER RUNDSCHAU

Die grosse Beschwörung

KANAL 7 TV. TURKEY

“Dunyayi Geziyorum”

DEUTSCHE WELLE TV

Cultura.21 - El magacín cultural

SCHWEIZER ILLUSTRIERTE

San Sebastián – Consejo confidencial en el Golfo de Vizcaya

GALA

San Sebastián Paradis des gourmands

LES ECHOS WEEK END

San Sebastian une ville dans le vent

VERSION FEMENINA

San Sebastián, nouvelle vague

OUT OF TWON BLOG

Welcome to San Sebastian

VAGABOND

Sommarens 25 bästa resmål i Europa

IL SOLE 24 ORE

A San Sebastián, dove la cultura è riconciliazione

THE KOREA HERALD

Europe's new culture capital: San Sebastian a feast for the eyes, palate

TAKE 5 MAGAZINE AUSTRALIA

Postcard from San Sebastiám

02-01-2016

Il Secolo XIX: San Sebastian: San Sebastián insegna la convivenza

03-01-2016

Il Mattino: San Sebastian cambia marcia e punta tutto sulla cultura

15-01-2016

Corriere della Sera Pezzo con San Sebastián F.guglielmini

18-01-2016

The New York Times: 52 Places to Go in 2016

18-01-2016

Elle: San Sebastián, Capital Europea De La Cultura 2016

18-01-2016

Fuera de serie: San Sebastián, de quitarse la boina

18-01-2016

Ocho Leguas: Los 25 destinos (de moda) en 2016

18-01-2016

Lyon Newsletter: Escapades: Trois jours à Bilbao et San Sebastian

18-01-2016

Kurier Lifestyle: Kulturhauptstädte mit Geschichte

18-01-2016

Le figaro: San Sebastián, un an de fête

18-01-2016

Pintxos con sabor Cantábrico

18-01-2016

Donosti en bici

18-01-2016

Le 16 Bellissime Città d'Europa da vedere nel 2016

18-01-2016

18 Places You Must Travel In 2016

18-01-2016

Promobile (Alemania): Donostia - San Sebastián

18-01-2016

Kurier Kultur: Die Schöne Am Golf Von Biscaya

18-01-2016

Abdendzeitung (Alemania): Stadt der Wunder und Wunden

18-01-2016

Le Parisien: Escapade à Saint-Sébastien, Capitale européenne de la culture 2016

18-01-2016

Bilbao et Donostia-San Sebastián, à l'avant-garde

18-01-2016

Nürnberger Nachrichten: Schöner als Rio

18-01-2016

WAZ Mediengruppe: Kultur & Freizeit

18-01-2016

Wochenend

19-01-2016

National Geographic Traveller: 48 uur in San Sebastian

22-01-2016

Sudouest: Une fête 100% citoyenne

24-01-2016

Sudouest-Donostia 2016: Good morning Europe!

24-01-2016

Relaxnews: Saint-Sébastien, capitale européenne de la Culture et de la paix retrouvée

25-01-2016

Telegraph: San Sebastián: A new beat in Basque country

25-01-2016

Sudouest-Donostia 2016, un réveil sans fanfare

25-01-2016

Le figaro et vous: Saint-Sébastien en fete

25-01-2016

LE SOIR: Mons 2015 passe le rélais à San Sebastián 2016

25-01-2016

Frankfurter Rundschau: Die grosse Beschwörung

26-01-2016

Where to Go and What to Do in January

26-01-2016

Un atracón de cultura

26-01-2016

Welcome to the city of pleasure: why San Sebastian is European Capital of Culture (and food)

26-01-2016

San Sebastián: European Cultural Capital 2016

26-01-2016

Wie Kultur die Wunden des Terrors heilt

26-01-2016

Kultur statt Terror

26-01-2016

Frankfurter Allelgmeine Zeitung: Die wiedergewinnung der erinnerung

27-01-2016

Gazeta Wyborcza: Esk z piasku i oceanu

28-01-2016

Berliner Zeitung: Eine Stadt sucht sich selbst

29-01-2016

Fodors: Bilbao and the Basque Country Travel Guide

29-01-2016

Elle: San Sebastian La Cité des Joies

02-02-2016

SonntagsZeitung: Kunst auf dem Baguette

02-02-2016

Kronen Zeitung : Lebenslust Kustleben

02-02-2016

NEWS: Die Zaubermuschel

05-02-2016

Lufthansa Magazine: San Sebastian a city of savor

05-02-2016

Zin Magazine: Trots & Vrij

05-02-2016

World Travel Guide: Top 10 things to see and do in San Sebastián

06-02-2016

Finantial Times: Past pain, future shock

10-02-2016

Intimità San Sebastián

12-02-2016

Le Parisien Magazine: Belle est San Sebastian

14-02-2016

Best European Destinations: Most Romantic Destinations In Europe

17-02-2016

Telerama Sortir: Week-end en ville Capitale Mondiale des « Pintxos »

17-02-2016

El Huffington Post: Estas son las 10 mejores playas de España

25-02-2016

L'obs: Saint-Sébastien L'etoile Basque

26-02-2016

Io Donna 10 Best in Travel

01-03-2016

Narru – una joya gastronómica en San Sebastián

01-03-2016

Bell'Europa: San Sebastián da Assaporare

02-03-2016

Petit Futé: San Sebastian Capitale Culturelle 2016

02-03-2016

Lonely Planet: 24 food-filled hours in San Sebastián

02-03-2016

Revista Travesias: Cocina vasca: entre pintxos y estrellas

02-03-2016

Las 20 plazas con más encanto de España

04-03-2016

S MODA: ¿A qué sabe Donostia?

04-03-2016

Travel: Basque in the glory of Donostia and Bilbao | TheScotsman Newspaper

08-03-2016

The independent: Take a bite of the Basque Country

22-03-2016

RTS 1 Svet bez vize San Sebastijan, Kulturna Prestonica Evrope 2016

22-03-2016

A Spanish Food Adventure with Chef Grant Achatz

23-03-2016

New York Times: Chefs' camaraderie lifts Basque cuisine

30-03-2016

Leger Holidays: Best European Jazz Festivals

31-03-2016

Mia: Un paseo por San Sebastián cultural

31-03-2016

Travel2next: Places to go in Spain | San Sebastian

31-03-2016

SNCF: San Sebastian avec TER Aquitaine

01-04-2016

RTS: Svet bez vize: San Sebastijan, prestonica evropske kulture 2016

08-04-2016

Fly Emirates - Breaki The St

08-04-2016

Korean Air "Morning Calm": Best in Basque

12-04-2016

Industry magazine: kingdom of culture

12-04-2016

Saturday Express Magazine: Golden beaches, fabulous food and colourful culture: Discover San Sebastián

12-04-2016

De Viajes: San Sebastián Capital Europea de la Cultura 2016

14-04-2016

VSD: Une Perle entre deux baies

15-04-2016

VSD: les maîtres des fourneaux

14-04-2016

France 2: Capitale de la culture 2016, Saint-Sébastien va célèbrer la paix dans l'art

15-04-2016

Independent: San Sebastian: a bay window on a Basque beauty

15-04-2016

Revista Geo: Capital Europea de La Cultura

20-04-2016

Gala: San Sebastián Paradis des gourmands

21-04-2016

European Best destinations: Best beaches in Europe 2016

22-04-2016

The Korea Herald: Europe's new culture capital: San Sebastian a feast for the eyes, palate

22-04-2016

DB Mobil German Railways Magazine: Häppchen - kultur

22-04-2016

Il Sole 24 Ore: A San Sebastián, dove la cultura è riconciliazione

24-04-2016

KANAL 7 TV. Turkey: "Dunyayi Geziyorum"

24-04-2016

Carrefour de L'Europe: San Sébastian, capitale européenne de la Culture 2016 et des «pintxos»

26-04-2016

Pasar Magazine: San Sebastián & Wroclaw

29-04-2016

Gourmet Traveller: Our man in San Sebastián

03-05-2016

Telva: San Sebastián

05-05-2016

Süeddeutsche Zeitung: Sterne über der Bucht

06-05-2016

Schweizer Illustrierte: San Sebastián - Consejo confidencial en el Golfo de Vizcaya

09-05-2016

The Local: Ten superb reasons why you need to visit San Sebastián

09-05-2016

Donostia en ORF (TV Nacional de Austria), en el telediario principal y en el programa 3 sat

11-05-2016

The Korea Joongang Daily: Experiencing Spain with all 5 sense

14-05-2016

Deutsche Welle TV: Cultura.21 - El magacín cultural

16-05-2016

El País: San Sebastián, el renacer de una ciudad

23-05-2016

La Stampa: 48 ore a San Sebastián, tra onde, pintxos e cultura

26-05-2016

Version Femenina: San Sebastián nouvelle vague

27-05-2016

Les Echos Week End: San Sebastián une ville dans le vent

30-05-2016

GoEuro: European Michelin Star Restaurant Tour

30-05-2016

ELLE: Pintxos, cultura e surf

31-05-2016

Forbes - The Best Places to Visit in San Sebastián, Spain for 2016

10-06-2016

Le Figaro: Avec la bénédiction de San Sebastián

13-06-2016

Out of town blog: Welcome to San Sebastian

13-06-2016

Taxi en Ruta: Donostia/ San Sebastián

16-06-2016

Grands Reportages: 5 Bonnes Raisons d`aller a San Sebastian

18-06-2016

Westfälische Nachrichten: Donostia / San Sebastian Ist Kulturhauptstadt, und das hat viele Grunde

22-06-2016

Aena Magazine: San Sebastian, European Capital of Culture in 2016

22-06-2016

Vagabond korar: Sommarens 25 bästa resmål i Europa

24-06-2016

El imperdible. San Sebastián, una ciudad de la que enamorarse

02-07-2016

Le monde: 48 heures à Saint- Sébastien

11-07-2016

Arte. Metropolis: San Sebastián

13-07-2016

Niumba - TOP 25: Las mejores playas de España 2016

13-07-2016

Out of Town Blog: The culutre of food in San Sebastián

13-07-2016

Out of Town Blog: Continuing the culutre of food in San Sebastián

16-07-2016

Zoom tendencias - San Sebastián, un destino de altura

18-07-2016

Pyrinées Pays Basque: San Sebastián

28-07-2016

Forbes: Getaria: A Fine Balenciaga Museum And Great Summer Wines In The Basque Country

29-07-2016

WAMC FM Northeast Public Radio- Listener Essay on San Sebastian by Richard Fribie

04-08-2016

Paris Match - San Sebastián Saveurs Basquaises

04-08-2016

Oú Magazine - San Sebastián:La Belle Époque réinventée

05-08-2016

ELLE: Une virée à San Sebastian

06-08-2016

Edge Media Network - The Legacy of a Genius: Cristobal Balenciaga

23-08-2016

Cara Magazine - San Sebastián among the 5 Best European Beach Cities

05-09-2016

The Evening Standard: The Basque Country's bay of plenty

05-09-2016

Conexo: San Sebastián y Palacio Kursaal nombran a sus embajadores

06-09-2016

Turismo Agroalimentación: Donostia - San Sebastián éxtasis de cultura y belleza

06-09-2016

La Misión: San Sebastián cultura para convivir

06-09-2016

Aktuell: San Sebastián, Spanien

17-09-2016

The Irish Times - San Sebastian: Basque in the culture

19-09-2016

Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture And Much More

23-09-2016

Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 1 Of 4

23-09-2016

Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture Today, Capital Of Food Forever

25-09-2016

Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 2 Of 4

27-09-2016

Mari Claire: San Sebastián, la perle Basque

27-09-2016

Corps Touristique de Austria: San Sebastián Film Festival

28-09-2016

Pays Basque: Une journée en vélo électrique à San Sebastián

28-09-2016

Surf Holidays: The 7 Best Pintxos Restaurants in San Sebastian, Spain

03-10-2016

The Guardian - 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts

03-10-2016

Michelin Voyage - Retour Reportage Saint-Sébastien : nos meilleures adresses de pintxos

11-10-2016

Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 3 Of 4

14-10-2016

Omnitravel - Travel food Friday | Pintxos smullen in Baskeldand

14-10-2016

Omnitravel - City Tour Donostia | San Sebastian rond in een kalrode bus

14-10-2016

Omnitravel - Spanje | Sla dit sowieso niet over in San Sebastian

16-10-2016

Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 4 Of 4

21-10-2016

The New York Times - 36 Hours in San Sebastián, Spain

24-10-2016

El Viajero: Entre gildas y 'zuritos' por Donosti

08-11-2016

A Luxury Travel Blog - Short stay: Bette Davis Suite, Hotel Maria Cristina, San Sebastian

08-11-2016

A Luxury Travel Blog - 5 of the best pintxos bars in San Sebastian

08-11-2016

Viajeros: San Sebastian Region

09-11-2016

Vogue Japón: 美食の秋はグルメ旅！ スペインのサン・セバスティアンで星付きレストラン&バル巡り

17-11-2016

KLM Holland Herald: San Sebastian

17-11-2016

Taste & Travel: San Sebastian

22-11-2016

Tourspain: The Yomiuri Shimbun

29-11-2016

Top 10 Road Trips To Explore The World

29-11-2016

Schaufenster: San Sebastian

29-11-2016

Schaufenster: Tamborrada San Sebastian

16-12-2016

Exotic Wine Travel: San Sebastian Pintxo Food Guide

16-12-2016

Hoogtelijn: Edurne Pasaban

21-12-2016

Wiesbadener: Endspurt der Kulturhauptstädte

23-12-2016

Ecos: La capital europea de la cultura es San Sebastián