DONOSTIA SAN SEBASTIÁN

Memoria 2018

Donostia
san sebastián
TURISMO & CONVENTION BUREAU

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 4

2. BALANCE TURÍSTICO DEL DESTINO 5

2.1. EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES 5

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

2.3. EVOLUCIÓN DE LOS EVENTOS MICE (CONGRESOS, CONVENCIONES, INCENTIVOS, EVENTOS) 8

2.4. INTERNACIONALIZACIÓN DEL DESTINO 11

2.5. SAN SEBASTIÁN, CIUDAD TRACTORA PARA EL TURISMO EN EL TERRITORIO 12

2.6. MEDIOS DE TRANSPORTE PARA LLEGAR A LA CIUDAD 12

2.7. TIPOLOGÍA Y PERFIL DEL TURISTA ACTUAL 13

2.8. SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RANKINGS INTERNACIONALES 15

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 23

5. ACTUACIONES DE SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU 24

5.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN 24

5.1.1. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS 25
5.1.2. ACCIONES DESTACADAS 32
5.1.3. WEB Y REDES SOCIALES 37
5.1.4. PRESS TRIPS O VIAJES DE PRENSA/ BLOGGERS 47
5.1.5. RUEDAS DE PRENSA Y BOLETINES 47

5.2. TURISMO MICE 49

5.2.1. ACCIONES A NIVEL LOCAL 50
5.2.2. ACCIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL 51

5.3. TURISMO DE OCIO 59

5.3.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS 59
5.3.2. ATENCIÓN AL VISITANTE 63
5.3.3. FERIAS Y WORKSHOPS 64
5.3.4. FAM TRIPS O VIAJES DE AGENTES 65
5.3.5. PUBLICACIONES 66

5.4. GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO 68

5.4.1. ACTUACIONES CON EL SECTOR 68
5.4.2. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA 70
5.4.3. ENCUESTA DE DESTINO 71

6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 72

6.1. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA 72

6.2. PREMIOS ADICIONALES DURANTE 2018 72

7. PARTICIPACIÓN EN REDES EUROPEAS 73

8. VISITAS DE DELEGACIONES 75

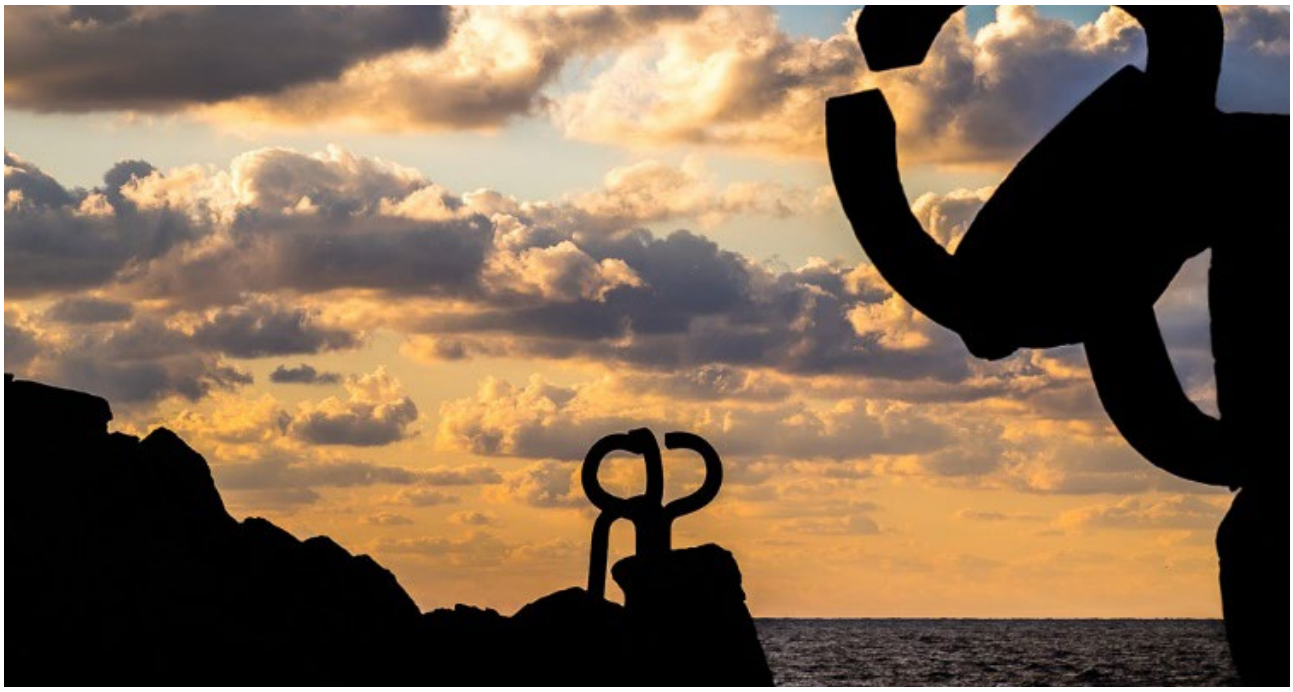
1. INTRODUCCIÓN

El turismo ha evolucionado de manera **sostenible** en Donostia / San Sebastián durante el año 2018, con el mayor crecimiento de los últimos años **fuera de temporada alta** y el mayor porcentaje de **visitantes extranjeros.** San Sebastián sigue posicionándose como fuerza tractora de Gipuzkoa, especialmente en la atracción de visitantes internacionales.

San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha seguido trabajando a lo largo del 2018 por atraer reuniones, congresos, fam trips e incentivos de carácter internacional, ha colaborado con influencers y medios de comunicación de prestigio, ha estado presente en las ferias y eventos más importantes, ha lanzado campañas promocionales dirigidas a sus mercados prioritarios... Todo ello ha contribuido a posicionar Donostia / San Sebastián como un **destino de primer nivel en el ámbito internacional**.

Los datos acompañan al esfuerzo de San Sebastián Turismo & Convention Bureau por trabajar en la dirección marcada por el **Plan Director de Donostia Visit-Bizi 2017-2021,** hacia la **desestacionalización,** la **internacionalización y la sostenibilidad** del destino, con el objetivo de consolidar la **marca turística de calidad** de San Sebastián y preservar su **autenticidad.**

> *"El turismo ha evolucionado de manera sostenible en 2018, con el mayor crecimiento de los últimos años fuera de temporada alta y el mayor porcentaje de visitantes extranjeros."*



2. BALANCE TURÍSTICO DEL DESTINO

2.1. EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES

Durante el año 2018 se ha producido un incremento sostenido tanto durante la temporada estival (9,12%) como fuera de ella (9,37%), lo que da un crecimiento acumulado durante todo el ejercicio del 9,26%.

El mes con **mayor crecimiento** es **noviembre**, con un **14,16%** (sin tener en cuenta marzo y abril, ya que la Semana Santa del 2017 fue en abril y en 2018 en marzo, desvirtuando los datos).

PERNOCTACIONES

EVOLUCION EN EL Nº DE PERNOCTACIONES	2014	INCREM. 13/14	2015	INCREM. 14/15	2016	INCREM. 15/16	2017	INCREM. 16/17	2018	INCREM. 15/16
TOTAL	1.038.463	%5	1.165.489	%12,23	1.265.546	%8,58	1.293.857	%2,24	1.413.667	%9,26

Fuente: EUSTAT

> *El turismo crece un 9,37% fuera de temporada alta*

PERNOCTACIONES

EVOLUCION EN EL Nº DE PERNOCTACIONES	2017	INCREM. 16/17	2018	INCREM. 17/18
Enero	62.669	%2,99	64.791	%3,39
Febrero	63.475	%4,87	64.704	%1,94
Marzo	78.623	-%11,00	98.937	%25,84
Abril	119.250	%28,96	116.450	-%2,35
Mayo	117.988	-%0,19	133.913	%13,50
Junio	129.309	%4,46	138.290	%6,95
Julio	150.245	%1,04	160.784	%7,01
Agosto	156.240	-%0,53	175.720	%12,47
Septiembre	131.375	%3,09	144.081	%9,67
Octubre	122.564	-%1,73	132.795	%8,35
Noviembre	84.883	%3,92	96.905	%14,16
Diciembre	77.236	-%5,51	86.297	%11,73
TOTAL	1.293.857	2,24%	1.413.667	9,26%

Fuente: EUSTAT

El **crecimiento fuera de temporada alta es cuantitativamente el mayor de los últimos años**, siendo en porcentaje también uno de los más altos junto con los de los años 2015 y 2016.

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%
	2017	987.399	2,88%
	2018	1.077.163	9,09%

Fuente: EUSTAT

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

En cuanto al grado de ocupación, a continuación, detallamos los datos mensuales y por días de la semana:

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

MUNICIPIO	MES	TOTAL			LABORABLES			FIN DE SEMANA		
		2017	2018	DIF	2017	2018	DIF	2017	2018	DIF
Donostia/ San Sebastián	Enero	48,9	49,0	0,1	45,5	44,9	-0,6	58,5	60,7	2,2
	Febrero	53,5	54,0	0,5	46,6	47,1	0,6	70,7	71,3	0,6
	Marzo	56,4	63,9	7,5	49,2	57,3	8,1	74,0	77,2	3,2
	Abril	76,9	73,5	-3,4	71,9	69,7	-2,2	88,4	84,0	-4,4
	Mayo	81,5	82,8	1,3	78,3	80,4	2,0	90,5	89,7	-0,8
	Junio	87,9	86,0	-1,9	86,6	84,2	-2,3	91,1	89,6	-1,5
	Julio	90,4	89,1	-1,3	89,2	87,8	-1,4	93,4	92,9	-0,5
	Agosto	91,4	94,5	3,1	90,6	94,2	3,5	93,7	96,4	2,7
	Septiembre	88,3	89,7	1,5	88,0	87,9	-0,1	88,9	93,9	5,0
	Octubre	81,2	80,8	-0,4	78,6	77,1	-1,5	88,5	91,5	3,0
	Noviembre	62,7	63,6	0,9	59,7	54,5	-5,2	69,6	84,3	14,7
	Diciembre	51,6	53,0	1,4	47,5	46,6	-0,9	60,1	68,5	8,4

Fuente: EUSTAT

2.3. EVOLUCIÓN DE LOS EVENTOS MICE (CONGRESOS, CONVENCIONES, INCENTIVOS, EVENTOS)

El Turismo MICE o de reuniones va **creciendo año a año** en San Sebastián y es cada vez más **internacional.** San Sebastián Turismo & Convention Bureau apuesta por atraer un turismo de reuniones, por su gran potencial de crecimiento y su contribución a la desestacionalización (la mayoría de los congresos se celebran en temporada baja) y a la internacionalización del destino.

El **63%** de los congresos que se celebraron en San Sebastián en 2018 fueron internacionales. Este tipo de eventos otorgan a San Sebastián un **posicionamiento y notoriedad** importantes en los **mercados extranjeros.**

Además, el turismo de reuniones se convierte en un gran dinamizador económico del territorio y aporta mucho valor en términos cuantitativos. Es una fuente importante de trabajo directo e indirecto, que se reparte en toda la cadena de valor: hoteles, hostelería, productores, comercio, transporte y otros servicios. La mayoría de los servicios se contratan a empresas locales.

Muchos de los Congresos se han celebrado **fuera de la temporada alta** del turismo: el **78,6%** se celebran entre **enero-mayo y septiembre-diciembre**. 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.

> *"El 63% de los congresos han sido internacionales y el 78,6% se han celebrado fuera de la temporada alta"*

TURISMO DE REUNIONES

	2017	2018
Nº eventos	111 + 30 ferias	154 + 22 ferias
Duración media	2,2 días	2
Pernoctaciones	83.684	117.319
Candidaturas presentadas	19	25

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Desglose de la actividad de 2018

Hay que señalar que 19 de los eventos celebrados en 2018 procedían de candidaturas ganadas, lo que supone 6.073 delegados y 21.490 pernoctaciones. Entre ellos, 10 han sido de carácter internacional y 9 de carácter nacional. Por tipología, 15 han sido congresos y 4 convenciones.

INFRAESTRUCTURAS (% EVENTOS & CONGRESOS ACOGIDOS)

	% EVENTOS	% CONGRESOS
Kursaal	22,73	21,51
Palacio Miramar	18,18	23,66
Hoteles	12,99	15,05
Universidad	12,34	17,20
Miramón	3,90	6,45
Olarain	1,95	2,15
Otros (Tabakalera, Aquarium, Victoria Eugenia, Tecnum Cámara...)	27,92	13,98

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

154 EVENTOS (SIN FERIAS)

	Nº EVENTOS	DELEGADOS	PERNOCTACIONES	DURACIÓN /DÍAS	ÁMBITO INTERNACIONAL
Congresos	93	19.907	43.180	2	65,60%
Convenciones	10	1.414	3.275	2,1	70%
Jornadas	23	9.691	10.081	1,1	43,50%
Back to back	1	500	500	11	100%
Otros (eventos deportivos, culturales, presentaciones...)	27	26.163	60.276	2,5	66,70%
TOTAL	154	57.675	117.312	2	63%

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

TEMÁTICA

	Nº EVENTOS	CONGRESOS	CONVENCIONES	JORNADAS	ÁMBITO INTERNACIONAL
Científico	36	33			94,4%
Económico-Comercial	22	3	7	6	54,5%
Médico-Sanitario	20	17		2	20%
Tecnológico	14	12		2	64,30%
Deportivo	11	3			54,50%
Cultural	8	5			100%
Corporativo	6	1	3		83,30%
Turismo	6	1	4		50%
Otros	25	15			
TOTALES	148	90	14	10	

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Incentivos 2018

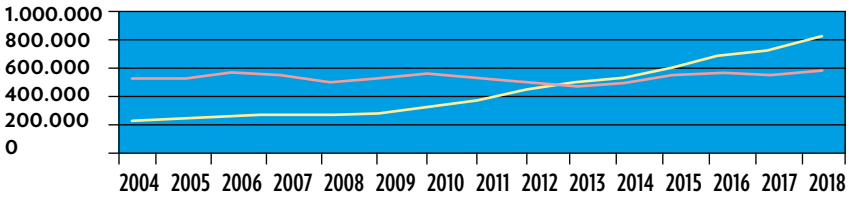
A lo largo del año 2018 se han realizado **48 viajes de incentivos** que han atraído a **más de 2000 personas** de los mercados prioritarios (Francia, Alemania, Japón, Estados Unidos, UK, Noruega, Suecia...).

2.4. INTERNACIONALIZACIÓN DEL DESTINO

La internacionalización del turismo en San Sebastián, uno de los objetivos establecidos en el Plan Director Donostia / San Sebastián VISIT-BIZI 2017-2021, 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 2018 un 57,86% el número de pernoctaciones procedentes del extranjero y un 42,14% las procedentes del Estado.

Los mercados internacionales que más visitan San Sebastián son Francia (16,64%) y Estados Unidos (15,51%). Destaca un año más el crecimiento del mercado estadounidense, dando continuidad a la tendencia ya advertida el año pasado. Le siguen Reino Unido (10,44%), Alemania (7,18%) y Australia (4,12%). Entre los cinco países suman un 53,9% del total de visitantes internacionales.

EVOLUCIÓN PERNOCTACIONES ESTATALES / EXTRANJEROS



Fuente: EUSTAT — NACIONALES — EXTRANJEROS

RANKING DE PERNOCTACIONES

ESTADO	2017	%	2018	%
Madrid	144.901	25,84%	163.599	27,46%
Cataluña	95.235	16,98%	110.621	18,57%
Euskadi	74.406	13,27%	65.075	10,92%
Andalucía	57.021	10,17%	40.196	6,75%
Comunidad Valenciana	33.543	5,98%	33.991	5,71%
TOTAL	560.702		595.678	

EXTRANJERO	2017	%	2018	%
Francia	119.341	16,28%	136.129	16,64%
EE. UU.	106.680	14,55%	126.837	15,51%
Reino Unido	79.314	10,82%	85.381	10,44%
Alemania	49.226	6,71%	58.769	7,18%
Australia	39.033	5,32%	33.666	4,12%
TOTAL	733.155		817.989	

Fuente: EUSTAT

> *El 57,8% de las pernoctaciones son internacionales*

RELACIÓN PERNOCTACIONES ESTATALES / EXTRANJEROS

TOTAL C.A. DE EUSK.	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%
Nacionales	504.730	48,60%	557.060	47,80%	573.337	45,30%	560.702	43,34%	595.678	42,14%
Extranjeros	533.733	51,40%	608.429	52,20%	692.209	54,70%	733.155	56,66%	817.989	57,86%
TOTAL	1.038.463		1.165.489		1.265.546		1.293.857		1.413.667	

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 59,15% del total de los turistas de Gipuzkoa visitan San Sebastián y un 40,85% el resto del territorio. En cuanto al turismo internacional, el 73% de los turistas extranjeros que acuden a Gipuzkoa visitan San Sebastián, frente a un 27% que visita el resto de Gipuzkoa. El turismo internacional aumenta notablemente tanto en San Sebastián como en Gipuzkoa en más de un 11% respecto al año anterior.

PERNOCTACIONES

		2017	2018	INCR.%
PERNOCTACIONES DONOSTIA/ SAN SEBASTIÁN	Estado	560.725	595.678	6,23%
	Extranjero	733.132	817.989	11,57%
	TOTAL	1.293.857	1.413.667	9,26%
PERNOCTACIONES RESTO DE GIPUZKOA	Estado	624.450	679.683	8,85%
	Extranjero	264.249	297.025	12,40%
	TOTAL	888.699	976.708	9,90%

Fuente: EUSTAT

EL INCREMENTO DE LAS PERNOCTACIONES EN LA CAPITAL PERMITE QUE TODO EL TERRITORIO SE MANTENGA EN CIFRAS POSITIVAS

EL 73% DE LAS PERNOCTACIONES DE TURISTAS EXTRANJEROS SON EN SAN SEBASTIÁN

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, y cabe destacar el alto número de los visitantes que llegan a pie, que está relacionado con el Camino de Santiago.

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO 2018

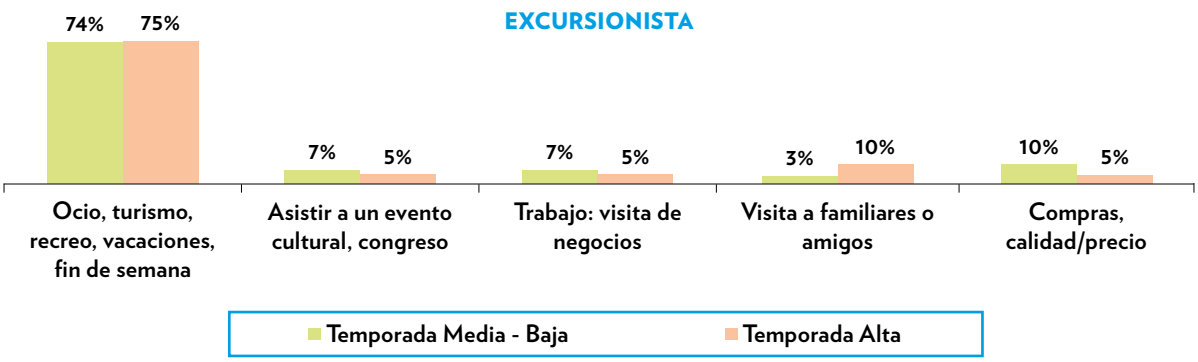
TOTAL VISITANTES		%
Coche	60.408	52
Bus	29.504	25
Tren	8.015	7
Avión Biarritz	664	1
Avión Bilbao	5.789	5
Avión San Sebastián	2.299	2
Autocaravana	3.016	3
A pie	4.964	4
Bicicleta	346	0
Otros	1.606	1
TOTAL	116.611	

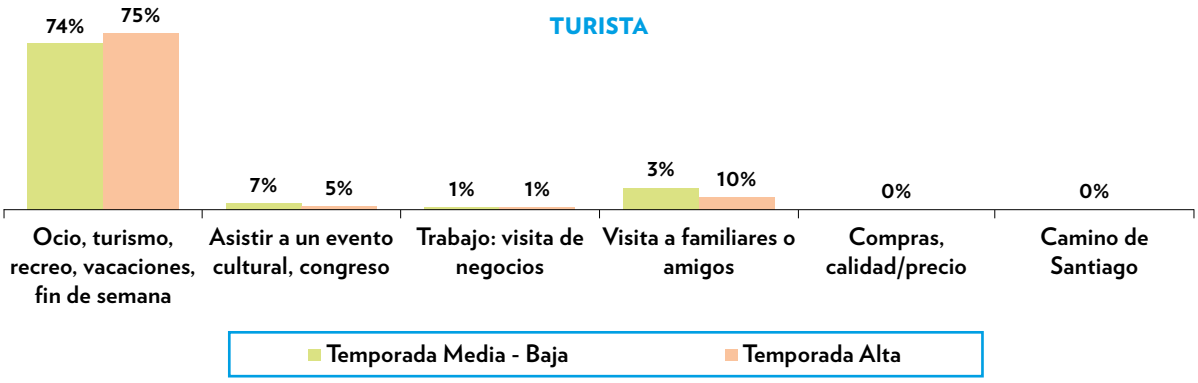
Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

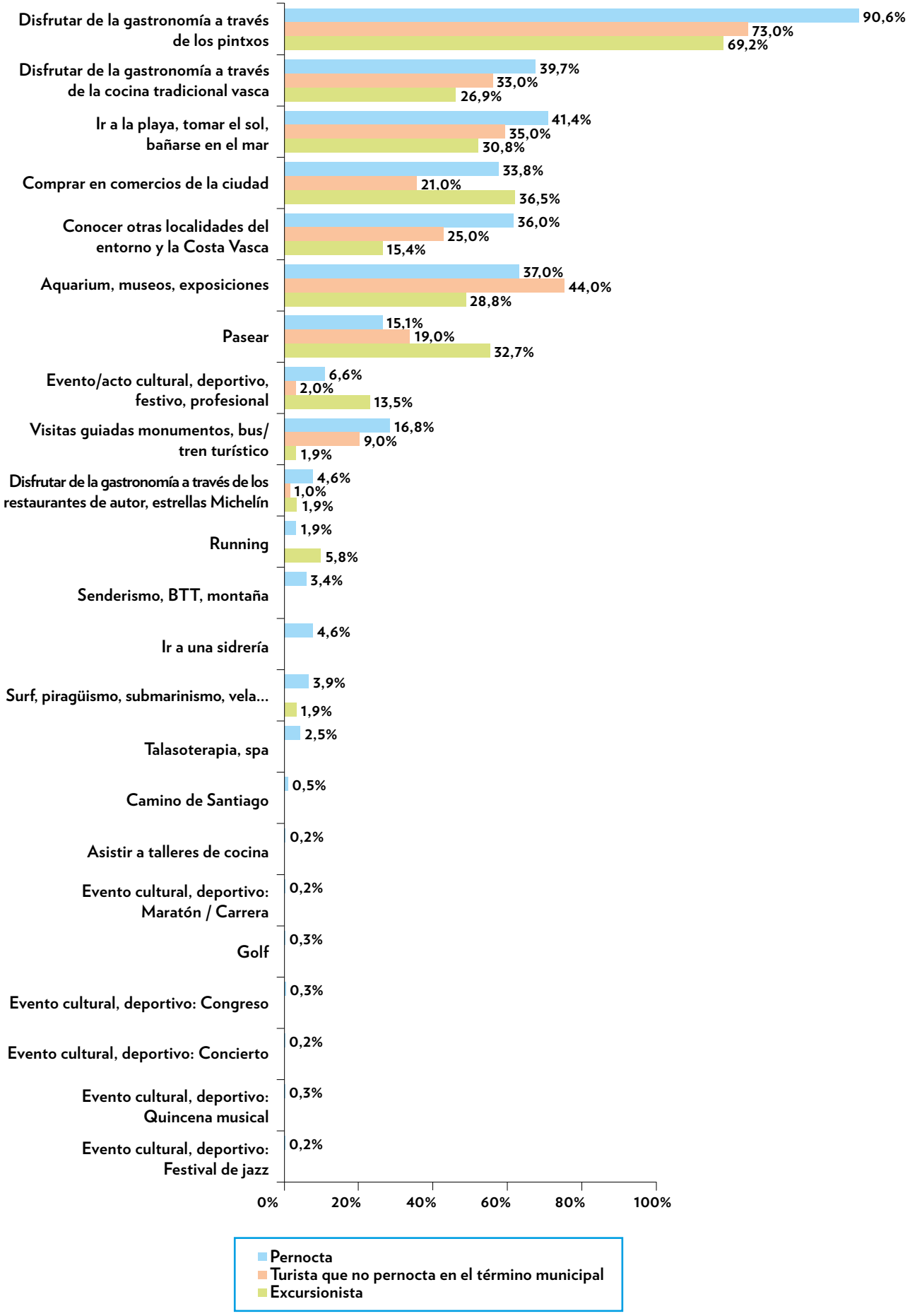
2.7. TIPOLOGÍA Y PERFIL DEL TURISTA ACTUAL

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

MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA






Disfrutar de la gastronomía a través de los pintxos
90,6%
73,0%
69,2%
Disfrutar de la gastronomía a través de la cocina tradicional vasca
39,7%
33,0%
26,9%
Ir a la playa, tomar el sol, bañarse en el mar
41,4%
35,0%
30,8%
Comprar en comercios de la ciudad
33,8%
21,0%
36,5%
Conocer otras localidades del entorno y la Costa Vasca
36,0%
25,0%
15,4%
Aquarium, museos, exposiciones
37,0%
44,0%
28,8%
Pasear
15,1%
19,0%
32,7%
Evento/acto cultural, deportivo, festivo, profesional
6,6%
2,0%
13,5%
Visitas guiadas monumentos, bus/ tren turístico
16,8%
9,0%
1,9%
Disfrutar de la gastronomía a través de los restaurantes de autor, estrellas Michelín
4,6%
1,0%
1,9%
Running
1,9%
5,8%
Senderismo, BTT, montaña
3,4%
Ir a una sidrería
4,6%
Surf, piragüismo, submarinismo, vela...
3,9%
1,9%
Talasoterapia, spa
2,5%
Camino de Santiago
0,5%
Asistir a talleres de cocina
0,2%
Evento cultural, deportivo: Maratón / Carrera
0,2%
Golf
0,3%
Evento cultural, deportivo: Congreso
0,3%
Evento cultural, deportivo: Concierto
0,2%
Evento cultural, deportivo: Quincena musical
0,3%
Evento cultural, deportivo: Festival de jazz
0,2%
0%
20%
40%
60%
80%
100%
Pernocta
Turista que no pernocta en el término municipal
Excursionista

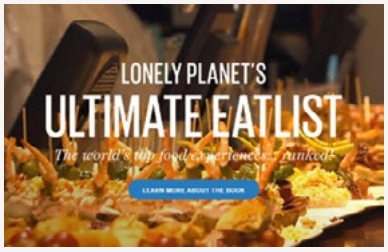
2.8. SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RANKINGS INTERNACIONALES

Fruto de los viajes de prensa y la colaboración con los medios, se han publicado a lo largo del año 91 artículos sobre Donostia / San Sebastián en los medios internacionales más prestigiosos. Algunos de los medios destacados que han publicado sobre la ciudad son: **The New York Times, BBC, CNN, The Telegraph, Conde Nast Traveller, National Geographic, Forbes, Harper's Bazaar, The Food Journal, The Guardian, Lonely planet, Forbes, Les Echos, Le Monde, Le Figaro...**

SAN SEBASTIÁN EN LOS MEDIOS INTERNACIONALES MÁS PRESTIGIOSOS

The Food Journal

- Akelarre



Lonely Planet

- Ultimate Eatlist - The world's Top 10 foodie experiences

Harpers Bazaar

- La ruta definitiva por los mejores pintxos de San Sebastián

Conde Nast Traveller

- Guía de uso y disfrute de la playa de la Concha
- Los mejores restaurantes de Gipuzkoa
- Diez templos del pintxo en el País Vasco
- Por qué una escapada a San Sebastián es lo que necesitas para ser feliz
- Destinos impresionantes para enamorarte en España
- La marea viva - San Sebastián (Marta Etura)

National Geographic

- San Sebastián, La Dama del Cantábrico
- On the Hunt with the Basque Whalers
- Hotel María Cristina
- 11 ciudades perfectas para hacer surf
- Donostia. Ruta por la fabulosa costa Gipuzkoana
- San Sebastián: El placer del pintxo
- 48 uur in San Sebastian
- De verleidelijke charme van San Sebastian

The New York Times

- Five Places to Shop in San Sebastián
- In Spanish Basque Country, Sampling Cider and an Ancient Ritual
- 36 hours in San Sebastián, Spain
- 52 places to go in 2016
- Chef's camaraderie lifts Basque Cuisine
- Favorite Streets in Europe

BBC

- The island that switches countries every six months
- The mysterious origins of Europe's oldest language
- Inside secret food societies

Les Echos

- Le Goût de San Sebastian
- San Sebastian une ville dans le vent

The Guardian

- European film festivals: six of the best
- The world's best cultural attractions 2018 - San Sebastian for food destination of the year
- Elena Arzak's guide to San Sebastián, Spain: 10 top tips
- Northern Spain road trip: pull over for pintxos
- 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts
- San Sebastian: in the limelight

Ver los artículos más destacados sobre San Sebastián en los medios más prestigiosos:

https://www.sansebastianturismo.info/es/estamos-en/prensa-especializada-todos-recomiendan-san-sebastian

Ver todos los artículos publicados sobre San Sebastián por orden cronológico:

https://www.sansebastianturismo.info/es/estamos-en/medios-de-comunicacion

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

Además, San Sebastián ha sido destacada en numerosas guías de viaje y ha aparecido en el top de diversos rankings de viajeros como **Lonely Planet, National Geographic, Time, European Best Destination, Homeaway, Tripexpert, etc.**

Ver todos los rankings en los que destaca San Sebastián:

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

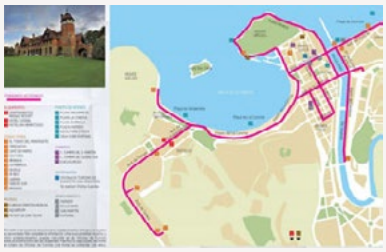
Lonely Planet

Ir de pintxos en Donostia /San Sebastián la mejor experiencia gastronómica del mundo según Lonely Planet

HOMEAWAY

Donostia, "Mejor Destino Family Friendly Urbano" 2018

THYSSENKRUP



Donostia / San Sebastián es el Destino Accesible 2018 de Euskadi

TIME

Las 15 mejores ciudades de Europa

TRIPEXPERT

San Sebastián Mejor Ciudad Europea 2018

NATIONAL GEOGRAPHIC

11 ciudades perfectas para hacer surf

EUROPEAN BEST DESTINATION

San Sebastián la tercera mejor ciudad de Europa para visitar en primavera

TRIPS TO DISCOVER

San Sebastián uno de los 8 destinos europeos donde probar la mejor gastronomía de otoño

CONDÉ NAST TRAVELER

San Sebastián uno de los destinos más impresionantes para enamorarte de España

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
- D. Manuel Harina
- D. Josu Mirena Ruiz
- Dª Miren Albistur
- D. Loïc Alejandro
- D. Fran González
- D. Mikel Ubarretxena
- D. Odón Elorza
- D. Andoni Zubillaga

3.2. CONSEJO CONSULTIVO

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

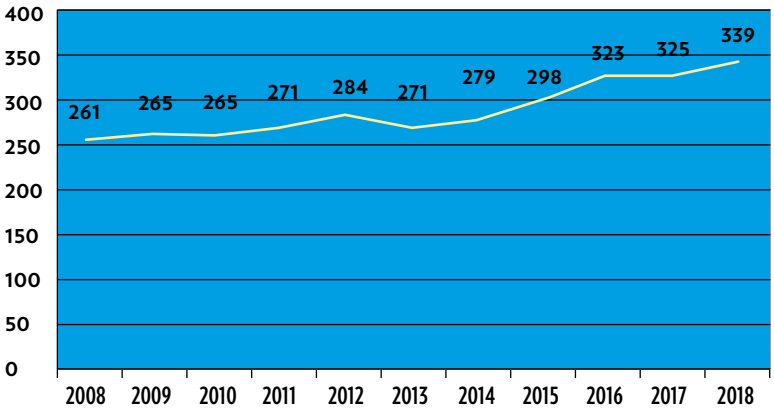
SECTORES REPRESENTADOS Y MIEMBROS:

- D. Iker Goikoetxea
  Infraestructuras
- Dª Laura Larrión
  AA. VV y de Receptivo
- D. Eugenio Tamayo
  Comercios
- Dª Hutsune Mendiburu
  Organización de Eventos, Reuniones e Incentivos
- D. Odón Elorza
  Recursos Museísticos, Culturales y de Ocio
- D. Fran González
  Alojamientos
- D. Óscar Iparraguirre
  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 amplía el número de establecimientos asociados a San Sebastián Turismo & Convention Bureau, que ya cuenta con 339 socios.

EMPRESAS ASOCIADAS A SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU 2008-2018



SECTORES

Las empresas asociadas se dividen en 10 sectores:

Hostelería	22%
Alojamiento	22%
Comercio	23%
Servicios turísticos	8%
Recursos museísticos, culturales y de ocio	9%
Servicios complementarios y de comunicación	6%
Agencias de Viajes y de Receptivo	3%
Infraestructuras	3%
Transporte	2%
Organizadores de eventos, reuniones e incentivos	2%

RECURSOS MUSEÍSTICOS, CULTURALES Y DE OCIO

- ALBAOLA
- AQUARIUM DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- BOAT TRIPS SAN SEBASTIAN
- BODEGA KATXIÑA
- CATAMARÁN CIUDAD SAN SEBASTIÁN
- CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- FNAC DONOSTIA
- FRONTON GALARRETA
- HEGALAK
- HIPODROMOA
- HIRUZTA BODEGA
- INTERMEZZO GESTMUSIC
- IZURUN ESCAPE ROOM SAN SEBASTIAN
- JAI ALAI EVENTS
- JAI ALIVE
- KARTING OLABERRIA
- KUTXA EKOGUNEA
- LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- LUCKIA CASINO KURSAAL
- MONTE IGUELDO
- MOTORASDELAISLA.COM
- MUSEO SAN TELMO
- ORFEÓN DONOSTIARRA
- ORIBAY TOURS
- PUKAS SURF ESKOLA
- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- SOTTO VOCE
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

HOSTELERÍA

- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO BAR
- ASOC.EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- AZERI JANA CATERING
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR ZUMELTZEGI
- BOKADO EVENTOS
- CAFE KURSAAL
- CAFETERIA AVENIDA XXI
- CAFETERIA IOMBI
- CASA GANDARIAS
- DAKARA BI
- DIONI´S BAR
- DISCOTECA BATAPLAN
- DISCOTECA GU
- DIVINUS CATERING
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- LA PEPA TABERNA FRUTAL
- LA VIÑA BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARAETA SAGARDOTEGIA
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE ASADOR MESÓN PORTALETAS
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE BOKADO MIKEL SANTAMARIA
- RESTAURANTE CASA GANDARIAS
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE FOODOO
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE LA BOULE (CASINO KURSAAL)
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE LA PIAZZETTA DEGROS
- RESTAURANTE MARINA BERRI
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE MUGARITZ
- RESTAURANTE NARRU
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE RAVIOLINA
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TEDONE
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE XIBARIS
- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- SAGARDOAREN LURRALDEA
- SAN FRANCISCO 33
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA INTXAURRONDO
- SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA PETRITEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- SM CAFE BAR
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- VICTORIA CAFÉ

ALOJAMIENTO

- A ROOM IN THE CITY
- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- ARIMA HOTEL
- ATOTXA ROOMS
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN
- CASA RURAL KAXKARRE
- COMPLEJO AMETZAGAÑA
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- DUPLEX PLAYA DE ONDARRETA
- EMYRENT
- FEEL FREE
- FOREVER RENTALS
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL ARRIZUL URUMEA
- HOTEL ASTORIA 7
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL CODINA
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL MARIA CRISTINA
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL NH COLLECTION SAN SEBASTIAN ARANZAZU
- HOTEL NH SAN SEBASTIAN DONOSTI
- HOTEL NIZA
- HOTEL OKAKO
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL PARMA
- HOTEL RECORD
- HOTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL TRYP ORLY

- HOTEL VILLA SORO
- HOTEL WELCOME GROS
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- HOTELES DE GIPUZKOA
- KOBA ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTEL
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALEMANA
- PENSION ALTAIR
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION BALERDI
- PENSION BIKAIN
- PENSION DONOSTIARRA
- PENSION GARIBAI
- PENSION GROSEN
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION IRUNE
- PENSION ITXASOA
- PENSION IZAR BAT
- PENSION KOXKA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION KURSAAL
- PENSION MILAGROS
- PENSION SAN MARTIN
- PENSION UR-ALDE
- PEOPLE RENTALS
- RESIDENCIA UNIVERSITARIA M. AGUD QUEROL
- SERCOTEL HOTEL EUROPA

COMERCIO

- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE
- AN.HEL.O
- ANTONELLA
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL
- ARTEKO
- AYESTARAN
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- BIKONDO JOYEROS
- BOUTIQUE LOOK
- BOX SAN SEBASTIAN
- BRONTE OPTIKAK
- CABO ROJO
- CASA MUNOA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- CIBRIAN GALLERY
- EKAIN ARTE LANAK
- EL TURISTA
- ELKAR
- ESPARTIN
- EUSKAL LINGE
- FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GOIURI BIKINI DENDA
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- IRANTZU JOYEROS
- IRULEA
- ISTRA
- IZADI KIROLAK
- JACARANDA LORADENDA
- KAÑABIKAÑA Craft Beer Shop
- KBERBI NEW
- KETT
- KIROL MUSIK
- KOLOREKA
- KUR ART GALLERY
- LA BICICLETA
- LA SEVILLANA
- LITTLE IRELAND
- MANUELA VA DE FIESTA
- MARIA KALA´S
- MARTA G. ESTILISMO
- MASSAY HEALTH INSPIRATION
- MICHAEL´S
- MILK PELUQUERIA
- MINIMIL
- MM Moda
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- OH MY BIKE!
- ORTOPEDIA SUMISAN
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PERFUMERIA LUIS DIAZ
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- RENTAL MOTO DONOSTIA
- SAN MARTIN
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- SANSE BIKES
- SASTRERIA ALDABALDETREKU
- SICOS
- SKUNKFUNK
- SUPERDRY
- TESTONE HOJAS
- TORRUBIA & TORRUBIA
- YO SALUD ESTÉTICA
- ZERGATIK
- ZINKUNEGI OPTIKA

ORGANIZADORES DE CONGRESOS Y EVENTOS DEPORTIVOS

- BERA BERA RT
- C.D. FORTUNA
- CONGRESOS DONOSTI
- LANKOR, CONGRESOS Y EVENTOS
- PRESENCIA BY M.A. (Presencia Internacional)
- TISA

INFRAESTRUCTURAS

- AUDITORIO AQUARIUM
- BASQUE CULINARY CENTER
- CAMARA DE GIPUZKOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA.
- KURSAAL - PALACIO DE CONGRESOS AUDITORIO
- OLARAIN.
- PALACIO DE MIRAMAR
- RECINTO FERIAL FICOBA / FICOBA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- TEATRO VICTORIA EUGENIA

TRANSPORTE

- AUTOBUSES AIZPURUA
- AUTOBUSES APAOLAZA
- AUTOCARES DAVID
- IPARBUS LUXURY CLASS VIP SERVICES
- RADIO TAXI DONOSTI
- TALUR LUXURY CARS
- VALLINA BUS-AUTO
- VALLINA TELETAXI

AAVV-AGENCIAS DE RECEPTIVO

- BASCOMING
- BASK FOR ALL
- BASQUE DESTINATION
- BASQUETRAVEL, Tasteful Experiences
- EQUINOCCIO VIAJES
- GS INCOMING-DMC
- HAGOOS - YOUR BASQUE COUNTRY DMC
- INBASQUE
- MIMO SAN SEBASTIAN
- SAGARDOA ROUTE
- SLOW-WALKING
- TENEDOR TOURS

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y DE COMUNICACIÓN

- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- AMECA
- AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BENGOA AUDIOVISUALES
- BIKASI
- BITEZ
- DIGITALAK
- DIGITALAK.
- DIMENSION
- DMACROWEB
- EUROSINTESIS
- JAVIER LARREA FOTÓGRAFO
- JESUS Mª PEMAN FOTÓGRAFO
- JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- MONDRAGON LINGUA
- MONTAJES INTEGRALES LANKOR
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- TOUR MAGAZINE
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

SERVICIOS TURÍSTICOS

- AINHOA DOMINGUEZ
- ANA INTXAUSTI
- BASQUE COOLTOUR
- BEGI BISTAN
- DISCOVER SAN SEBASTIAN
- DONOSTYLE TOURS
- EL AULA AZUL
- ESTHER VAZQUEZ
- EXPERIENCE SAN SEBASTIAN
- GO LOCAL SAN SEBASTIAN
- GOITUR, GOIERRI TURISMOA
- GURUTZE ORMAZA
- HAY QUE VER
- JUST FOLLOW ME
- LACUNZA IH SAN SEBASTIAN
- LOURDES GORRIÑO
- MAREI AZAFATAS
- OARSOALDEA
- OH MY WALK!
- SAN SEBASTIAN GUIDES
- SAN SEBASTIAN PINTXOS TOURS
- SAN SEBASTIAN WALKING TOURS
- TANDEM SAN SEBASTIAN
- TOLOSALDEA TOUR
- UROLA GARAIA TURISMOA
- VIRGINIA GARCIA

4. BALANCE ECONÓMICO

RESUMEN EJECUCIÓN 2018

GASTOS PERSONAL	1.821.876,24
GASTOS CORRIENTES	1.679.248,51
APROVISIONAMIENTOS	71.913,17
AMORTIZACIÓN INMOV.	50.812,22
DIFERENCIAS CAMBIO	0,00
DIPUTACIÓN	60.000
GOBIERNO VASCO	174.915,91
RECURSOS PROPIOS	436.668,14
APORTACIÓN SOCIOS	202.554,55
OTROS INGRESOS (COMISIONES, APORTACIONES, ETC.)	60.929,86
AYUNTAMIENTO	2.678.237,97

5. ACTUACIONES DE SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU

5.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN

Los principales objetivos de marketing 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, Bruselas, 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 confecciona producto turístico propio y 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 procura aumentar la generación de recursos propios a través de 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.

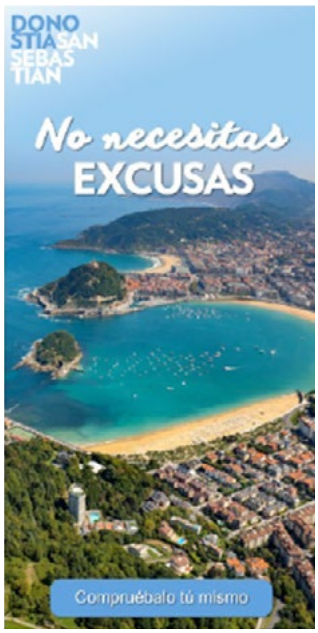
Todas las acciones buscan estar alineadas con el Objetivo de Sostenibilidad Turística Global del destino (crecer fuera de temporada, ampliar la zona geográfica turística, dar a conocer la cultura y los valores donostiarras, la autenticidad del destino etc.)

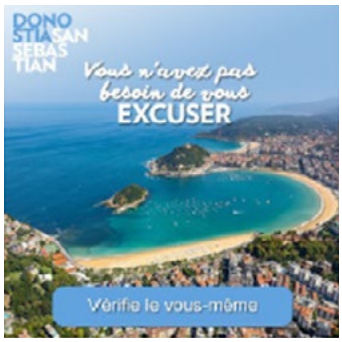
5.1.1. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

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: Fomentar la sostenibilidad, mediante 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** de mayor a menor en importancia: España, Francia, UK, Alemania Países Nórdicos, Holanda, Bruselas, EEUU, Canadá, Japón y Australia.

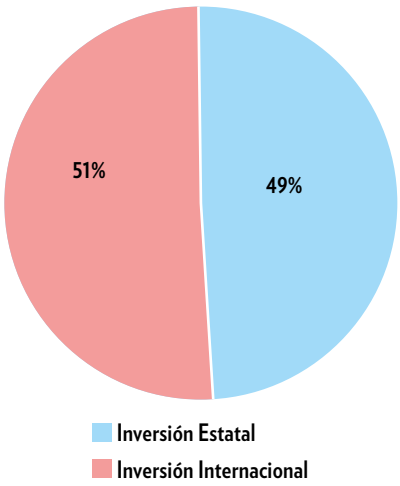
En el ámbito del turismo de ocio, la promoción y comercialización de la ciudad se basa en un posicionamiento de destino urbano Citybreak, escapadas y estancias cortas de 2 a 4 días de duración, haciendo especial hincapié en **4 ejes: cultura, gastronomía, deporte y romántico/ premium**. Para ello, San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



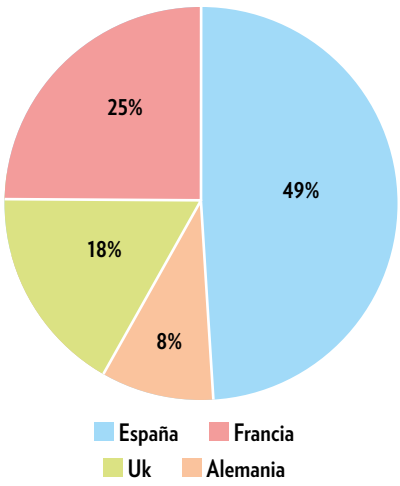


En el año 2018 se han realizado más de **15 campañas publicitarias**, muchas de ellas internacionales, en 2, 3 o 4 de estos países.

INTERNACIONALIZACIÓN



INVERSIÓN PUBLICITARIA POR MERCADOS PRINCIPALES



5.1.1.1. ESTACIONALIDAD DE LAS ACCIONES Y DE LAS INVERSIONES PUBLICITARIAS

Por **meses,** las inversiones se realizan mayoritariamente para atraer visitantes en los meses de **enero a abril**, así como en los meses de **octubre a diciembre,** para conseguir una mayor desestacionalización.

Excepto para la promoción de tienda online y sus actividades, cuyo objetivo es alcanzar el mayor número posible de visitantes durante su estancia en la ciudad en la primavera y los meses de verano, para que consuman mientras están en la ciudad.

5.1.1.2. APUESTA POR INVERSIONES EN MEDIOS ONLINE

Se trata de atraer al potencial turista a la web de la ciudad, inspirar y 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 que más **han crecido en usuarios web y en número de turistas.**

70% de las inversiones se han realizado en medios online

- Google Adwords, Display y red de búsqueda.
- Redes sociales: Facebook, e Instagram.
- Trip advisor-
- RTB- Compra de medios online de calidad, en medios
- www.renfe.com
- Blogs especializados:
- Sisters and the city y otros blogs de viajes.

Se han utilizado campañas de remarketing, para impactar en aquellas personas que se han interesado en la web de sansebastianturismo.com.

30% de las inversiones realizadas en medios OFF line

Se han utilizado revistas regionales como el Grupo Tour Magazine, con difusión en Gipuzkoa, Bizkaia, Álava y Navarra, para la venta y promoción de productos de compra en destino, así como suplementos como Sud Ouest en el mercado francés, y revistas especializadas como **Luxury Magazine,** entre otras.

5.1.1.3. CAMPAÑAS POR TIPO DE PRODUCTO Y PÚBLICOS OBJETIVOS

Se han realizado más de 15 campañas diferentes, que agrupamos de la siguiente manera:

Campañas Citybreak

La mayor parte han sido campañas relacionadas con un **citybreak urbano, cultural, de festivales**, cuya principal motivación es disfrutar de la ciudad y de sus actividades culturales, entre ellas paisaje, museos, festivales, etc.

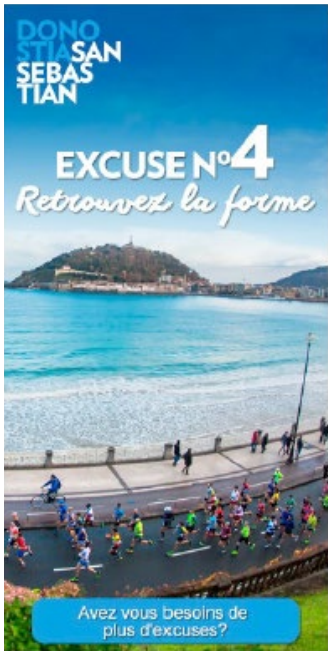
Campañas Gastronómicas

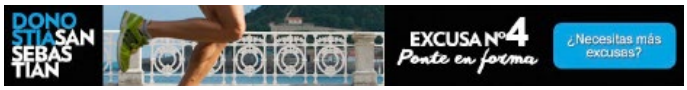
Enfocadas a un público Foodie, promocionando diferentes productos, como Pintxos, Sidra, Restaurantes Gourmet, etc.

Campañas deportivas

Running, Surfing, etc.

Gracias a la promoción de estos eventos conseguimos llegar a públicos diferentes y ampliar el portafolio de producto y la imagen de ciudad diversa en eventos.





Campañas Ticketing. Comunicación y Promoción del destino y de las actividades de los socios. Shop ON Line

A lo largo de todo el año se han realizado diversas campañas de publicidad en Google y RRSS para la promoción del destino, con el objetivo de promocionar y aumentar las ventar de actividades de socios de San Sebastián Turismo & Convention Bureau puestas a la venta en la tienda online.

Shop Online: Julio 2018

Campaña de anuncios de actividades venta online- Socios de San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Campañas MICE

En el ámbito del **turismo de negocio**, se promociona la ciudad como **destino ideal para MICE** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) y **viajes de incentivos**, 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 339 establecimientos asociados.

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

5.1.1.4. ACUERDOS Y PUBLICIDAD EN LA COMUNICACIÓN DE LOS FESTIVALES DE LA CIUDAD

Se han realizado acuerdos con los principales festivales de la ciudad, y gracias a ellos se ha incluido publicidad en sus soportes de comunicación.

- Zinemaldia
- Heineken Jazzaldia
- Quincena Musical
- Semana del Cine Fantástico y de Terror

5.1.2. ACCIONES DESTACADAS

A nivel de marketing y comunicación, se han desarrollado una serie de campañas y acciones para impulsar los principales retos del Plan Director Donostia / San Sebastián Visit- Bizi: la desestacionalización y la internacionalización, la desconcentración, la autenticidad del destino y la sostenibilidad turística.

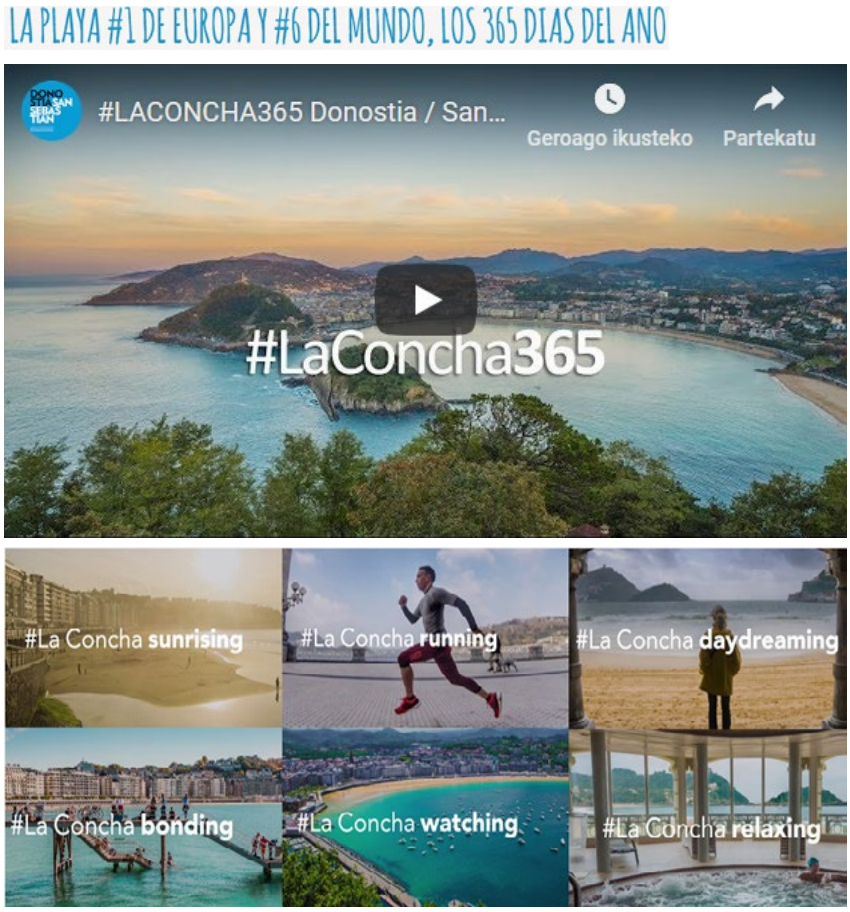
5.1.2.1. ACCIONES DIRIGIDAS A PROMOVER LA DESESTACIONALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Campaña y concurso online #LaConcha365

La Concha fue galardonada en febrero de 2018 como mejor playa de Europa y sexta del mundo según los Travellers' Choice Awards de TripAdvisor. Para difundir el prestigioso premio, que refuerza la marca de calidad del destino a nivel internacional, y promover la desestacionalización, San Sebastián Turismo & Convention Bureau creó la campaña #LaConcha365, poniendo en marcha un concurso y un vídeo promocional que invita a visitar la ciudad los 365 días del año.

El vídeo alcanzó el millón de visualizaciones en Facebook y en el concurso participaron personas procedentes de 42 países diferentes.

Ver campaña y vídeo:
https://www.sansebastianturismo.info/es/documentacion/campanas/laconcha365



5.1.2.2. ACCIONES DIRIGIDAS A PROMOVER LA DESCONCENTRACIÓN DEL DESTINO

#DonostiaUncovered

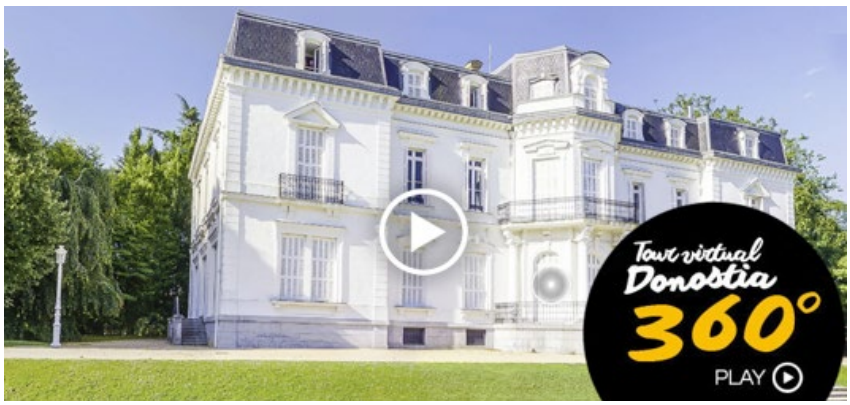
Con el objetivo de distribuir los flujos turísticos por espacios menos transitados de la ciudad, se lanzó la campaña #DonostiaUncovered. 4 donostiarras invitan a los visitantes a recorrer sus barrios y conocer **lugares más auténticos y alternativos.** Las propuestas se publicaron en el blog de *San Sebastián Turismo & Convention Bureau* y se acompañan de vídeos y **mapas interactivos** que los turistas pueden seguir a **tiempo real** para realizar el itinerario propuesto.

Ver blog:
https://www.sansebastianturismoa.eus/es/blog/donosti-feeling/3776-conoce-la-donostia-mas-autentica-a-traves-de-sus-barrios

Donostia barrio a barrio y en 360º

También con el objetivo de desconcentrar, en la página web se incluyó en la home un mapa para visitar la ciudad barrio a barrio, acompañada de información y fotografías 360º.

Ver web:
https://www.sansebastianturismoa.eus/es/hacer/barrio-barrio

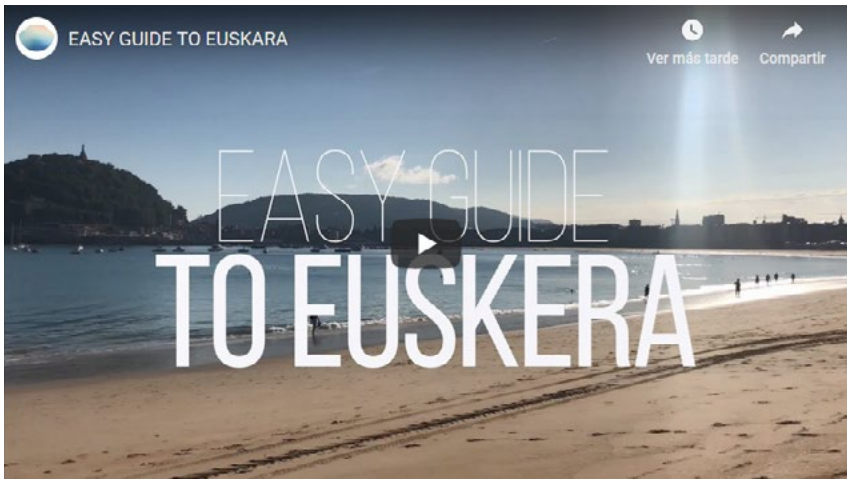


5.1.2.3. ACCIONES DIRIGIDAS A PROMOVER LA AUTENTICIDAD DE DESTINO

Easy Guide to Euskara

Se creó un apartado en el blog para explicar el origen del euskera y animar a los visitantes a aprender algunas palabras o frases prácticas. También se realizó un vídeo que se viralizó en redes sociales.

Ver blog y vídeo:
https://www.sansebastianturismoa.eus/es/blog/basque/4217-lo-que-tienes-que-saber-para-visitar-donostia-como-un-donostiarra-y-nadie-te-ha-contado



4 claves para ir de pintxos por San Sebastián

Con el objetivo de preservar la tradición de los pintxos en su forma original y animar a los visitantes a ir de pintxos como los locales, se creó contenido explicativo y un vídeo, que se hizo viral a través de la web y las redes sociales.

Ver web y vídeo:
https://www.sansebastianturismoa.eus/es/blog/comer-beber/490-como-ir-de-pintxos

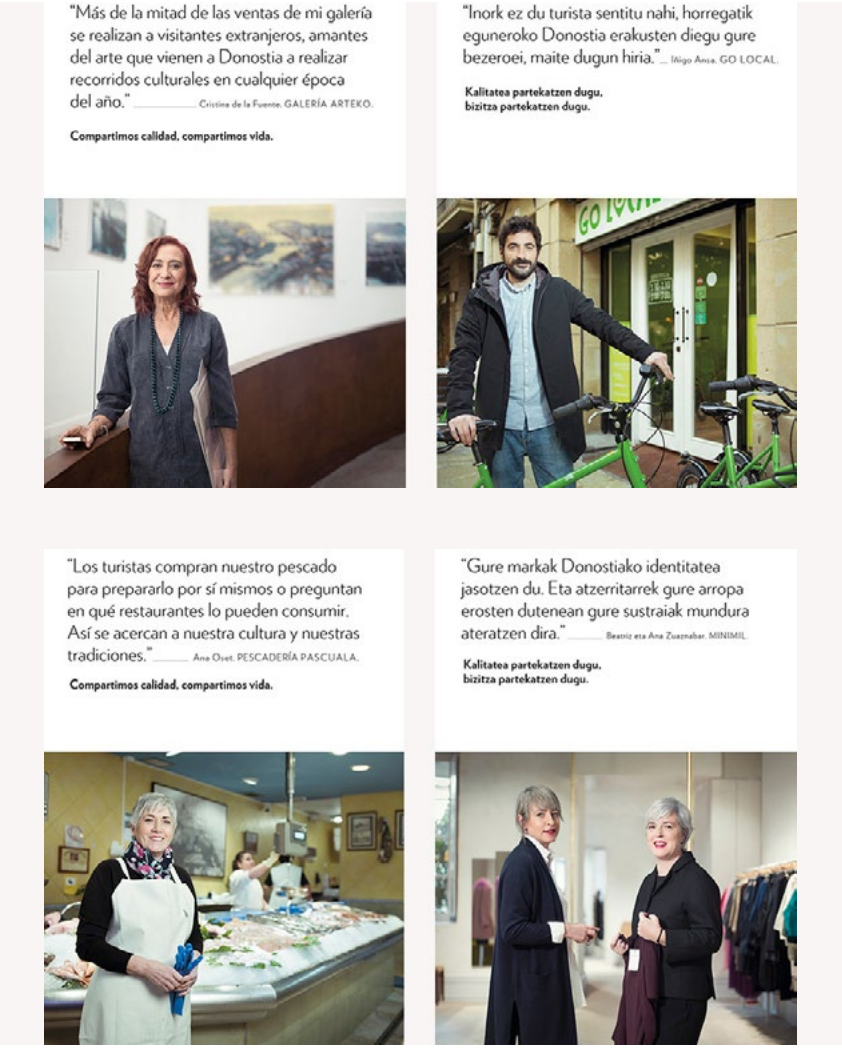
5.1.2.4. ACCIONES DIRIGIDAS A PROMOVER UN TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE

"Donostiarras a favor de un turismo sostenible"

La campaña se dirigía principalmente al ciudadano, con el objetivo de poner en valor al impacto del turismo en la ciudad y no sólo en el sector más puramente turístico. El objetivo era poner en valor el turismo, su aportación a la ciudad, al empleo, y mostrar la diversidad de sectores que se benefician del mismo. Se realizó una rueda de prensa y una campaña multicanal on y off line en el mes de mayo, antes de la llegada de la temporada alta.

"Muchos donostiarras estamos a favor de seguir compartiendo nuestra ciudad con los que nos visitan. Súmate a nuestra campaña y comparte tu experiencia positiva con nosotros."

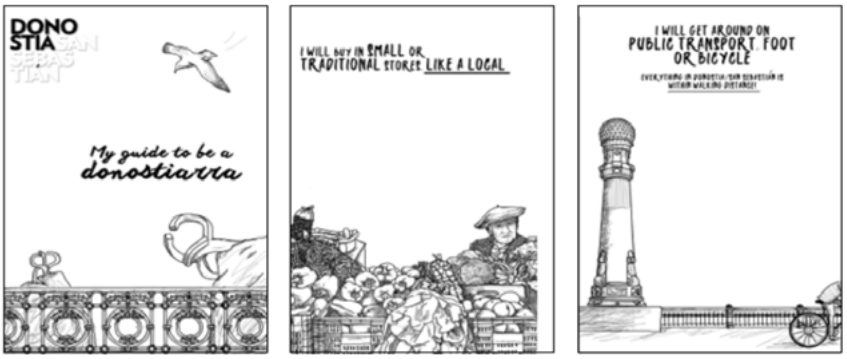
Ver vídeo y campaña completa:
https://www.sansebastianturismo.info/es/documentacion/campanas/donostiarras-a-favor-de-un-turismo-sostenible



Mi guía para ser un auténtico donostiarra

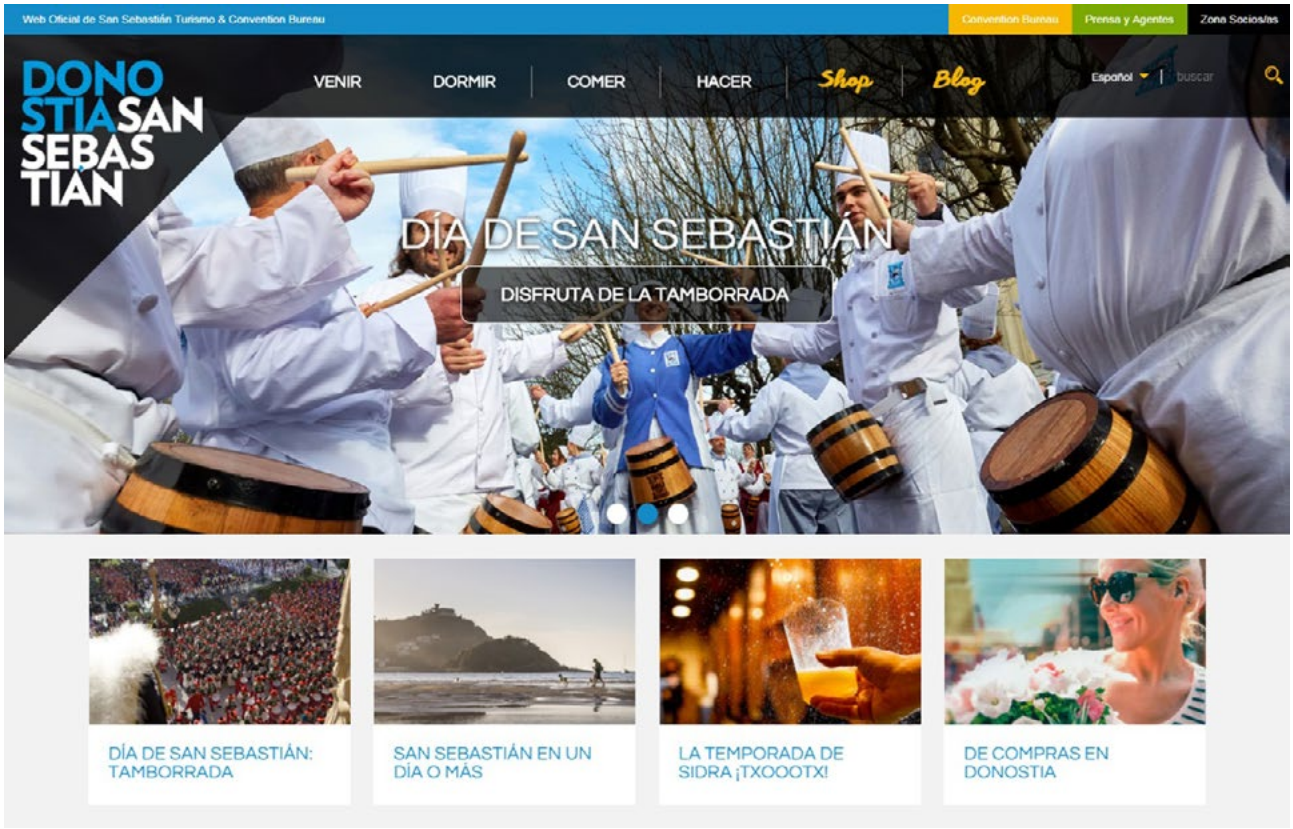
Se creó un decálogo del turista responsable, con consejos para comportarse como un auténtico donostiarra y respetar la ciudad y sus ciudadanos. En mayo, con motivo del Congreso Mundial del Turismo de la OMT cuyo lema era la sostenibilidad, se publicó la guía en la web y en formato bloc de notas, para repartir a congresistas, periodistas, agentes...

Ver guía:
https://www.sansebastianturismoa.eus/es/venir/destino-de-calidad#decalogo-turista



Love San Sebastián.
Live Donostia

Durante los meses de julio y agosto, se realizó una **campaña de sensibilización turística promovida desde el Ayuntamiento de la ciudad dirigida al visitante,** con intención de mostrar el decálogo del buen turista. Normas de conducta esperadas por los que nos visitan y animándolos a conocernos y a compartir nuestra cultura y costumbres. Tuvo una gran difusión en medios en la ciudad.



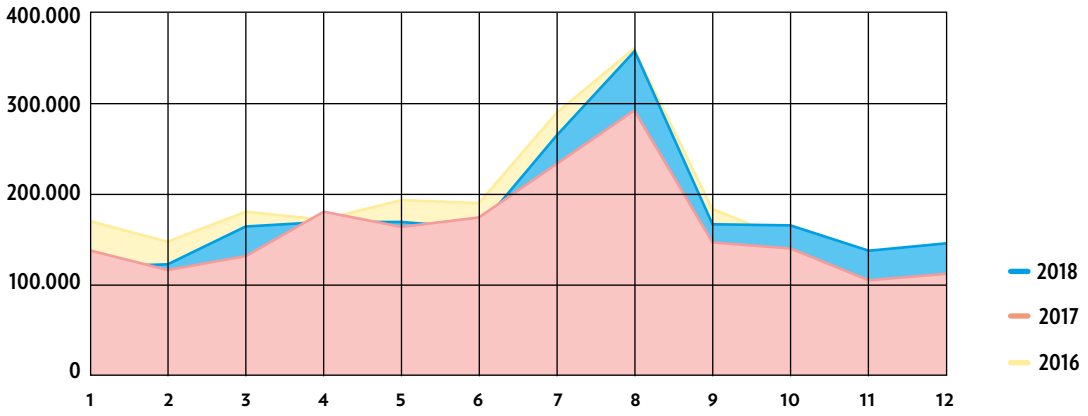
5.1.3. WEB Y REDES SOCIALES

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, panorámicas 360°, tours virtuales y vídeos de calidad etc.

5.1.3.1. WEB DIRIGIDA AL VISITANTE DE OCIO

La web de San Sebastián Turismo & Convention Bureau supera los 2 millones de visitas anuales, destacando que el 76% del tráfico es orgánico.

VISITAS MENSUALES (INCLUYE TRÁFICO DE PAGO)

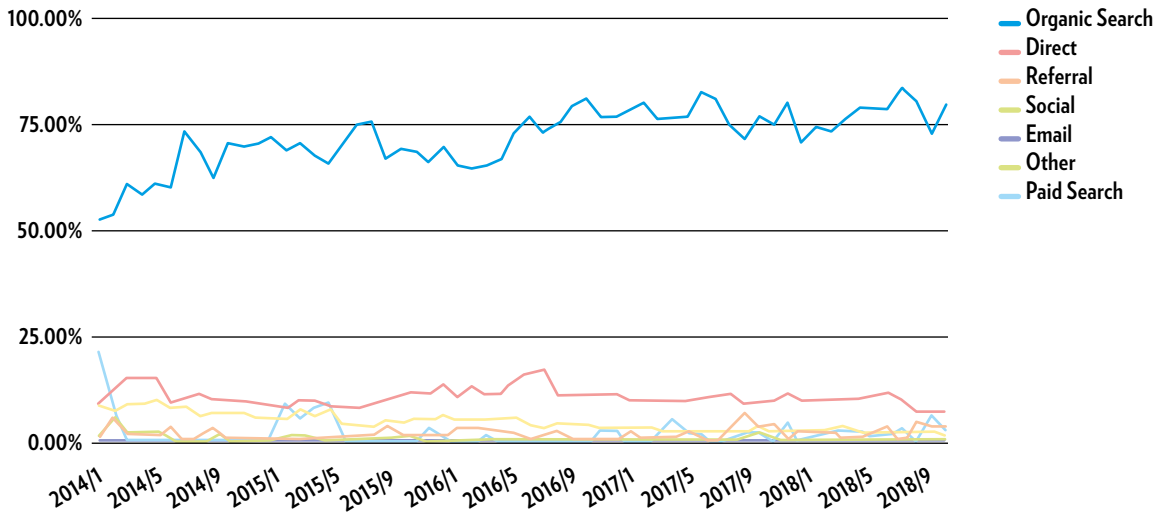


Fuente: Google Analytics

2.141.492 visitas durante **2018**. **Las visitas aumentan un 11% respecto al año anterior**.

5.420.335 páginas vistas por **1.565.297 usuarios (▲ 6,64%).**

VISITAS POR CANAL

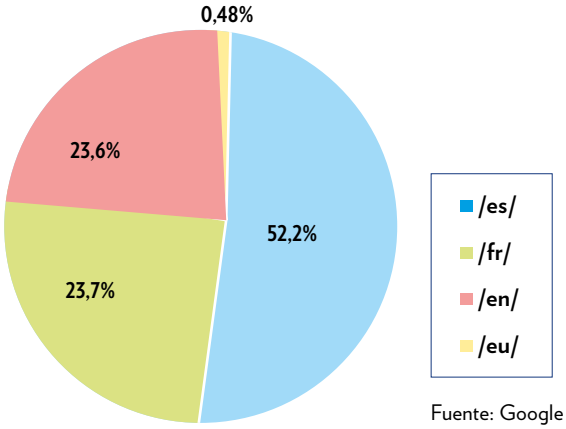


Fuente: Google Analytics

El **canal orgánico** ha traído aproximadamente el **76% de las visitas** durante 2018.

IDIOMAS (SIN TRÁFICO DE PAGO)

Distribución de idiomas en el acumulado de 2018

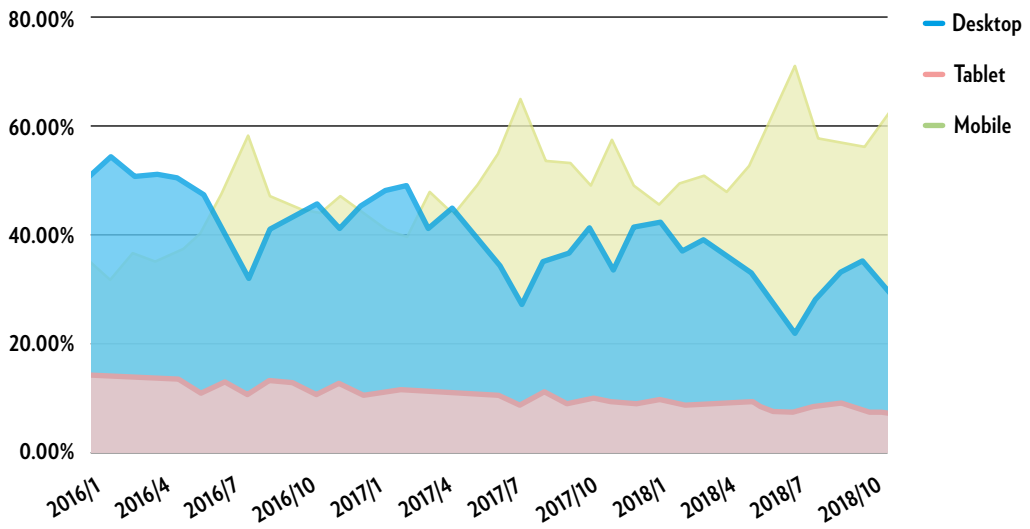


Fuente: Google Analytics

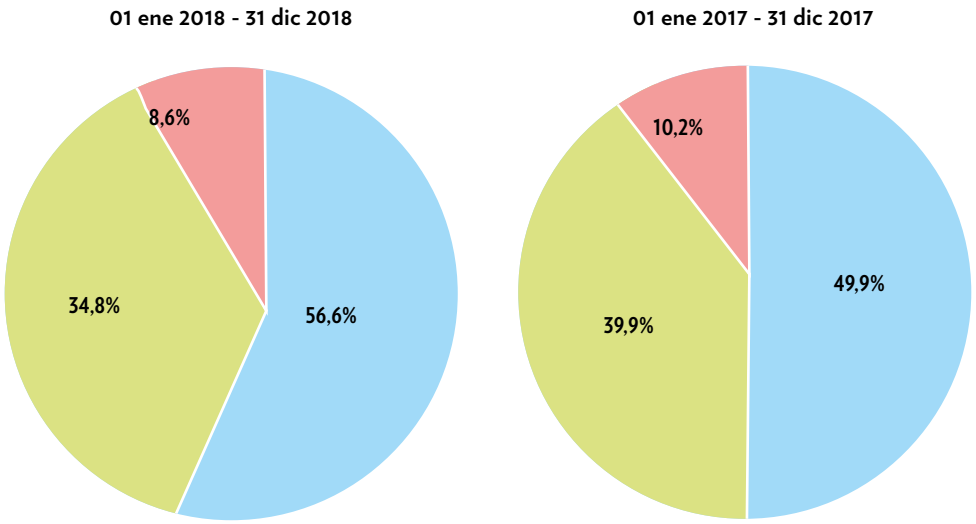
El tráfico en **francés** e **inglés** pierden fuerza frente al **español** que sube un 6,6%.

DISPOSITIVOS (SIN TRÁFICO DE PAGO)

En 2018 el 57% de las visitas se hicieron desde el móvil frente al 51% en 2017.



Fuente: Google Analytics



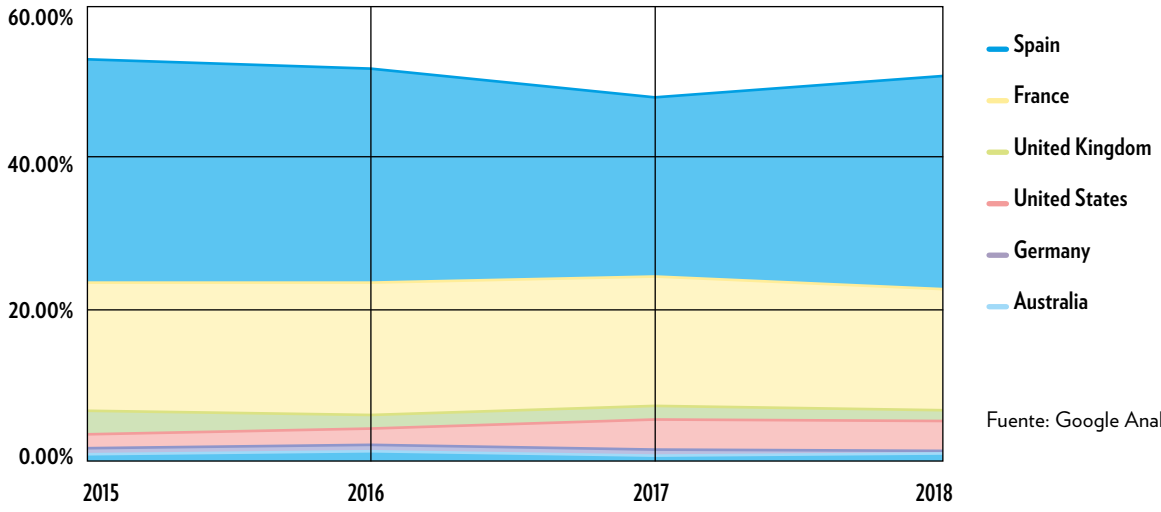
DESDE DÓNDE NOS VISITAN (SIN TRÁFICO DE PAGO)

Durante 2018 las visitas internacionales han subido un 4% y un 12% las visitas desde España.

1. Spain	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**993.625** (50,38%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**871.208** (48,40%)
% de cambios	**12,24%**
2. France	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**442.632** (22,44%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**426.831** (23,71%)
% de cambios	**2,06%**
3. United Kingdom	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**125.494** (6,36%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**126.845** (6,93%)
% de cambios	**-1,07%**
4. United States	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**106.851** (5,42%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**98.645** (5,39%)
% de cambios	**8,32%**
5. Germany	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**26.815** (1,36%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**24.995** (1,37%)
% de cambios	**7,28%**

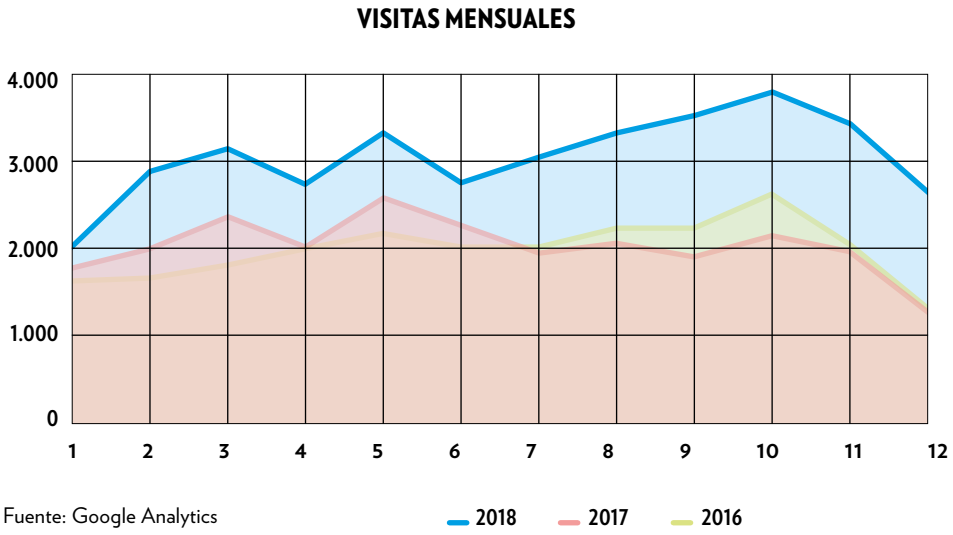
Fuente: Google Analytics

PORCENTAJE DE VISITAS POR PAÍSES, TENDENCIA ANUAL



Fuente: Google Analytics

5.1.3.2. APARTADO WEB DIRIGIDO AL TURISMO DE NEGOCIOS



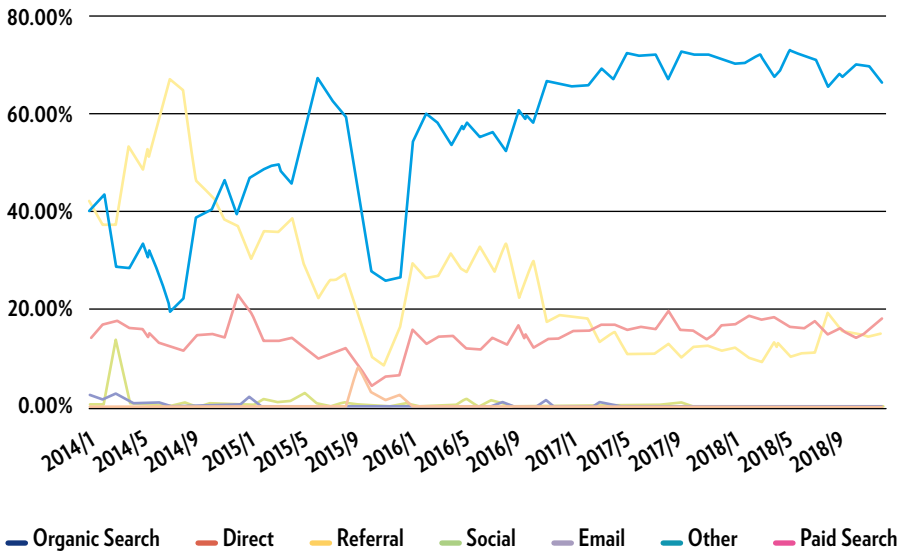
Fuente: Google Analytics

36.596 visitas durante **2018**. Aumenta un 50% respecto al mismo periodo del año anterior.

73.933 páginas vistas por **30.969 usuarios**

El usuario medio consulta la web en su ordenador y en horario de oficina.

VISITAS POR CANAL



Fuente: Google Analytics

El **canal orgánico** se ha mantenido **estable** en torno al **70%** durante 2018. Sin embargo, en valores absolutos ha subido un 49%.

1. Spain	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**26.278** (71,81%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**17.781** (73,03%)
% de cambios	**47,79%**
2. France	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**2.597** (7,10%)
01-ene-2017- 31-dic-2017	**2.036** (8,36%)
% de cambios	**27,55%**
3. United Kingdom	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**1.860** (5,08%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**926** (3,80%)
% de cambios	**100,86%**
4. United States	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**991** (2,71%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**615** (3,80%)
% de cambios	**61,14%**
5. Germany	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**475** (1,30%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**281** (1,15%)
% de cambios	**69,04%**

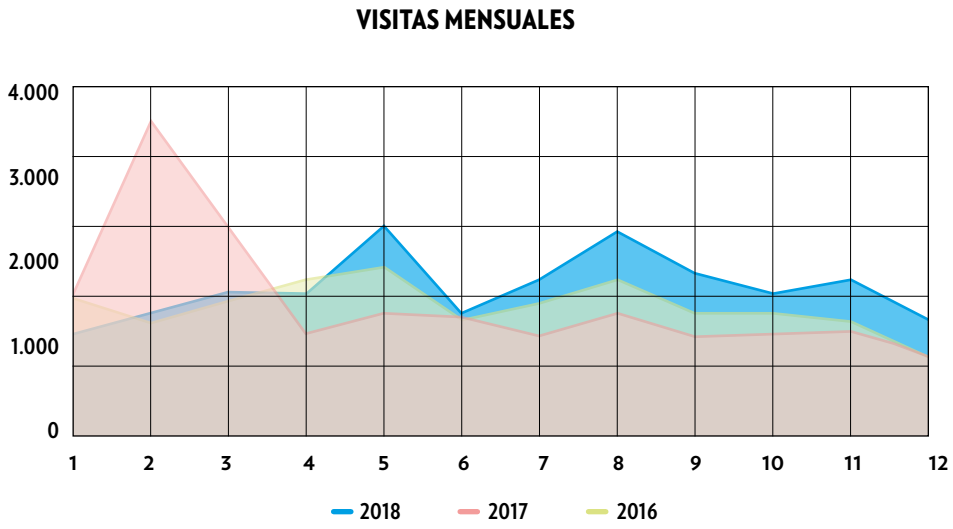
En 2018 el 28% de las visitas han sido internacionales.

970 documentos descargados.

- 1. **223** incentivos-san-sebastian.pdf
- 2. **215** manual-para-organizadores-de-congresos.pdf
- 3. **212** parking-map.pdf
- 4. **67** much_more_than_a_beautiful_city.pdf
- 5. **46** bus-aeropuerto-bilbao.pdf

Fuente: Google Analytics

5.1.3.3. APARTADO WEB DIRIGIDO A PRENSA Y AGENTES



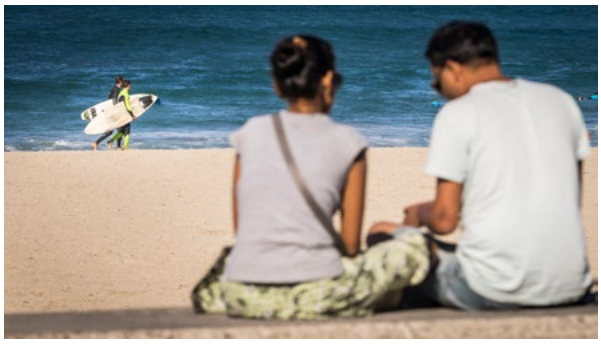
Fuente: Google Analytics

11.925 visitas durante 2018. **Aumenta un 7% respecto** al mismo periodo del año anterior.

21.428 páginas vistas por **9.526 usuarios**.

VISITAS MENSUALES

1. Spain	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**6.529** (54,75%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**6.887** (62,20%)
% de cambios	**-5,20%**
2. France	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**1.268** (10,63%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**866** (7,82%)
% de cambios	**46,42%**
3. United Kingdom	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**973** (8,16%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**634** (5,73%)
% de cambios	**53,47%**
4. United States	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**469** (3,93%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**382** (4,45%)
% de cambios	**22,72%**
5. Germany	
01-ene-2018 - 31-dic-2018	**379** (3,18%)
01-ene-2017 - 31-dic-2017	**134** (1,21%)
% de cambios	**182,84%**



5.1.3.4. MÁS SEGUIDORES Y MAYOR INTERACCIÓN EN LAS REDES SOCIALES

Las comunidades y las interacciones en redes sociales siguen aumentando notablemente cada año, alcanzando las siguientes cifras:

5.1.4. 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 Donostia / San Sebastián como un destino de calidad a nivel mundial, haciendo especial hincapié en los mercados prioritarios (Francia, Alemania, UK, Países Nórdicos, Holanda, Bruselas, EEUU, Canadá, Japón, Australia...).

A lo largo de 2018 se han atendido **153 medios de comunicación** a través de viajes de prensa u online, con el objetivo de proporcionarles la mejor información sobre la ciudad en los ejes que se quieren promocionar según el Plan Director Donostia / San Sebastián VISIT- BIZI 2017-2021: cultura, gastronomía, deporte, premium y city break. En sus colaboraciones Medios Press Trips SST& CB apuesta por difundir el mensaje de un turismo sostenible, y fomenta la desestacionalización y la desconcentración, proponiendo a los periodistas/ bloggers planes para hacer en San Sebastián fuera de la temporada estival e invitándoles a conocer lugares fuera del circuito habitual del centro y la Parte Vieja, como los múltiples recursos repartidos por los barrios de la ciudad o excursiones por el territorio.

Este año se ha colaborado con medios tan prestigiosos como **National Geographic, BBC, Rob Repport, Harper's Bazaar, Forbes, The Telegraph, The Food Journal, Aftonbladet, Guide Routard, Formmer's** etc.

5.1.5. RUEDAS DE PRENSA Y BOLETINES

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 un 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: ruedas de prensa, notas de prensa y newsletter mensuales con la información más relevante de cara al socio y al ciudadano.

IMPACTOS 2018 / 2017

157 Impactos

25,6% Actual vs Anterior

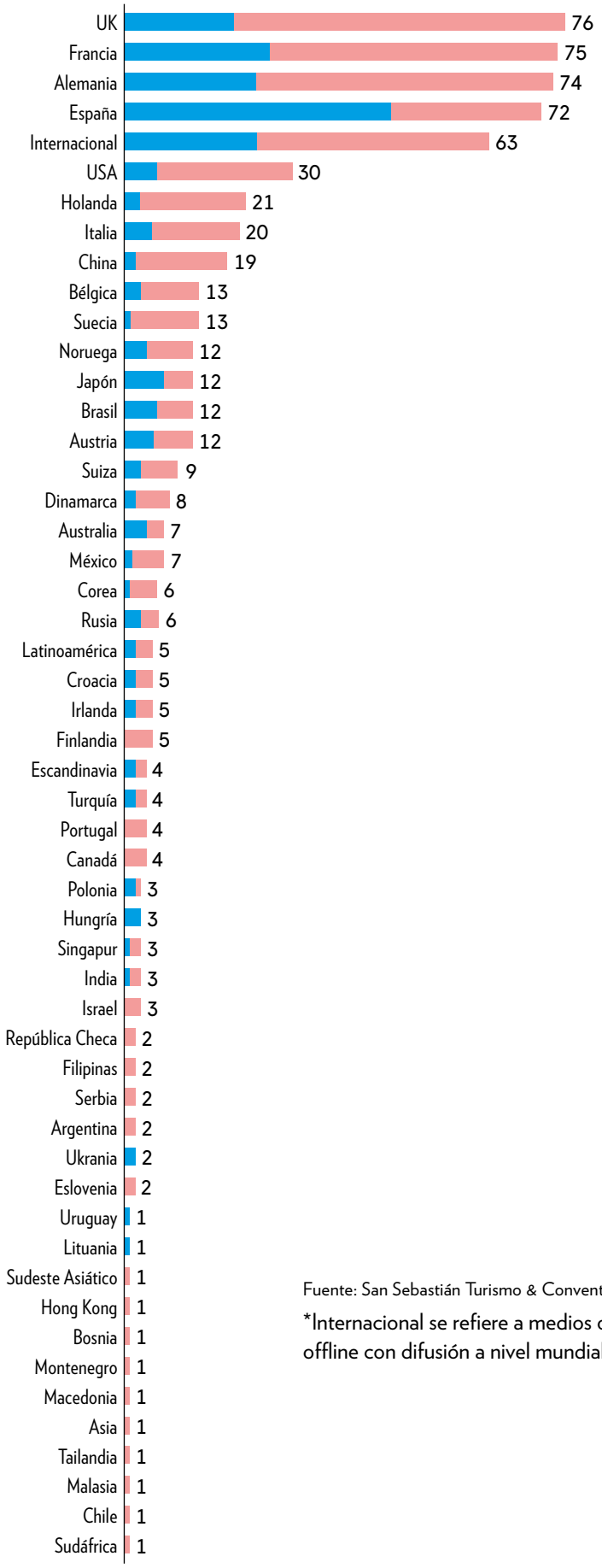
125 Impactos AA

VARIACIÓN

TIPOS IMPACTO

Entrevistas · Noticias · Ruedas de Prensa

MEDIOS ATENDIDOS POR PAÍSES



Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

*Internacional se refiere a medios online u offline con difusión a nivel mundial

5.2. TURISMO MICE

San Sebastián Turismo & Convention Bureau trabaja en 4 líneas en el ámbito del turismo de negocio:

Mejorar el posicionamiento de San Sebastián como destino de turismo de negocio

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

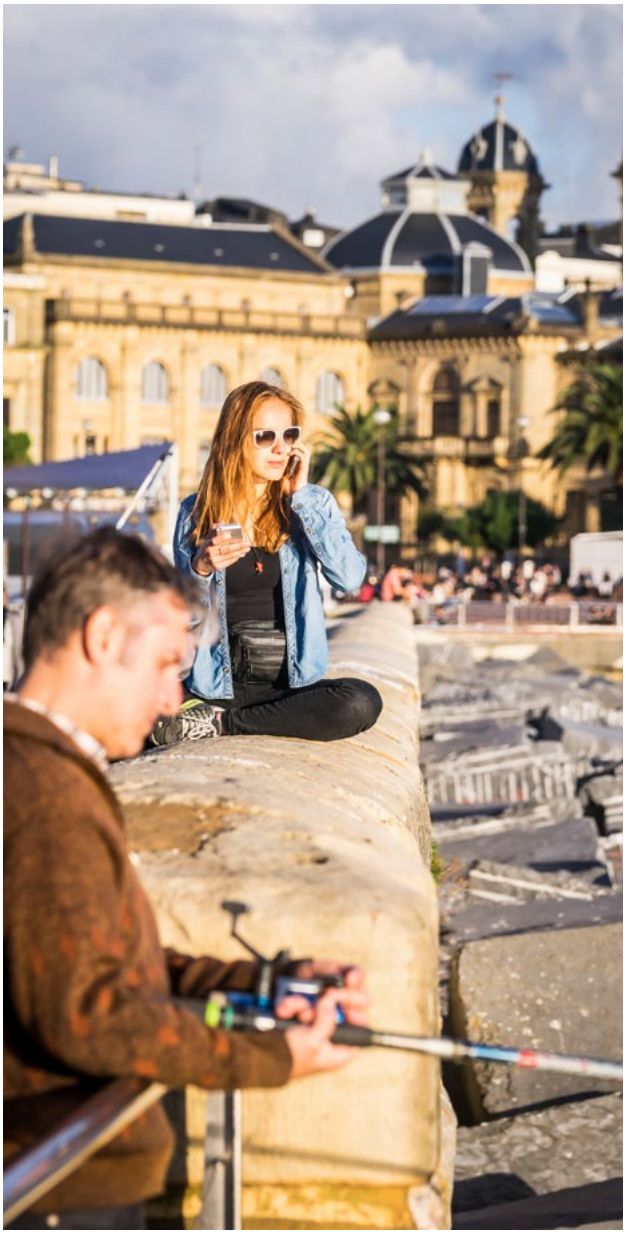
En este sentido, junto con el apoyo de la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Kursaal, se prioriza la captación de eventos y el apoyo económico entre octubre y mayo

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 2018 se han presentado 25 candidaturas, de las cuales se han ganado 8 y 9 están pendientes de resolución.

PRESENTADAS	GANADAS	PENDIENTE DE DECISIÓN
25	8	9

Relación de candidaturas ganadas en 2018:

CONGRESO	AÑO DE CELEBRACIÓN	FECHA DE CELEBRACIÓN	Nº DE DELEGADOS
Jornada asociativa spain convention bureau	2018	14 al 15 de septiembre	25
Congreso nacional de la Federeación Española de asociaciones de empresas organizadoras profesionales de congresos - OPC	2019	21 al 23 de febrero	250
Congreso sociedad española de cuidados intensivos pediátricos (SECIP)	2019	23 al 25 de mayo	300
Gums & stablisers for the food industry conference	2019	11 al 14 de junio	150
Congreso internacional del club español de esterilización (CEDEST)	2020	22 al 24 de abril	300
Conference of broadband dielectric spectroscopy and its applications (BDS)	2020	23 al 28 de agosto	150
World congress of colleges and polytechnics (WFCP)	2020	14 al 16 de octubre	1000
Simposio Lationamericano de Polímeros -SLAP- y Congreso Iberoamericano de Polímeros	2020	25 al 29 de octubre	400
International symposium of the world society of victimology	2021	6 al 10 de junio	500

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5.2.1.2 PROGRAMA ENBAXADORE

Se está reforzando el programa **Enbaxadore**, 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 6 nuevos embajadores:

Los nuevos "Enbaxadore" se unen a la lista de los 59 profesionales que conforman este prestigioso "club", creado en 2012 para distinguir a los profesionales que han organizado en el Kursaal 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).

ENBAXADORE 2018	
Mikel Oiarbide Garmendia	Reunión bienal RS española de química 2019
Claudio Palomo Nicolau	Reunión bienal RS española de química 2019
José Ignacio Asensio Gállego	Congreso sociedad española de cirugía de la obesidad mórbida y de las esfermedades metabólica (Seco) 2020
Santiago Larburu Etxaniz	Congreso sociedad española de cirugía de la obesidad mórbida y de las esfermedades metabólica (Seco) 2020
Rosa María Valverde Citoras	Congreso SECA (Sociedad Española de Calidad Asistencial) 2019
José Julián Landa Maya	XXV Reunión anual de la sociedad española de urgencias de pediatría (SEUP) 2020
José Luis Fernández Maure	Congress of the World Federatión of Colleges and Polytechnics - WFCP 2020

5.2.2. ACCIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

5.2.2.1. FERIAS Y WORKSHOPS

Se ha participado en 12 **ferias y workshops nacionales e internacionales de MICE**, con el objetivo de posicionar Donostia / San Sebastián como un destino estratégico de celebración de eventos y reuniones. Los eventos en los que ha participado San Sebastián Turismo & Convention Bureau han sido:

FEBRERO	1-4	CONFEC red (Marrakech)
MARZO	16-18	All About People (Tenerife)
	21-22	Jornada directa SCB Mercado Alemán (Munich/Düsseldorf)
ABRIL	4-7	M&I FORUM, The Americas (Montreal)
	18-21	M&I FORUM, Europe (Algarve)
MAYO	15-17	IMEX (Frankfurt)
JUNIO	28-30	IBERIAN MICE FORUM (San Sebastián)
SEPTIEMBRE	14-15	Jornada Asociativo Nacional SCB (San Sebastián)
OCTUBRE	5-7	All About People (Atenas)
	16-18	IMEX (USA)
NOVIEMBRE	27-29	IBTM World (Barcelona)
DICIEMBRE	4-6	Jornada directa SCB Mercado UK (Londres y Birmingham)

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

En 2018 se ha colaborado en la organización de 6 fam trips o viajes de familiarización para agentes, en mercados prioritarios:

FAM TRIP 2018

ORGANIZADOR	PAÍS	Nº DE PERSONAS
Basquetour	Europa	22
Next	Italia	20
Iberian Mice Forum	Europa	10
San Sebastian Turismo & Convention Bureau	Escandinavia	10
San Sebastian Turismo & Convention Bureau	Alemania	10
Valesa	EEUU	12

Visitas de inspección y comerciales

También se han organizado diversos viajes de inspección y visitas comerciales, como el EPP Group in the European Parliament o el Iberian Mice Forum.

5.2.2.3. ACCIONES CON SOCIOS

Participación en Ferias y Workshops

En 2018 San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha contado con la presencia de sus empresas asociadas en los siguientes eventos:

- M&I EUROPE (Portugal): 2 socios
- IMEX (Frankfurt): 5 socios
- IBTM (Barcelona): 14 socios

Envío contactos de Ferias

A todos los contactos hechos en estos eventos se les envía un correo de agradecimiento con información de la ciudad y se les facilita listado de DMCs. Asimismo, los contactos realizados en estos eventos se envían periódicamente a los socios.

5.2.2.4. MATERIAL TURÍSTICO PARA CONGRESISTAS

Se ha entregado material turístico a los asistentes de 45 congresos y convenciones celebrados en la ciudad, con un total de los 4.872 ejemplares distribuidos. Además, se ha habilitado un punto de información turística en las propias sedes de 7 congresos que han reunido a 5.660 personas.

Los asistentes a los congresos celebrados dentro de los cursos de verano, también han recibido información turística en el stand ubicado en el Palacio de Miramar. Han sido un total de 19 congresos con 1.681 asistentes.

CONGRESOS

TÍTULO	FECHA INICIO	FECHA FIN	PAX
REUNIÓN UNIVERSITÉ D'ÉTÉ DE L'ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES AQUITAINE	11/1/18	11/1/18	25
NANOPILOT	11/1/18	12/1/18	40
CONVENCIÓN BAYER	15/1/18	19/1/18	150
INNPAPER	17/1/18	18/1/18	40
REUNIÓN DPTO. COMERCIAL CORREOS	30/1/18	30/1/18	20
2ª EDICIÓN SOBRE ISLAMISMO RADICAL	16/4/18	17/4/18	50
I CONGRESO DE ESTUDIANTES DE CRIMINOLOGÍA	19/4/18	22/4/18	50
INTERNATIONAL SPRING SCHOOL ON HIGH PERFORMANCE COMPUTING	23/4/18	27/4/18	97
CIRM ANNUAL CONFERECE & AGM 2018	24/4/18	27/4/18	85
III JORNADAS MEDICAS. MUTUALIDAD DE FUTBOLISTAS ESPAÑOLES	27/4/18	28/4/18	20
REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE COORDINACIÓN INTERTERRITORIAL DEL COMITÉ TÉCNICO DE ARBITROS	27/4/18	29/4/18	60
INTERNATIONAL CONFERENCE ON MATERIALS & ENERGY - ICOME'18	30/4/18	4/5/18	120
IV CONGRESO DE FÚTBOL AFICIONADO	10/5/18	11/5/18	300
VIII CURSO NACIONAL DE EMERGENCIAS EN GASTROENTEROLOGÍA Y HEPATOLOGÍA	17/5/18	19/5/18	130
VIII CONCENTRACIÓN DEL FORO HARLEY DAVIDSON	25/5/18	27/5/18	160
THE 2nd CREATECH MEDICAL INTERNATIONAL SYMPOSIUM	25/5/18	25/5/18	350
REUNIÓN ANUAL DE LA SECCIÓN DE RIESGO VASCULAR Y REHABILITACIÓN CARDIACA DE LA SEC	25/5/18	26/5/18	150
LO REAL Y EL SUJETO	25/5/18	26/5/18	80
CONVENCIÓN BLOCKET	30/5/18	2/6/18	180
XII. CURSO INTENSIVO DE TERAPIA ELCTROCONVULSIVA (TEC)	4/6/18	7/6/18	50
MEETIND: IX ENCUENTRO DE COMPRADORES EUROPEOS DE SUBCONTRATACIÓN INDUSTRIAL	5/6/18	5/6/18	30
GENERAL ASSAMBLY OF THE CONFERENCE OF ATLANTIC ARC CITIES	14/6/18	15/6/18	50
SOL -SKYMAG 2018 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS	18/6/18	22/6/18	120

EUSKALHACK SECURITY CONGRESS 2018	22/6/18	23/6/18	180
32 INTERNATIONAL CONFERENCE ON SURFACE MODIFICATION TECHNOLOGIES (SMT)	27/6/18	27/6/18	200
INTERCAMBIO JUVENIL SOBRE PATRIMONIO ARTÍSTICO Y CULTURAL	9/7/18	16/7/18	31
IMMUNOSHAPE INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON GLYCOIMMUNOLOGY	11/7/18	13/7/18	120
REUNIÓN DE TÉCNICOS Y AGENTES DE JUVENTUD	10/9/18	17/9/18	34
Congreso dentro del proyecto LIFE LEMA	2/10/18	4/10/18	35
X Curso Internacional de Ecografía Musculoesquelética	3/10/18	5/10/18	100
10th ECNP INTERNATIONAL CONFERENCE ON NANOSTRUCTURED POLYMERS AND NANOCOMPOSITES	3/10/18	5/10/18	200
SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA 2018 - Congreso	7/10/18	10/10/18	100
International Workshop On Self-Assembly And Hierarchical Materials In Biomedicine: Drug Delivery, Tissue Engineering, Sensing and Safety Issues	8/10/18	10/10/18	80
Convención Asplan Viak	17/10/18	20/10/18	165
3rd International Conference on the History of Physics under the auspices of the European Physical Society	17/10/18	20/10/18	90
Integral	23/10/18	23/10/18	50
XIV CONGRESO DE LA AEDD "Género y Deporte: el régimen jurídico de la mujer deportista"	26/10/18	27/10/18	80
Copa de España 2018 420 - VELA	1/11/18	4/11/18	200
Congreso Internacional de DÜRR Spain	7/11/18	8/11/18	50
15 jornadas científicas Inma	14/11/18	15/11/18	200
AUTOMOTIVE GLAZING EUROPE	15/11/18	16/11/18	150
Reunión de la CDPUE - Conferencia de decanos y decanas de psicología de las universidades españolas	22/11/18	23/11/18	80
IX EAFT Terminology Summit	22/11/18	23/11/18	100
Salto Systems Business Manager Summit	27/11/18	30/11/18	70
CONGRESO SVNPAR-ENAPE	14/12/18	14/12/18	200

STAND

TÍTULO	FECHA INICIO	FECHA FIN	PAX
EUROPEAN MOLECULAR IMAGING MEETING (EMIM)	21/3/18	23/3/18	710
XV CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD (Día C) y IX ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES (Día A)	12/4/18	14/4/18	1800
JORNADAS INTERNACIONALES DE FORMACIÓN PROFESIONAL	30/5/18	1/6/18	600
JORNADAS NACIONALES DE ENFERMERAS GESTORAS SUPERVISIÓN DE ENFERMERÍA (ANDE)	6/6/18	8/6/18	700
GRAPHENE WEEK	9/9/18	14/9/18	850
EUROPEAN ECOSYSTEM SERVICES CONFERENCE (ESP)	15/10/18	19/10/18	600
REUNIÓN DEL GRUPO DE DERMATOLOGÍA ESTÉTICA Y TERAPÉUTICA DE LA ACADEMIA ESPAÑOLA DE DERMATOLOGÍA (GEDET)	15/11/18	17/11/18	400

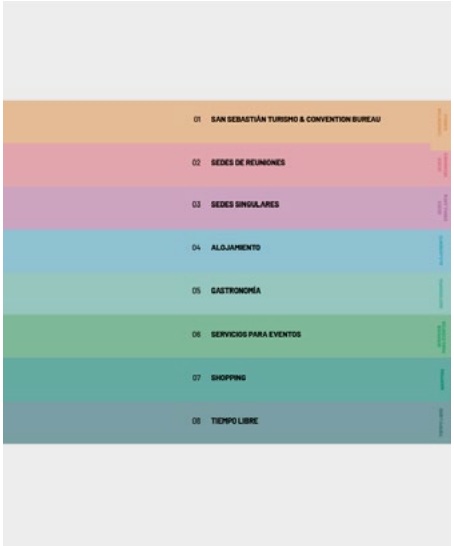
CONGRESOS EN CURSOS DE VERANO

TÍTULO	FECHA INICIO	FECHAFIN	PAX
EASP MEETING: UNDERSTANDING AND TRANSFORMING CHALLENGING RELATIONSHIPS: SETTING A RESEARCH AGENDA FOR A 21ST CENTURY SOCIAL PSYCHOLOGY	7/6/18	9/6/18	42
IV JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN EN CIBERSEGURIDAD (JNIC)	13/6/18	15/6/18	84
EUSKAL ESPERIENTZIAK ZIENTZIA ZABALKUNDEAN - EEZZ18	14/6/18	15/6/18	87
INTERNATIONAL WORKSHOP ON PREDICTIVE PROCESSING	20/6/18	22/6/18	50
WORKSHOP ON PREDICTIVE PROCESSING	20/6/18	22/6/18	120
I INTERNATIONAL WORKSHOP ON PREDICTION	20/6/18	22/6/18	200
CONGRESO INTERNACIONAL: CENSURA Y LITERATURA. MEMORIAS CONTESTADAS	21/6/18	22/6/18	48
INTERNATIONAL CONFERENCE ON NOVEL 2D MATERIALS EXPLORED VIA SCANNING PROBE MICROSCOPY & SPECTROSCOPY (2D-SPM)	25/6/18	29/6/18	107
POLYMAT SPOTLIGHT 2018	26/6/18	29/6/18	99
SOSTENIBILIDAD Y TERRITORIO: IMPACTOS DE LA CALIDAD AMBIENTAL EN LA CONSTRUCCION Y RE-CONSTRUCCION DE LOS PAISAJES URBANOS	12/7/18	13/7/18	49
QUANTUM DESIGNER PHYSICS - QDP2018	16/7/18	19/7/18	113
CUERPOS INCÓMODOS: VIOLENCIA MASIVA, FOSAS COMUNES Y NECROPOLÍTICA	18/7/18	21/7/18	127
NEW GENERATION OF STRONGLY CORRELATED ELECTRONS SYSTEMS 2018 - NGSCES2018	3/9/18	7/9/18	70
THE NAO VICTORIA CONGRESO INTERNACIONAL	5/9/18	6/9/18	75
THE SENCOND SPINS ON SURFACES (SOSII) WORKSHOP	10/9/18	14/9/18	45
THEORETICAL METHODS IN MOLECULAR SPINTRONICS	17/9/18	19/9/18	40
CONGRESO GEOEUSKADI: CARTOGRAFÍA E INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	24/9/18	25/9/18	125
SPANISH CONFERENCE ON NANOPHOTONICS	3/10/18	5/10/18	50
IV CONGRESO DE SALUD DIGITAL	10/10/18	14/10/18	150

5.2.2.5. 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



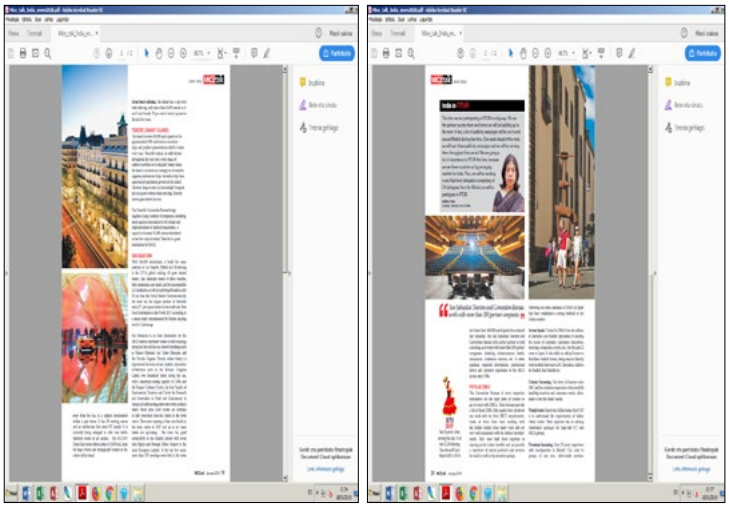
Guía de incentivos: reedición

Kit para la presentación de candidaturas

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

5.2.2.6. PUBLICIDAD Y PRENSA MICE

ENERO: Folletos impresos para distribución y publicación en Blog iMeet de la Oficina de Turismo de Turespaña en Chicago



ENERO: Reportaje en la revista MICE Talk de la mano de Turespaña – India

FEBRERO: Reportaje sobre venues en Donostia / San Sebastián en la revista MEET AND TRAVEL

FEBRERO: Reportaje What´s cool in Spain en el Newsletter de la agencia Liberty International

MARZO: Entrevista y faldón publicitario en el suplemento sobre eventos del periódico EL DIARIO VASCO

OTOÑO 2018: Reportaje sobre el evento IBERIAN MICE FORUM celebrado en Donostia / San Sebastián en junio 2018 en la revista MEET IN.

PRIMER TRIMESTRE 2018:
Reportaje en el Espacial MICE 2018 de HOSTELTUR

5.3. TURISMO DE OCIO

5.3.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS

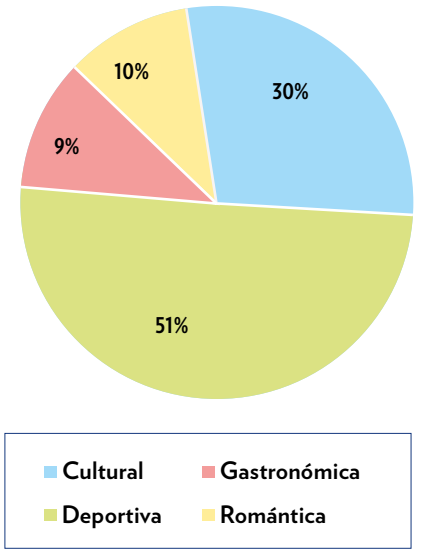
Con el objetivo de brindar un servicio integral, acercar y hacer más accesible al turista las diferentes posibilidades que ofrece el destino, San Sebastián Turismo & Convention Bureau confecciona una amplia variedad de productos propios, además de apoyar y asesorar a las empresas asociadas en la creación 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 y en su tienda online.

5.3.1.1. SAN SEBASTIÁN CITY BREAK: ESCAPADAS

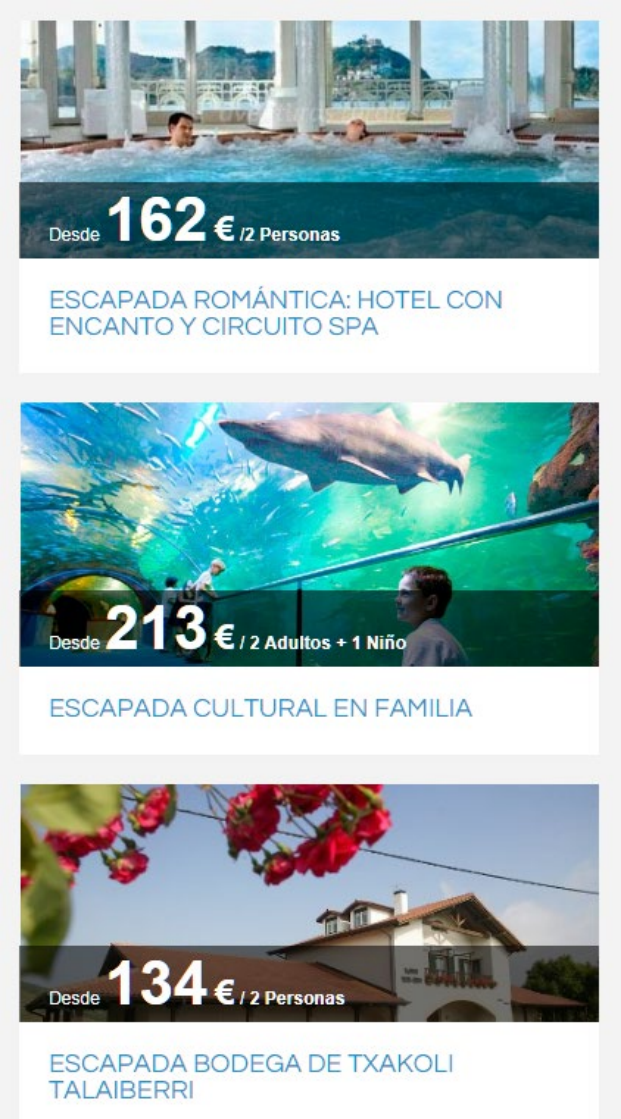
Teniendo en cuenta el auge del turismo de city break en los últimos años, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha diseñado una amplia oferta de **escapadas**. Las escapadas contribuyen al objetivo de desestacionalizar el turismo, a través de diversas propuestas para disfrutar en los 12 meses del año, ofreciendo 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 casi 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, Sport City, Destino Premium- Romántico.

PORCENTAJES POR TIPO ESCAPADA 2018



Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

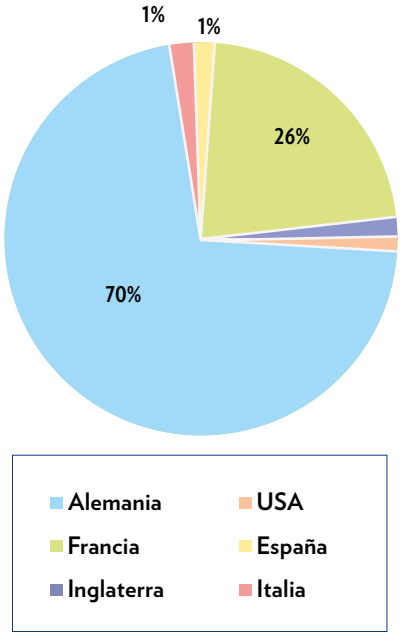


ESCAPADA FESTIVALES: SEMANA DEL TERROR 2018

ESCAPADA SIDRERA AL MUNDO DE LA MANZANA

SAN SEBASTIÁN CULTURAL: MUSEO SAN TELMO, MUSEO BALENCIAGA Y VISITA GUIADA

PROCEDENCIAS ESCAPADAS 2018

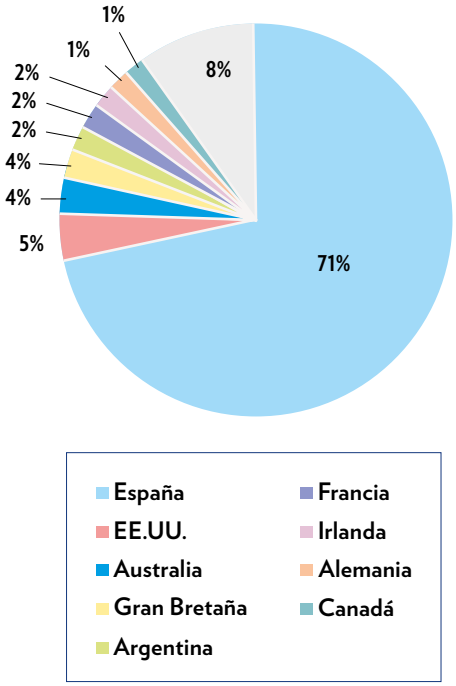


Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

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 varios tipos de visitas.

PROCEDENCIAS VISITAS GUIADAS 2018



Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

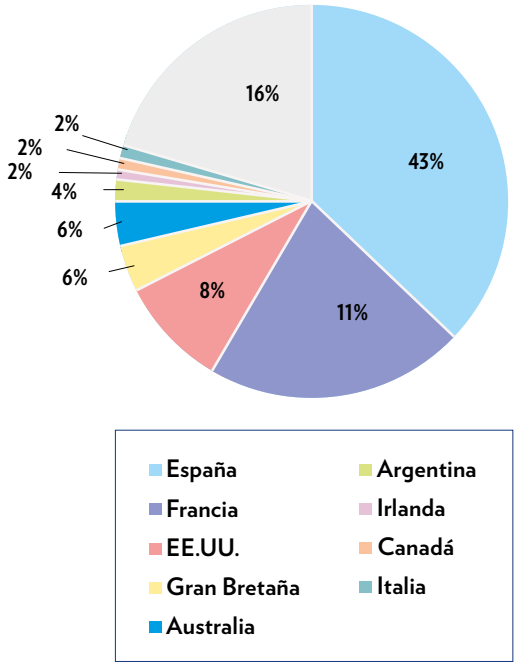
Productos de asociados

Bajo el claim "Feel like a donostiarra", se pone a disposición del turista una **variada oferta de actividades** que incluyen excursiones, visitas guiadas, gastronomía, cultura vasca, actividades en barco & deportes acuáticos y ocio, ofrecidas por diversas **empresas locales asociadas** a San Sebastián Turismo & Convention Bureau:

EXCURSIONES	Camino de Santiago
	Tour Bidasoa
	Tour Costa Vasco-Francesa
	Tour Urola Costa
	Bilbao (Guggenheim) y Gaztelugatxe
	Tour costa Vasco Francesa (Bayona, Biarritz, San juan de Luz y Hendaia)
	Tour costa Gipuzkoa (Orio, Zarautz, Getaria y Zumaia)
	2 bodegas Rioja
	Ruta de los 3 templos
	Txakoli tour
	Txotx y Albaola
	Txotx y mercado Tolosa
	Txotx y quesería DO Idiazabal
	Txotx y ruta Flysch
	Excursión Bus Gipuzkoa Costa
	Excursión Bus Gipuzkoa Interior
GASTRONOMÍA	Tour de pintxos
	Local pintxo tour
	Basque cooking class
	Spanish cooking class
	The essential pintxo cooking class
	Vanguardia de estrellas Re Evolución BBC
	Revolución Vasca BBC
	Summer pintxos edition BBC
BASQUE STYLE	Frontón Galarreta
	Visita + Frontón Galarreta
	Comida/cena en sidrería de Astigarraga + visita al museo Sagardoetxea
	Comida/cena en Petritegi
	Visita quesería Adarrazpi
	Cata maridaje sidras D.O. Sagardo Apurua
	Cata maridaje sidras D.O. Sagardo Apurua + bertsolaris
	Disfrutando de la sidra con Mikel Gardizabal
	Comida menú ballenero
	Txerriboda & Sagardofest
VISITAS GUIADAS	San Sebastián Esencial
	San Sebastián Cultural
	Visita Palacio Miramar
	Visita Egia
	Visita Ondarreta
	San Sebastian City Tour Bus Turístico
	San Sebastian City Tour Tren Turístico
	Bike Tour
	eBIKE
	Monte Urgull
	Total Tour
OCIO	Noche en el Casino
	We are Alive en Mercado San Martin
EXPS. ACUÁTICAS	Catamarán Ciudad de San Sebastián
	Motoras a la Isla
	Alquiler SUP XL
	Alquiler Stand Up Paddle-Piragua-Body Board
	Bono alquiler mixto

El ingreso de productos asociados aumenta en 2018, (pasando de 90.462,45€ en 2017 a 119.915,4€ en 2018) aun descendiendo ligeramente con respecto al 2017 en unidades

PROCEDENCIAS PRODUCTOS ASOCIADOS 2018

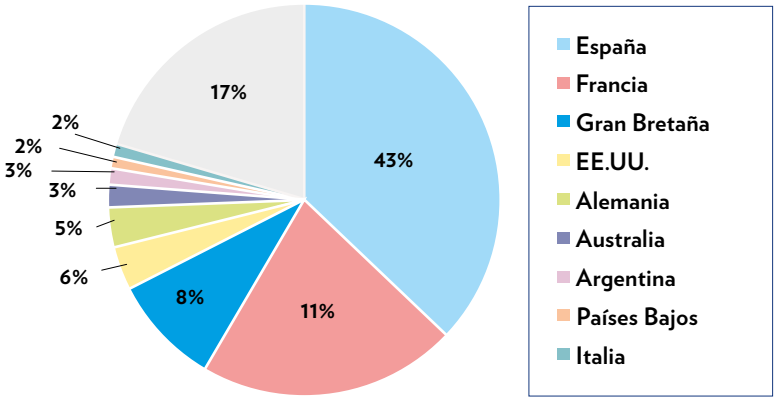


Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

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 (2 tarjetas) para conocer Donostia/ San Sebastián, Gipuzkoa y las capitales de la Comunidad Autónoma.

PROCEDENCIA SSCARD 2018

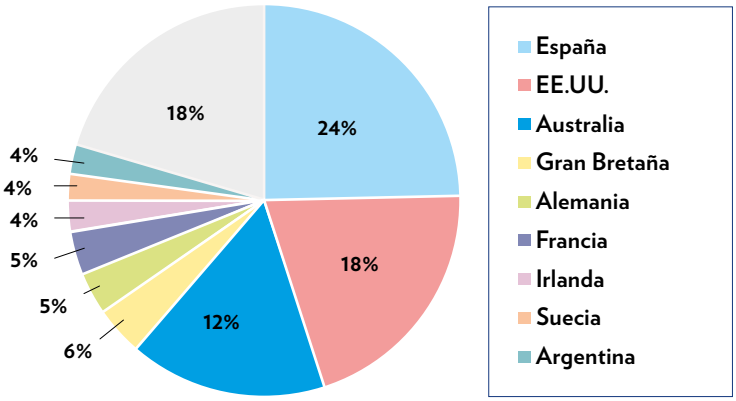


Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Transporte turístico

Dos tipos de transporte turístico (tren y bus) ofrecen al visitante la posibilidad de disfrutar de la ciudad, así como conocer diferentes episodios históricos y curiosidades de la misma a través de sus diferentes rutas. En total se vendieron 44.901 tickets para el bus turístico y 81.864 para el tren turístico.

PROCEDENCIAS BASQUE CARD 2018



Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Los datos comparativos con 2016 y 2017 indican un decrecimiento en el número de visitantes atendidos en oficina. En 2017 este descenso estaba motivado con la apertura, durante todo el año 2016 y con motivo de la Capitalidad Europea de la Cultura Donostia / San Sebastián 2016, de una oficina permanente en Alderdi Eder. En 2018 se mantiene la tendencia descendente con respecto a 2017, pese a trabajar con los mismos recursos, humanos y materiales. Contrastado este dato con otras oficinas del entorno, vemos que es una corriente que se repite en la mayoría, debido a las posibilidades tecnológicas existentes hoy en día para acceder a la información. Esto nos obliga a realizar una profunda reflexión sobre los productos y servicios a ofrecer en el futuro, para hacer que los visitantes, incluidas las generaciones que se incorporan al turismo, se vean atraídos a utilizar sus servicios.

5.3.2. ATENCIÓN AL VISITANTE

TOTAL VISITANTES	2016	2017	2018	
Enero	4.276	4.890	5.797	-18,55%
Febrero	4.892	6.543	5.357	-18,13%
Marzo	19.492	8.000	9.625	20,31%
Abril	23.559	23.493	15.495	-34,04%
Mayo	29.510	20.373	21.642	6,23%
Junio	33.414	25.865	24.444	-5,49%
Julio	58.777	55.394	44.341	-19,95%
Agosto	76.180	75.785	63.893	-15,69%
Septiembre	42.827	44.872	37.953	-15,42%
Octubre	28.534	21.561	21.574	0,06%
Noviembre	9.767	9.408	9.248	-1,70%
Diciembre	14.114	9.897	8.328	-15,85%
TOTAL	345.342	306.081	267.697	-12,54%

*En estos datos sólo se incluye la atención en oficina y no la máquina de planos.

Fuente: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

5.3.3. FERIAS Y WORKSHOPS

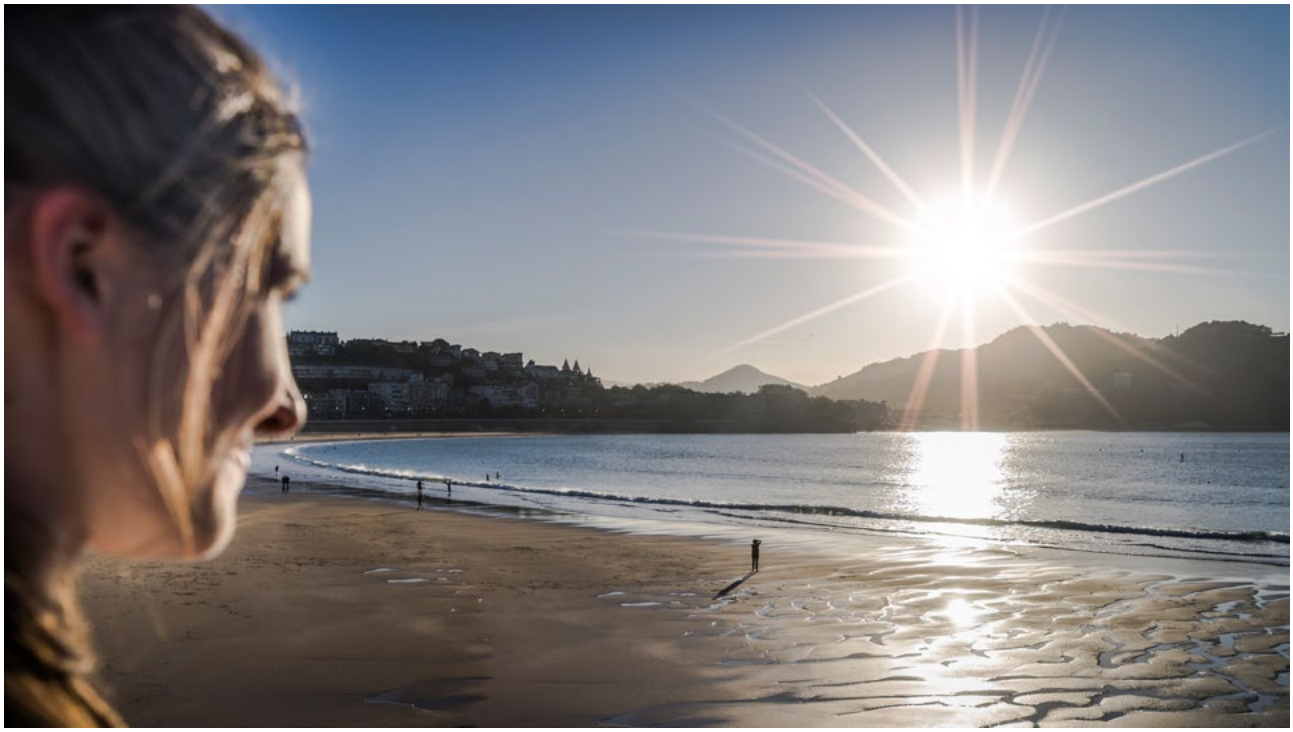
Como ya se ha mencionado anteriormente, la ciudad cuenta ya con mayor número de visitantes extranjeros que nacionales, tal y como establecía el anterior Plan Director. Con el objetivo de seguir trabajando la internacionalización que también recoge el plan actual, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ejerce una labor de promoción, sobre todo en el extranjero, acudiendo a las ferias profesionales y generalistas más importantes del sector turístico junto a Basquetour y Turespaña.

Cabe destacar el éxito de la feria JATA de Japón por el gran interés que tiene este mercado en Donostia / San Sebastián.

Por otro lado, ha apoyado a diversos socios en la participación en ferias especializadas en los siguientes ámbitos:

- Running
- Accesibilidad
- Turismo idiomático

NACIONALES	INTERNACIONALES
FITUR (Madrid)	Salon de Tourisme (Toulouse)
Navartur (Pamplona)	ITB (Berlin)
Sevatur (Donostia / San Sebastián)	Workshop OET La Haya (Rotterdam)
B-Travel (Barcelona)	Festival Basques a Bordeaux
Expovacaciones (Bilbao)	Jata (Japón)
INTUR (Valladolid)	WTM (Londres)
Destinos Euskadi (Valencia)	



5.3.4. FAM TRIPS O VIAJES DE AGENTES

San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha participado y colaborado en **14 viajes de familiarización** que se han centrado en los ámbitos estratégicos para la entidad como: City Break, Gastronomía y Premium. En cuanto a mercados destacan el alemán, estadounidense y británico.

En este apartado, también se ha colaborado con los socios tanto de agencias de receptivo, hoteles, hostelería, transporte, empresas de recursos turísticos, etc. así como con socios especializados en un turismo accesible, al tratarse de un sector clave para la promoción del turismo.

Cabe destacar, el interés del mercado alemán por conocer y profundizar en el destino y el aumento de los viajes VIP o Premium.

AGENCIA-ORGANIZADOR	TIPOLOGÍA	Nº AGENTES	MES	PAIS ORIGEN
Njoy	Moda	1	Marzo	Taiwan
Prestiges	Premium	14	Abril	Rusia
Oet singapur	Gastronomia activo	5	Mayo	Australia-Nueva Zelanda
Diesenhaus	Familiar	3	Mayo	Israel
Satori world travel	City break	1	Junio	Francia
Granada exclusive	Premium	1	Julio	España (cliente EE.UU.)
Alemania basquetour	Cultural	6	Septiembre	Alemania
Black tomato	Premium-gastronomía	2	Septiembre	Uk
Msg tours	City break	2	Septiembre	Uk
Austria basquetour	City break	5	Octubre	Austria
Geldhauser reisen	Cultural	11	Octubre	Alemania
Korean air	Premium	10	Noviembre	Korea
Tailored spain	Premium	10	Noviembre	EE.UU.
Runa reisen	Accesibilidad	1	Noviembre	Alemania

5.3.5. PUBLICACIONES

Las publicaciones de San Sebastián Turismo & Convention Bureau son una importante y potente herramienta para promoción de la ciudad como destino turístico por la variedad y distribución masiva de las mismas.

Renuevan su contenido cada año para adaptarse a las nuevas necesidades de información del destino y de los socios de la entidad y en 2018 este cambio ha sido mayor que en años anteriores con el objetivo de responder a las necesidades planteadas en el Plan Director de Turismo 2017-2021. Así, este documento recoge la importancia de desconcentrar el impacto turístico en la ciudad, de forma que, todos los barrios y los socios que trabajan en ellos disfruten de sus beneficios.

Este enfoque se ha trasladado a las principales publicaciones y tanto la guía 'Ongietorri' y sus 45.000 ejemplares en seis idiomas como el mapa de alojamiento y sus 10.000 ejemplares, han presentado la oferta turística de la ciudad distribuida en diferentes zonas o barrios.

La guía se ha renovado completamente para apoyar la estrategia de desconcentración: mediante el apartado '**Donostia barrio a barrio**' se han recogido los barrios en siete zonas con atractivos turísticos y los apartados tanto de restauración como de alojamiento también se han diseñado en base a este criterio.

Además, y teniendo en cuenta al visitante Foodie, se han creado diversas rutas de pintxos, también organizadas por barrios. Esta no ha sido la única novedad del apartado de gastronomía, ya que, al listado de restaurantes de socios se les ha añadido información de interés como su tipo de cocina, sus especialidades y los precios tanto del menú, de la carta como del menú degustación o fin de semana.

En 2018 además de mantener todas las publicaciones del año anterior, se han realizado diversos contenidos nuevos dirigidos a los públicos recogidos en el Plan Director 2017-2021:

- **Art in San Sebastian':** dirigido a los visitantes interesados en el ámbito cultural, denominado como público *Cool* en el Plan Director, y junto con la consultora Koma Zerbitzu Kulturalak se diseñaron tres rutas escultóricas y se completaron con las galerías de arte y los centros expositivos de la ciudad. Esta publicación busca posicionar a Donostia como un destino idóneo de *city break* con múltiples posibilidades de disfrutar de la cultura.

- **'Made in San Sebastián':** junto a Clúster de Moda *Donostia Moda* se diseñó e imprimió una guía de compras con la intención de promover los comercios locales que hacen de la ciudad un escaparate único de *shopping*, otra de las líneas a trabajar en el nuevo Plan Director.

  Además, se han aglutinado los socios de San Sebastián Turismo & Convention Bureau y algunas de las marcas más relevantes de la ciudad en torno a 10 rutas temáticas de compras y se han publicado en PDFs y una publicación impresa que recoge todos los establecimientos en un mapa.

Ampliar difusión de las publicaciones

Para que los socios de San Sebastián Turismo & Convention Bureau conocieran las nuevas publicaciones se les enviaron físicamente diversos ejemplares de varias de ellas, como, por ejemplo, diversos ejemplares de la Guia Ongietorri en cuatro idiomas y se les ofreció un descuento en la compra al por mayor. El objetivo era difundir lo máximo posible la guía y convertirla en la guía oficial de la ciudad. De esta forma, se vendieron más de 5.000 ejemplares.

Además de este envío, se han realizado otros dos envíos físicos a los socios a lo largo del año, para mantenerles informados de los servicios que ofrece San Sebastián Turismo & Convention Bureau:

- En verano las actividades ofrecidas de venta en nuestra oficina: publicación que recoge las actividades y servicios de los socios, la de visitas guiadas y la de comercios denominada 'Made in San Sebastián'.
- En diciembre la Agenda de Navidad y el mapa con los comercios socios con el objetivo de impulsar las ventas típicas de esta época del año.

Ingresos publicitarios obtenidos gracias a la comercialización de espacios publicitarios

La venta de espacios publicitarios en las publicaciones ha generado más de 40.000 € a la sociedad en ingresos netos.

Se venden espacios publicitarios en el mapa de la ciudad y en la guía Ongi Etorri.

La comercialización de la guía Ongi Etorri, cuyo precio para el visitante es de 1€, no solo contribuye a generar recursos propios, sino a reducir la impresión y la distribución de las mismas. siendo una difusión mucho más sostenible y razonable.

5.4. GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

Los últimos años se ha reforzado la idea de la necesidad de gestionar de forma global el destino turístico, teniendo en cuenta los tres grandes agentes involucrados en el destino: el visitante, el residente y sus empresas turísticas.

Por ello, y dentro de las premisas marcadas por el Plan Director de Turismo 2017 – 2021, en el segundo semestre de este año 2018 se ha culminado la creación de un área de Gestión de Destino, dentro de la organización de San Sebastián Turismo & Convention Bureau.

Esta área desarrolla acciones y líneas de trabajo que ya se venían trabajando en los últimos años, como la gestión de las empresas asociadas, la competitividad de las empresas turísticas asociadas, el liderazgo y gobernanza respecto a otros departamentos de la administración pública y las acciones de gestión directa sobre el destino: señalización turística, de hoteles, movilidad, accesibilidad...

5.4.1. ACTUACIONES CON EL SECTOR

5.4.1.1. JORNADAS Y TALLERES

Este año se ha continuado con la labor de formar a las empresas turísticas asociadas en materias y conceptos novedosos que están surgiendo en el devenir del sector, como la aplicación del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos, o temas relacionados con Internet, tales como el posicionamiento SEO, reputación Online o la gestión de las redes sociales.

Por otra parte, las jornadas organizadas por San Sebastián Turismo & Convention Bureau, junto a las empresas asociadas, tiene como objetivo seguir trabajando de forma coordinada con el sector privado, incidiendo en la cooperación, la creación de sinergias entre empresa y la mejora de los servicios ofertados y de las experiencias vividas por los visitantes.

JORNADA	LUGAR	FECHA	ASISTENTES		VALORACIÓN (1-10)
			EMPRESAS	PERSONAS	
Evento Haciendo Equipo	Kutxa Ekogunea	14/02/2018	26	32	8,76
Posicionamiento SEO LOCAL + Google Maps	Hotel Amara Plaza	07/03/2018	26	35	9,12
Taller Nuevo Reglamento de Protección de Datos	Hotel Londres y de Inglaterra	11/04/2018	43	57	8,45
Reputación on-line	Hotel Amara Plaza	23/05/2018	26	28	9
Taller Redes Sociales II	Hotel Amara Plaza	17/10/2018	23	25	8,84
Evento Haciendo Equipo (Cierre)	Hiruzta Bodega	21/11/2018	28	37	8,74
Celebración Anual Socios	Palacio Miramar	17/12/2018			
TOTAL ASISTENTES			172	214	8,82

5.4.1.2. ACCIONES DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Programa de Buenas Prácticas en el Destino (SICTED)

- **Proyecto SICTED,** proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos. Trabajo continuo con **38 empresas**; de las cuales **todas** pasaron satisfactoriamente la evaluación externa y han mantenido el Compromiso con la Calidad Turística.

- **3 reuniones informativas** (Reuniones desayuno). Los días 31 de enero, 2 y 7 de febrero se han organizado 3 reuniones-desayuno para recordar el cumplimiento de todos los requisitos para mantener el Compromiso de calidad Turística.

- **16 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 Cliente Misterioso (ciclos pares).

Este año se han realizado **26 evaluaciones documentales** y **12 Clientes Misteriosos.**

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

- Dentro del proyecto de **Buenas Prácticas en el uso de las TIC´s,** programa dirigido a mejorar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, se ha trabajado en la implementación y mejora de estas Buenas Prácticas **con 15 empresas.**

- **41 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	0
3. AVANZADO	3
4. BASICO	0
4. AVANZADO	9

El día 16 de mayo de 2018 San Sebastián Turismo & Convention Bureau asistió al **Acto oficial de reconocimiento de Programas de Innovación y Calidad** en el Museo Artium de Vitoria-Gazteiz organizado por el Gobierno Vasco donde se entregaron los Diplomas de Compromiso con la Calidad Turística -SICTED y/o los Diplomas acreditativos de la participación y superación del nivel en el Programa de Buenas Prácticas en el uso de las TIC.

5.4.2. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Cada año cobra más importancia el concepto de la sostenibilidad en el turismo, aplicada de forma transversal, impregnando todas las acciones y proyectos que se van desarrollando.

Para ello, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha seguido liderando encuentros y trabajando coordinadamente con diferentes departamentos de la administración local (Presidencia, Movilidad, Mantenimiento y Servicios Urbanos, etc.) como con la Diputación y Gobierno Vasco.

Se ha desarrollado, junto a la dirección del Consorcio del Palacio Miramar y con apoyo de Basquetour, la puesta en valor de la planta noble del palacio y su historia, mediante paneles explicativos en cuatro idiomas expuestos en los jardines. Además, y para conseguir que sea un atractivo turístico tanto para los residentes como para visitantes, se han abierto por primera vez salones del palacio al público general, mediante visitas guiadas realizadas en cuatro idiomas. De esta forma se ha conseguido recuperar para el público un recurso turístico como es el Palacio de Miramar, reforzando la descentralización del flujo turístico.

Promovido por Basquetour, se ha realizado un diagnóstico piloto aplicando la metodología de **Destinos Turísticos Inteligentes de Segittur** (Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas) en Donostia / San Sebastián. Dicha metodología analiza el destino turístico en 5 ejes: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación y tecnología.

5.4.2.1. ACTUACIONES ACCESIBILIDAD (DIVERSIBILIDAD FUNCIONAL)

Se ha continuado con la línea de trabajo sobre la accesibilidad turística de la ciudad iniciada el año 2017.

En primavera, San Sebastián Turismo & Convention Bureau organizó junto con las empresas especializadas Basqueforall, ZA y Errotu y con la colaboración de la Asociación de Hotelería de Gipuzkoa, una jornada con representantes de empresa turísticas privadas, técnicos de diferentes áreas de la administración pública y asociaciones de usuarios con diversidad funcional. En esta jornada se trabajó de forma general los puntos fuertes y débiles de la accesibilidad en la cadena turística, y se detectaron las principales necesidades.

Tras esta jornada, San Sebastián Turismo & Convention Bureau encargó un diagnóstico de la situación de la accesibilidad turística de Donostia / San Sebastián. En él se plantean una serie de acciones a poner en marcha para mejorar esos puntos débiles y cubrir la necesidad más imperiosa: informar sobre el estado real de accesibilidad del destino.

El 1 y 2 de octubre se participó en el congreso "2nd World Summit on Accessible Tourism", celebrado en Bruselas junto a diferentes organismos y entidades que se encargan de gestionar la accesibilidad turística a nivel mundial.

5.4.2.2. ACTUACIONES DE MEJORA EN LAS INFRAESTRUCTURAS: MOVILIDAD, ACCESIBLIDAD, SEÑALIZACIÓN

Se han retomado las reuniones estratégicas principalmente con el departamento de Movilidad del Ayuntamiento para tratar varios temas importantes que siguen siendo sensibles para el sector turístico y para la ciudad: la señalización y accesos a los nuevos hoteles, la gestión de los autobuses discrecionales, la gestión de los autobuses de congresistas al palacio de congresos Kursaal, análisis de la puesta en marcha del nuevo servicio de ventanilla única para permisos Hazi. También se ha trabajado en la intermediación entre el departamento de Movilidad y organizadores de eventos relevantes..

5.4.2.3. ACTUACIONES VINCULADAS A LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

Asimismo, se ha participado en proyectos para impulsar acciones relacionadas con la mejora de la gobernanza:

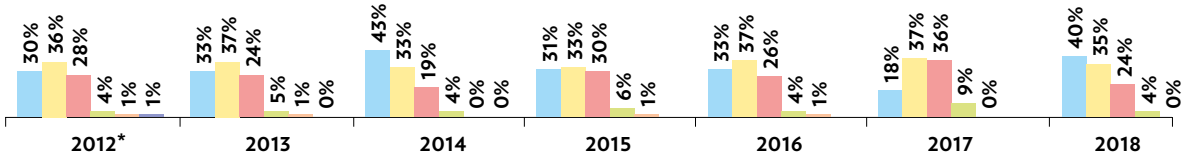
Proyecto Parte Vieja. Dentro del Plan de Ciudad "Donostia Lagunkoia", promovido por el Ayuntamiento se han desarrollado varias jornadas de trabajo en las que San Sebastián Turismo & Covention Bureau ha participado y que tiene como fin la reflexión sobre los diferentes usos y necesidades que puede tener un espacio público tan sensible y singular como la Parte Vieja Donostiarra, dependiendo del punto de vista del que lo disfruta: vecinos de edad avanzada, comerciantes, hosteleros, jóvenes, niños, turistas...

5.4.3. ENCUESTA DE DESTINO

GRADO DE SATISFACCIÓN - EVOLUCIÓN

GLOBALMENTE, ¿CÓMO CALIFICA SU VISITA A SAN SEBASTIÁN?

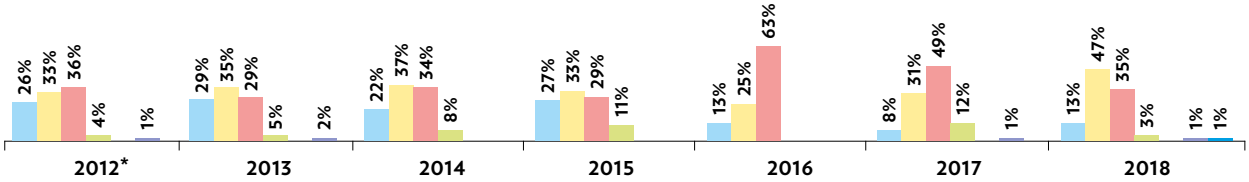
PERNOCTA



(Nota de 0 a 10) 10 9 8 7 6 5

2012	8,88
2013	8,95
2014	9,13
2015	8,87
2016	8,97
2017	8,63
2018	9,11

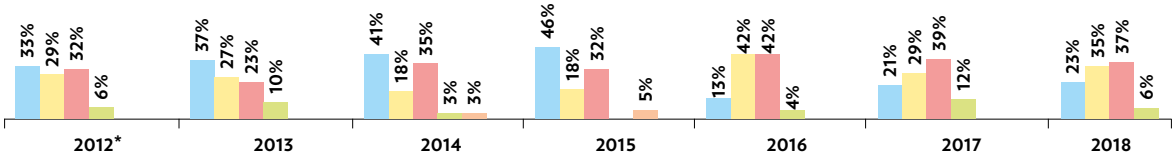
TURISTA QUE NO PERNOCTA EN EL TÉRMINO MUNICIPAL



(Nota de 0 a 10) 10 9 8 7 6 5 4

2012	8,76
2013	8,85
2014	8,72
2015	8,76
2016	8,50
2017	8,31
2018	8,62

EXCURSIONISTA



(Nota de 0 a 10) 10 9 8 7 6

2012	8,89
2013	8,93
2014	8,91
2015	9,00
2016	8,63
2017	8,60
2018	8,75

6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

6.1. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA

El servicio de Información y Acogida renueva durante el año 2018 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.**

6.2. PREMIOS ADICIONALES DURANTE 2018

Finalista en XV Premios Internacionales ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO en reconocimiento a la innovación y la sostenibilidad (el resultado final se dará a conocer en septiembre de 2019 en la Asamblea General de la OMT)

Ponencias en las que ha participado San Sebastián Turismo & Convention Bureau

- Participante en mesa redonda sobre el tema: "*Gestión de infraestructuras y espacios públicos*" dentro del Encuentro sobre Turismo de Reuniones y asamblea del Spain Convention Bureau. Las Palmas, 5 y 6 de julio de 2018.
- Panelista Sesión Plenaria "*Looking Towards 2030: An Innovative Approach to Competitiveness in Urban Destinatios*" dentro del 7th UNTWO GLOBAL SUMMIT ON URBAN TOURISM. Seúl. 16-19 septiembre 2018.
- Ponente en "*Ecotourism & Sustainable Tourism Conference 2018*". Jeju. Corea. 19-20 septiembre 2018.
- Panelista en mesa redonda sobre "*Colaboración público-privada en el desarrollo de City Breaks*" en la Conferencia de la OMT sobre "City Breaks: generando experiencias". Valladolid, 15 de octubre de 2018.
- Participante en mesa redonda "Global trends and best practices", dentro del Istria Groumet Festival. Rovinj. Croacia. 30 de octubre 2018.
- Ponente en "Casos de éxito en planificación, gestión y promoción en destinos turísticos gastronómicos", dentro de Claves para construir el turismo gastronómico de la región de Murcia". Murcia noviembre 2018, 14 noviembre 2018.
- Ponencias: "*Situación actual y gestión por parte de las distintas administraciones de los alojamientos turísticos*" y panelista en mesa redonda "*Impacto económico del turismo de congresos y eventos*" dentro del V Foro de Novedades en el sector turístico. Valladolid, 23 de noviembre de 2018.
- Ponente en "¿Cómo Fomentar la Sostenibilidad e Inteligencia Turística en Euskadi? dentro de la Jornada organizada por Basquetour en colaboración con EVE e IHOBe. San Sebastián 23 de noviembre 2018.
- Ponente en Claves para diseñar un destino de turismo gastronómico sostenible", dentro de "Cocinando destinos gastronómicos". Tenerife 28 noviembre 2018.
- Ponencia "*Soluciones innovadoras para mejorar la competitividad en los destinos*", dentro de la Conferencia "El potencial y los retos de las regiones ultraperiféricas de la Macronesia para lograr un desarrollo azul sostenible". Lanzarote, 12 de diciembre 2018.

7. PARTICIPACIÓN EN REDES EUROPEAS

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

- **ICCA - International Congress & Conference Association**
  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, Digital Knowledge, Statistics and Research.

- **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.

- **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, aprendizaje, creatividad, innovación, sostenibilidad, eficacia... Empresas resolutivas y que además ofrecen una alta calidad en la gestión de servicios.

- **Destinos Euskadi**
  Red que tiene como objetivo principal la promoción de los destinos agrupados bajo esta marca y compuesta por, Bilbao Turismo, el servicio municipal de congresos y turismo de Vitoria-Gasteiz, Bidasoa Activa (Hondarribia, Irún y Hendaya), la oficina de turismo de Zarautz y San Sebastián Turismo.

- **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 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 está formado por 70 empresas e 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.

- **European Best Destination:**
  Se trata de una organización europea ubicada en Bruselas cuyo objetivo es promocionar cultura y turismo en Europa en colaboración con los entes de turismo y la red EDEN. Promociona la diversidad, calidad y diversidad de los destinos europeos.

- **Euskadi Costa Vasca:**
  Una red equilibrada de destinos turísticos conformada por productos y servicios turísticos singulares y de calidad, adecuados a la demanda, rentables económicamente, compatibles con el medio ambiente y con la identidad local, y que generen el máximo bienestar social.

8. VISITAS DE DELEGACIONES

A lo largo de 2018 se atendieron diversas delegaciones internacionales interesadas en aprender sobre la ciudad y su estrategia turística:

- Delegación Campeche-México: 25/01/2018
- Delegación Seoul-Corea del Sur: 21/03/2018
- Delegación Zagreb-Croacia: 25/04/2018
- Delegación Hisayama-Japón: 7/05/2018
- Delegación Bangkok-Tailandia: 24/05/2018
- Delegación Sapporo-Japón: 19/10/2018