



**Donostia
San Sebastián**

memoria 2024

ESP

índice

1. INTRODUCCIÓN PLAN DIRECTOR 2023-2027	4
2. GESTIÓN DEL TURISMO TURISMO Y CIUDAD	5
3. DONOSTIA TURISMOA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	6
3.1. Consejo Administrativo	6
3.2. Consejo Consultivo	6
3.3. Establecimientos asociados	7
3.4. Balance económico	9
4. ACTUACIONES 2024	10
4.1. Gestión del turismo	10
4.1.1. Regulación de la actividad turística	10
4.1.2. Sostenibilidad turística	11
4.1.2.1. Actuaciones de sostenibilidad medioambiental	11
4.1.2.2. Actuaciones de sostenibilidad social	11
4.1.2.3. Actuaciones de sostenibilidad económica	13
4.1.3. Actuaciones de mejora del destino	14
4.1.4. Gobernanza	15
4.1.4.1. Sector privado	15
4.1.4.2. Sector público	15
4.1.5. Observatorio	15
4.1.6. Análisis de los eventos del Turismo MICE	16
4.2. Turismo MICE	17
4.2.1.1. Congresos, convenciones y jornadas	20
4.2.1.2. Ferias	22
4.2.1.3. Incentivos	23
4.2.2. Captación de eventos profesionales	24
4.2.3. Captación de incentivos	28
4.2.4. Acciones de promoción y comercialización	29
4.3. Turismo de ocio	33
4.3.1. Productos turísticos	33
4.3.1.1. Productos propios	34
4.3.1.2. Productos de empresas asociadas	37
4.3.2. Comercialización de productos turísticos	40
4.3.3. Ferias y workshops	40
4.3.4. Fam Trips, AAVV y TTOO atendidos	45
4.3.5. Atención a la persona visitante	46
4.4. Marketing y comunicación	48
4.4.1. Estrategia de posicionamiento de Destino	48
4.4.2. Estrategia de posicionamiento de la entidad Donostia Turismoa	55
4.4.3. Patrocinios: apoyo a eventos y proyectos locales	58
4.4.4. Acciones de fidelización turistas	59
4.4.5. Desarrollo de materiales para la atención de visitantes	60
4.4.6. Captación de nuevas empresas asociadas	63
4.4.7. Web y landings DSS Turismoa	65
4.4.7.1. Nuevas funcionalidades, mejoras WEB	72
4.4.8. Campañas de comunicación y acciones destacadas	75
4.4.8.1. Redes sociales	78
4.4.8.2. Colaboración con medios especializados	84
4.4.8.3. Acciones de comunicación	85
4.4.9. Donostia / San Sebastián en los medios y rankings	88
5. ORGANIZACIÓN DE DSST	89
5.1. Personas de DSST	90
5.2. Plan de euskera	94
5.3. Plan de igualdad	95
5.4. Compromiso medioambiental	96
6. PARTICIPACIÓN EN FOROS Y JORNADAS	97
7. PARTICIPACIÓN EN REDES	99

8. BALANCE TURÍSTICO DEL DESTINO.....	101
8.1. Entrada de personas viajeras	101
8.2. Pernoctaciones	102
8.3. Estancia Media	104
8.4. Grado de ocupación	104
8.5. Empleo	105
8.6. Internacionalización del destino.....	106
8.7. Donostia / San Sebastián, ciudad tractora del territorio.....	107
8.8. Medios de transporte para llegar a la ciudad	107
8.9. Tipología y perfil de quienes nos visitan	108
8.10. Índice de satisfacción de quienes nos visitan.....	110

1. Introducción Plan Director 2023-2027

Donostia / San Sebastián cuenta con un Plan Director de Turismo Sostenible, Visit – Bizi 2023-2027, creado con la voluntad de dar respuesta a la evolución y transformación del turismo a nivel global, desde la perspectiva local y con un enfoque integral. Se trata de un documento de trabajo participado, elaborado con la valiosa contribución de un extenso colectivo de personas expertas, profesionales del sector privado y público, la representación política y la ciudadanía.

Los principales objetivos de este Plan son:

- 1. La prosperidad en la ciudad y el bienestar de los y las donostiarros.**
- 2. La sostenibilidad medioambiental, económica y social.**
- 3. El equilibrio entre la ciudadanía, los y las visitantes y el sector turístico.**
- 4. La calidad de vida y de visita frente a la cantidad de visitantes.**

Sin duda se están consolidando los patrones de comportamiento y consumo de la sociedad que venimos observando en los últimos años; continúa el avance de la revolución tecnológica, imparable con la irrupción de la IA, mientras la sostenibilidad se afianza como uno de los principales ejes que nos preocupan y ocupan. Todo ello, sin perder de vista la convulsa situación política, social y económica a nivel global que nos afecta inevitablemente en mayor o menor grado.

Cada vez se evidencia más la evolución en la que nos hallamos inmersos los destinos turísticos, poniendo más peso en la gestión de nuestros ámbitos de actuación, sin olvidar la promoción en términos mucho más dirigidos y selectivos. Todo ello nos lleva a poner el foco con mayor intensidad en la gobernanza, principio clave en las relaciones tanto en ámbitos públicos entre diferentes niveles de la administración como en el sector privado: todo está interrelacionado.

—> **El desarrollo sostenible y respetuoso es condición *sine qua non* para asegurar el futuro del turismo y debe abordarse desde un enfoque transversal**

El turismo tiene que ser responsable y corresponsable entre todos los agentes intervinientes: sector público y privado, visitantes y también ciudadanía, cada uno a su escala para garantizar el desarrollo socioeconómico de la comunidad local, la preservación de la cultura e identidad y el equilibrio a nivel medioambiental.

Finalmente, todo confluye y concluye en entender que la política turística tiene que formar parte de la estrategia de ciudad, no como un elemento paralelo, sino como un elemento indisoluble de la misma.

2.

Gestión del Turismo

Turismo y ciudad

El objetivo principal del Ayuntamiento y por ende de Donostia Turismoa en estos ámbitos está siendo en profundizar en la gestión del turismo.

Todos los análisis a nivel global sobre la evolución del turismo a futuro indican que, sin lugar a dudas, el turismo va seguir en auge durante los próximos años. La actividad turística se ha convertido en un “must” al que la sociedad actual no está dispuesta a renunciar, convirtiéndose en un elemento de gran relevancia en la distribución del gasto de las familias.

El concepto de turismo es cada vez más amplio; se incorporan nuevas tendencias, nuevos perfiles de visitantes, nuevos escenarios, que generan nuevas necesidades y oportunidades, que en definitiva suponen un reto para los destinos turísticos, en particular en la convivencia, en el equilibrio entre la ciudadanía, los y las visitantes y las empresas.

Este fenómeno global nos afecta a todos los destinos turísticos, pero no de la misma manera. Se trata de un fenómeno mundial, pero que se debe estudiar desde la perspectiva local.

Por tanto, es crucial analizar con rigor, con datos cuantitativos, pero también cualitativos el alcance de la actividad turística y sus externalidades en su ámbito concreto de desarrollo: Donostia / San Sebastián.

Ello nos llevará a una mejor y más profunda gestión del turismo siempre acorde a la realidad de la ciudad y poniendo a la ciudadanía en el centro. Lo cual sin duda revierte en la mejora de la competitividad de nuestra industria turística y en la calidad de la visita de ese turista responsable al que nos dirigimos.

Se trata de abrir el foco a una gestión transversal del turismo a nivel municipal que incorpora a diferentes áreas, más allá de la Sociedad de Turismo. Fruto de esta reflexión, se ha dado el paso de llevar la gestión del turismo a la centralidad del Ayuntamiento con el objetivo de implantar una forma de trabajar con visión 360° directamente integrada en la estrategia de ciudad.

→ **Se lleva la gestión del turismo a la centralidad del Ayuntamiento con visión 360°**



3.

Donostia Turismoa Estructura Organizativa

“San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa, S.A.”, fue creada 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.

Formado por:

- Eneko Goia
Presidente
- Raúl Fernández
Vicepresidente
- Miren Albistur
- Nerea Aramburu
- Borja Corominas
- Iñigo García
- Jon Insausti
- Laura Larrión
- Victor José Lasa
- Laura Mateos
- Jon Markel Ormazabal
- Pilar Pascual

3.2.

Consejo Consultivo

El Consejo Consultivo es el órgano asesor del Consejo de Administración de la Sociedad.

Sectores representados y personas que lo constituyen:

- **AAVV y DMC:** Laura Larrión
- **ALOJAMIENTOS:** Raúl Fernández
- **COMERCIOS:** Nerea Aramburu
- **HOSTELERÍA:** Laura Mateos
- **INFRAESTRUCTURAS:** Iker Goikoetxea
- **ORGANIZADORES DE EVENTOS Y REUNIONES:** Maite Aizpuru
- **RECURSOS CULTURALES, MUSEÍSTICOS Y DE OCIO:** Pilar Pascual
- **SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:** Alexis Mindegia
- **SERVICIOS TURÍSTICOS:** Iñigo Ansa
- **TRANSPORTES:** Óscar Iparraguirre

3.3. Establecimientos asociados

Donostia San Sebastián Turismoa ha contado con 325 empresas asociadas en 2024.

Alojamientos

- A ROOM IN THE CITY
- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- APARTURE
- ARIMA HOTEL & SPA
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN
- CAMPING WECAMP SAN SEBASTIAN
- COLO COLO HOSTEL
- EMYRENT
- FEELFREE
- FEELFREE STAYS ANTIGUO
- HOTEL AKELARRE
- HOTEL ANTIK SAN SEBASTIAN
- HOTEL ARBASO
- HOTEL ARRIZUL CONGRESS
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL BED4U SAN SEBASTIAN
- HOTEL BED4U ZURRIOLA
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL ILUNION SAN SEBASTIAN
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL MARIA CRISTINA
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL NH COLLECTION ARANZAZU
- HOTEL NIZA
- HOTEL OKAKO
- HOTEL ONE SHOT TABAKALERA HOUSE
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL PARMA
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL TRES REYES SAN SEBASTIAN
- HOTEL VILLA FAVORITA
- HOTEL WELCOME GROS
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- HOTEL ZINEMA 7
- HOTELES DE GIPUZKOA
- KOB ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTEL
- LIVENSA LIVING STUDIOS SAN SEBASTIAN
- NEKATUR - Asociación de Alojamientos Rurales de Euskadi
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALTAIR
- PENSION ARTEA
- PENSION ATOTXA ROOMS
- PENSION COMPLEJO AMETZAGAÑA
- PENSION CRISTINA ENEA ROOMS
- PENSION EL PUERTO
- PENSION GARIBAI
- PENSION GROSEN
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION IRUNE
- PENSION ITXASOA
- PENSION KOXKA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION KURSAAL
- PENSION SAN MARTIN
- PENSION UR-ALDE
- RESIDENCIA UNIVERSITARIA M. AGUD QUEROL
- SERCOTEL CODINA
- THE RENTALS COLLECTION
- THE SOCIAL HUB SAN SEBASTIÁN
- UBA HOSTEL
- VILLA MAGALEAN HOTEL & SPA

Agencias de Viajes y DMC

- BASQUE DESTINATION
- BASQUETRAVEL, Tasteful Experiences
- EQUINOCCIO VIAJES
- GS INCOMING-DMC
- HAGOOS - YOUR BASQUE COUNTRY DMC
- IKUSNAHI
- INBASQUE DMC
- LOCAL EXPERTS TOURS
- MIMO BITE THE EXPERIENCE
- SAGARDOA ROUTE
- SLOW-WALKING
- TENEDOR TOURS

Comercios

- ABIAN SKATEBOARDS
- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- ALBOKA
- ANHELO
- ARAMENDIA PASTELERIA
- ARBELAITZ
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BERRIZ
- BIOBIZI
- BOMBONERIA MAITIANA
- BOX SAN SEBASTIAN
- CALMA YOGA STUDIO
- CASA OTAEGUI
- DOLLS
- EL TURISTA
- ELKAR
- FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GARRARTE
- GOIURI BIKINI DENDA
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IRULEA

- IZARBIDE
- JOYERIA AYESTARAN
- JOYERIA CASA MUNOA
- KBERBI NEW
- KOLOREKA
- LA BICICLETA
- LA PEROLA
- MARIA KALA'S
- MASSAY HEALTH INSPIRATION
- MICHAEL'S
- MINER
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- NOVENTA GRADOS
- OH MY BIKE!
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PERFUMERIA URBIETA
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS
- SANSE BIKES
- SICOS
- SOLCA
- SUPERDRY
- TESTONE
- TONI PONS
- VIANDAS DONOSTIA
- YO SALUD ESTÉTICA

Hostelería

- ALTZUETA SAGARDOTEGIA
- AMUITZ CERVECERIA
- ANTONIO BAR
- ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- BAR AUKERA
- BAR CAFETERIA LA PERLA
- BAR CASA BARTOLO ETXEA
- BAR CASA UROLA
- BAR CASA VERGARA 1948
- BAR GANBARA
- BAR GURE TXOKO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR KIKI
- BAR LA CEPA DE BERNARDO
- BAR LABRIT BERRI

- BAR MARTINEZ 1942
- BAR OLIYOS
- BAR TAMBORIL
- BAR TXIRRITA
- BAR URTXORI BI
- BAR ZUMELTZEGI
- BODEGA DE SIDRA ABURUZA
- BOKADO EVENTOS
- CAFETERIA AVENIDA XXI
- DIONI'S BAR
- DISCOTECA BATAPLAN
- DIVINUS CATERING
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- KATA4 OYSTER BAR
- LA CERVECERIA DEL ANTIGUO
- LA REBOTIKA BAR
- LA VIÑA BAR
- MALA GISSONA BEER HOUSE
- MUXUMARTIN
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA 1997
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE BIARRITZ
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE DOÑA CHEPINA
- RESTAURANTE GANDARIAS
- RESTAURANTE ITSASPE DONOSTI
- RESTAURANTE JOSE MARI TABERNA
- RESTAURANTE KASKAZURI
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE LA REBOTIKA
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MUGARITZ
- RESTAURANTE MUKA
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- SAGARDOAREN LURRALDEA
- SHARMA CATERING
- SIDRERIA IRETZA

- SIDRERIA PETRITTEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- TAQUERIA KURSAAL
- TXAKOLINA BODEGA & PINTXOAK
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- VICTORIA CAFÉ

Infraestructuras

- AUDITORIO AQUARIUM
- BASQUE CULINARY CENTER
- CÁMARA DE GIPUZKOA
- KURSAAL - PALACIO DE CONGRESOS AUDITORIO
- OLARAIN
- PALACIO DE MIRAMAR
- REAL SOCIEDAD-REALE ARENA
- RECINTO FERIAL FICOPA / FICOPA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- TEATRO VICTORIA EUGENIA

Organizadores de eventos, reuniones e incentivos

- CONGRESOS DONOSTI
- DANTZ
- EL CLAVE DE SOL
- LANKOR, CONGRESOS Y EVENTOS
- PRESENCIA BY MA (Presencia Internacional)
- TISA

Recursos culturales, museísticos y de ocio

- ALBAOLA
- AMAINA
- AQUARIUM DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- ARTEKO
- ARTEUPARTE GALLERY
- BOAT TRIPS SAN SEBASTIAN
- BODEGA KATXIÑA
- BRAI KANTAURI
- CANOPY DONOSTI AVENTURA
- CATAMARÁN CIUDAD SAN SEBASTIÁN
- CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EKAIN ARTE LANAK
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- FNAC DONOSTIA
- FRONTON GALARRETA
- HEGALAK
- HIPODROMOA

- HIRUZTA BODEGA
- INTERMEZZO GESTMUSIC
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- KUTXA KULTUR ARTEGUNEA
- LA CENTRAL ARTE GALLERY
- LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- LANCE & MALONE
- LUCKIA CASINO KURSAAL
- MONTE IGUELDO
- MOTORASDELAISLA.COM
- MUSEO CHILLIDA LEKU
- MUSEO SAN TELMO
- NAVEGAVELA
- ORFEÓN DONOSTIARRA
- ORIBAY TOURS
- OSTARTE SAILING
- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- SALA KUBO-KUTXA
- SILVIA & THE SPYGLASS
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

Servicios complementarios y de comunicación

- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- AKHON MEDIA PRODUCCIONES
- AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BASQUE MAGAZINE

- BENGEOA AUDIOVISUALES
- BITEZ
- DIGITALAK
- DIMENSION
- DMACROWEB
- EUROSÍNTESIS
- KONTRALUZ
- LARREA FOTOGRAFOS
- POLICLÍNICA GIPUZKOA GRUPO QUIRON SALUD
- SUREUSKADI
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

Servicios turísticos

- AINHOA DOMINGUEZ
- ANA INTXAUSTI
- BEGI BISTAN
- C.D. FORTUNA
- DISCOVER SAN SEBASTIAN
- EL AULA AZUL
- ESTHER POMBO
- EXPERIENCE SAN SEBASTIAN
- GO LOCAL SAN SEBASTIAN
- GURUTZE ORMAZA
- HAY QUE VER
- ITSASMOTO
- JAI ALAI EVENTS

- JUNE YAMAGUCHI
- JUST FOLLOW ME
- KAORI NUMAYAMA
- LACUNZA IH SAN SEBASTIAN
- LEITZARAN – Experiencias en la naturaleza
- LOURDES GORRIÑO
- MAREI AZAFATAS
- OH MY WALK!
- PUKAS SURF ESKOLA
- REAL CLUB DE TENIS DE SAN SEBASTIÁN
- SAN SEBASTIAN GUIDES
- SAN SEBASTIAN PINTXOS TOURS
- SURF MAGIC
- TANDEM SAN SEBASTIAN
- VIRGINIA GARCIA

Transporte

- AUTOBUSES APAOLAZA
- AUTOCARES AIZPURUA
- AUTOCARES DAVID
- IPARBUS VIP SERVICES
- NOW
- RENTAL MOTO DONOSTIA
- TALUR LUXURY CARS
- VALLINA BUS-AUTO
- VALLINA TELETAXI



3.4. Balance económico

Ingresos 2024	
Diputación	90.000,00
Gobierno Vasco	184.000,00
Recursos propios	376.719,82
Aportación socios	206.079,20
Subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	185.993,70
Ayuntamiento aportación capital para gasto corriente	3.092.017,15
Ayuntamiento aportación capital para inversiones	30.952,11
	4.165.761,98
Gastos 2024	
Gastos personal	2.226.177,36
Gastos corrientes	1.722.545,95
Capital Inversiones	30.952,11
Amortización del inmovilizado	185.993,70
	4.165.669,12



4. Actuaciones 2024

4.1. Gestión del turismo

El turismo es una industria transversal, que interacciona e influye en múltiples sectores y aspectos de la sociedad, es por esto que estamos trabajando en una gestión integral del mismo y de una manera coordinada entre el ecosistema turístico, agentes públicos del Ayuntamiento y la ciudadanía.

La gestión del destino es indispensable para lograr un destino turístico sostenible, accesible, responsable, innovador y equilibrado.

Para poder conseguir estos objetivos se trabaja en colaboración y coordinación con las empresas privadas y con los agentes públicos, tanto municipales, como supramunicipales, en el diseño, impulso e implantación de diferentes actuaciones, programas y proyectos de: conocimiento, innovación, sostenibilidad medioambiental, competitividad, formación, etc.

4.1.1. Regulación de la actividad turística

La regulación en el turismo es crucial para abordar diversas preocupaciones, como la conservación del medio ambiente, la protección del patrimonio cultural, la gestión adecuada de los flujos de turistas y la mitigación de los impactos negativos en la ciudad y, por ende, en la ciudadanía.

La regulación y ordenación de la actividad turística es esencial para proteger los intereses de todos los actores involucrados, preservar los recursos naturales y culturales, y promover un turismo sostenible y responsable.

Por todo ello, desde Donostia Turismoa se ha comenzado a trabajar en el impulso de la regulación en diferentes ámbitos:

- **Regulación de la oferta turística:** Análisis de las condiciones en las que se otorgarán las licencias de actividad de los nuevos alojamientos, una vez finalice la moratoria en vigor, en favor de limitar y acotar las nuevas aperturas al cumplimiento de varios requisitos, como la ubicación, el acceso, la seguridad, las opciones de parking, etc.

- **Regulación del tamaño de grupos:**

Desde Donostia San Sebastián Turismoa se hace un seguimiento activo del desarrollo de la actividad turística en la ciudad y en las afecciones que ésta pueda acarrear a las personas residentes.

Tras la puesta marcha en 2022 de la campaña para evitar que las visitas guiadas y grupos utilizasen sistemas de amplificación sonora en la vía pública, en 2023, tras mantener varias reuniones con las empresas de servicios turísticos asociados a Donostia San Sebastián Turismoa, este año 2024 se ha podido implantar la regulación que limita el número de componentes de los grupos turísticos.

Para llevar el control de esta limitación se ha trabajado sobre la ordenanza de ocupación de vía pública y se ha desarrollado un sistema por el cual los/las guías y/o agencias de viajes y turoperador deben realizar una declaración responsable comprometiéndose a cumplir la regulación, que incluye el máximo de personas, un horario y la no utilización de sistemas de reproducción sonora para las explicaciones. El incumplimiento de la regulación acarreará sanciones.

• **Refuerzo de la normativa para guías turísticas con una campaña informativa en la estación de autobuses:**

En octubre se realizó una campaña informativa dirigida a los/las guías turísticas. Durante dos semanas, una persona contratada por Donostia Turismoa atendió a los grupos turísticos en la estación de autobuses con el objetivo de explicar la nueva normativa

municipal y distribuir el Decálogo para Guías de Turismo: una herramienta clave de la gestión turística que promueve las mejores prácticas entre las guías turísticas, incidiendo en la responsabilidad y el respeto por los espacios públicos y sus residentes.



4.1.2. Sostenibilidad turística

Donostia San Sebastián Turismoa es consciente de la creciente importancia del concepto “sostenibilidad” en la actividad turística.

La aplicación de las tres vertientes que componen la **sostenibilidad –económica, medioambiental y social–** conforman el eje principal de acción de Donostia San

Sebastián Turismoa y de las acciones que se llevan a cabo en el área de Gestión de Destino.

4.1.2.1. Actuaciones de sostenibilidad medioambiental

Donostia Turismoa lleva varios años trabajando en coordinación con el Área de Salud y Medio Ambiente del Ayuntamiento con el objetivo de potenciar programas de sostenibilidad medioambiental en las empresas turísticas.

Durante el año 2024 se ha continuado trabajando bajo la marca “Donostia Green Destination” en la que se han incorporado cuatro nuevas empresas al obtener la Etiqueta Ecológica de la UE.

Economía circular

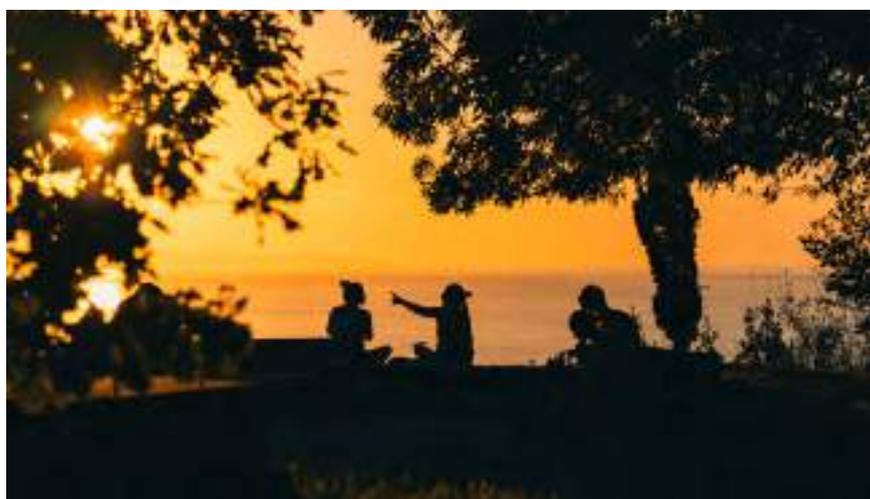
Tras la puesta en marcha en 2023 del programa “Transición del Sector Turístico a la economía circular, en su aplicación directa a empresas turísticas a través de los destinos” de la mano de SEGITTUR, en la que participaron varias empresas turísticas locales, en 2024 se ha seguido trabajando a nivel municipal.

A través de Fomento San Sebastián, se han presentado a las empresas turísticas locales diferentes servicios gratuitos, algunas con ayudas económicas incorporadas, en asesoramiento para la digitalización turística y en eficiencia energética.

4.1.2.2. Actuaciones de sostenibilidad social

Responsabilidad social corporativa

Durante el 2024 se ha llevado a cabo una acción de responsabilidad social corporativa con el objetivo de trabajar de una manera ética y sostenible, generando valor no sólo al ecosistema turístico, sino con el objetivo de ampliar el foco y aportar valor también a la sociedad en su conjunto.



2% a Juneren Hegoak

De junio 2024 a junio de 2025, Donostia Turismoa donará el importe equivalente del 2% de las ventas de productos y actividades turísticas que vende a la ONG Juneren Hegoak.

El objetivo es que las personas que visitan la ciudad puedan tener un **impacto económico y social positivo más allá del sector turístico**.

En diciembre se entregó de la primera cantidad semestral a Juneren Hegoak por valor de 3.000€, recaudado por la venta de actividades.



Huchas solidarias

En el mes de octubre se repartieron cuatro huchas solidarias entre algunas de las empresas asociadas, con objetivo de ampliar la recaudación en algunos recursos de la ciudad con gran afluencia.

- Aquarium de San Sebastián.
- Hotel de Londres y de Inglaterra.
- Hegalak Centro Deportivo.
- San Martin Merkatua.



4.1.2.3. Actuaciones de sostenibilidad económica

Donostia San Sebastián Turismoa con el doble objetivo de que el sector turístico sea económicamente rentable y de que las empresas turísticas del destino sean más competitivas, trabaja en diseñar, impulsar e implementar diversos programas, organiza talleres, formaciones, etc.

Programa Código Ético del Turismo de Euskadi

Durante el año 2024, se ha dado continuidad al programa del Código Ético del Turismo de Euskadi, ofrecido por Basquetour y que tiene como fin que todos los agentes turísticos de Euskadi integren la responsabilidad y sostenibilidad en la práctica diaria desde el respeto y la contribución al entendimiento como principios básicos.

Es una adaptación del Código Ético Mundial para el Turismo de la UNTWO. Se vertebra en ocho principios clave:

- Contribución al entendimiento y respeto a los y las turistas
- Igualdad, inclusión y tolerancia a la diversidad
- Sostenibilidad
- Fomento de la tradición y cultura local
- Preservación del patrimonio cultural de la humanidad
- Excelencia y profesionalidad
- Respeto a los derechos de las personas
- Trato adecuado a personas trabajadoras y empresas del sector

Es el quinto año en el que Donostia San Sebastián Turismoa participa y gestiona la participación de las empresas privadas del sector. En concreto se han revalidado todas las empresas participantes en las tres temporadas anteriores (54 empresas) y se ha conseguido el alta de nuevas empresas en el Registro de Empresas de Código Ético (9 empresas).

Grupo de trabajo sectoriales

Se han realizado varias jornadas sectoriales y multisectoriales.

Reuniones con las empresas de Servicios Turísticos: Para tratar de controlar y limitar el crecimiento de las visitas guiadas en la ciudad. Se ha trabajado, así mismo, en asentar las bases para que las empresas de servicios turísticos asociadas a Donostia Turismoa puedan realizar visitas especiales gratuitas de corta duración a diferentes recursos del destino, empezando por el Museo San Telmo. Se prevé aplicarlo en 2025.

Reuniones multisectoriales ligadas a proyectos concretos:

- Presentación de las medidas a adoptar para la gestión del tráfico en verano 2024 y la puesta en marcha de la Zona de Bajas Emisiones en diciembre del mismo año, el 16 de febrero. En esta reunión participaron el Departamento de Movilidad y el Departamento de Medioambiente del Ayuntamiento de San Sebastián.
- Presentación del Plan de Acción de San Sebastián Turismoa, 14 de marzo, en el Hotel The Social Hub.

Ambas jornadas tuvieron una gran aceptación en el sector.



Legado social

Legado en MICE: formación enfocada a indagar las formas en las que un congreso puede dejar un legado en la comunidad en la que se desarrolla. Se desarrolló los días 6 y 7 de marzo en el hotel Barceló Costa Vasca, organizado por el Convention Bureau de San Sebastián Turismoa.

Jornada	Lugar	Fecha	Asistentes		Valoración
			Empresas	Personas	
Legado en MICE	Hotel Barceló Costa Vasca	6-7/3/2024	9	54	8,35

Talleres formativos

En cuanto a los talleres, se han realizado algunas formaciones, durante la temporada baja, para poder asegurar la participación del sector.

Se han impartido talleres en función de las necesidades comunicadas por el sector turístico y/o detectadas por Donostia San Sebastián Turismoa:

- **Formación en Inteligencia Artificial orientado al sector turístico:** Se han realizado dos jornadas similares los días 3 y 5 de diciembre.



Foto: Formación IA orientado al turismo en el Hotel Silken Amara Plaza (3/5/24)

Jornada	Lugar	Fecha	Asistentes		Valoración
			Empresas	Personas	
Inteligencia Artificial en turismo	Hotel Silken Amara Plaza	3-5/12/2024	28	32	9,3

4.1.3. Actuaciones de mejora del destino

Desde Donostia Turismoa estamos implementando diferentes mejoras en el destino, relacionadas con la movilidad, señalización accesibilidad, etc., y nos estamos coordinando con otros departamentos y entidades públicas del Ayuntamiento para que se establezcan.

Destino Turístico Inteligente (DTI)

Donostia / San Sebastián ha renovado su compromiso con el nuevo sistema de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) de SEGITTUR (Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas), tras realizar una nueva evaluación y comprobarse el cumplimiento del 84% de los requisitos exigidos.

Donostia / San Sebastián continúa en el grupo de destinos que lideran la excelencia en materia de implantación del modelo DTI, situándose a la vanguardia del desarrollo turístico y con una estrategia de futuro basada en la gobernanza, la accesibilidad, la innovación y la tecnología como ejes vertebradores.

Actuaciones para mejorar la movilidad

Implantación de un parking disuasorio en Igara

Tras el trabajo llevado a cabo con el departamento de Movilidad del Ayuntamiento de San Sebastián, se instaló un parking disuasorio en Igara a disposición de los visitantes. San Sebastián Turismoa ha trabajado tanto en la señalización in situ del parking (mapa de ubicación) como la información en la web para que los visitantes conozcan de antemano esta opción de aparcamiento.

4.1.4. Gobernanza

4.1.4.1. Sector privado

Gestión de la relación con las empresas asociadas

Donostia San Sebastián Turismoa mantiene una estrecha relación con las empresas turísticas locales asociadas a la entidad.

A lo largo del año 2024, se han realizado 80 interrelaciones bidireccionales de diversa índole entre DSST y sus empresas asociadas.

Se han desarrollado varias reuniones sectoriales con el sector Servicios Turísticos y otras multisectoriales para presentar el plan de acción 2024 de San Sebastián Turismo, para presentar las novedades y sistemática de movilidad en vehículo privado en la ciudad cara al verano y a la próxima implantación de la Zona de Bajas Emisiones (diciembre 2024).

Revisión del sistema de socios/as

En el año 2024 se ha continuado con el proceso de reflexión sobre el sistema de empresas asociadas a la entidad, en el que se han revisado los servicios que se le ofrecen a la empresa asociada, si dan respuesta a sus necesidades, la idoneidad de las cuotas que se abonan, la organización por subsectores etc., así como su alineamiento con la estrategia marcada por el Plan Director vigente.

4.1.4.2. Sector público

Nivel municipal

Donostia Turismoa se relaciona y coordina con diferentes departamentos y entidades municipales para impulsar programas y proyectos estratégicos que mejoren la vida de la ciudadanía y la experiencia de las personas que nos visitan.

Nivel supramunicipal

Así mismo, Donostia Turismoa se relaciona y coordina con diferentes entidades públicas del territorio para alinear y aprovechar sinergias tanto en el ámbito de la gestión del destino, ampliación del espacio turístico, en la descentralización como en la promoción turística.

4.1.5. Observatorio

En 2024 se ha continuado con la labor de desarrollo del Observatorio Turístico enmarcado dentro del Observatorio de Ciudad del Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián, en colaboración con el área de Presidencia del Ayuntamiento.

En paralelo, y hasta desarrollar la versión del Observatorio dirigida a las empresas turísticas asociadas, se continúa con la labor de difusión entre las empresas asociadas de los datos estadísticos más relevantes y sus conclusiones, a través del espacio socios/as de la web de Donostia San Sebastián Turismoa.



4.1.6. Análisis de los eventos del Turismo MICE

Se cataloga como MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) todo viaje motivado por la realización de actividades para asistir a reuniones de negocio, congresos, convenciones, ferias y viajes de incentivo, y cualquier otro evento organizado con motivos profesionales.

El Spain Convention Bureau (SCB) define los siguientes tipos de eventos MICE

1. Congresos: tienen vocación pública y no están orientados al negocio. Son reuniones sobre un tema establecido, con una duración mínima de 2 días, siendo las temáticas más comunes las médico-sanitarias, científica, tecnológica, etc.

2. Convenciones: son reuniones corporativas orientadas al negocio que están organizadas por empresas privadas, grupos empresariales.... es decir, tienen vocación privada. Su duración mínima es de 2 días.

3. Jornadas y seminarios: son reuniones especializadas de una naturaleza técnica que se realizan con el objetivo de profundizar sobre un tema concreto. Deben tener una duración mínima de 6 horas.

4. El viaje de incentivo: es un tipo de evento que tiene por objeto motivar o premiar a los/las empleados/as de una empresa. Consiste en realizar actividades de ocio y trabajo en equipo.



Evento	Organizador	Días	Pernoctaciones	Nº Delegados
Congreso	Vocación Pública	> = 2	> = 1	> = 50
Convención	Vocación privada	> = 2	> = 1	> = 50
Jornada	Vocación Pública y/o privada	> = 6 horas (en 1 día)	Sin mínimos	> = 50

Además de los eventos profesionales arriba definidos, Donostia / San Sebastián acoge anualmente un importante volumen de eventos culturales, deportivos y presentaciones que el Convention Bureau de DSS Turismoa también registra, aunque no computa en sus estadísticas, porque atraen perfiles de profesionales y visitantes cuya principal motivación es de carácter profesional.

Posicionamiento de San Sebastián en el turismo MICE

En 2024, la actividad de Donostia / San Sebastián en el sector MICE se puede considerar que se ha recuperado al alcanzar las cifras récord registradas en la pre pandemia (año 2019) consolidando el posicionamiento de la ciudad tanto a nivel nacional como internacional.

Según el ranking 2023 de la International Congress and Convention Association (ICCA), Donostia / San Sebastián se consolida como destino referente en el sector de reuniones profesionales (MICE), ocupando el 7º puesto a nivel nacional, el 85º europeo y 150º a nivel mundial entre los 332 destinos computados. La ciudad acogió 15 reuniones internacionales que cumplieron con los criterios de ICCA: evento que rotan al menos entre tres países diferentes y con 50 o más participantes. Los datos de 2024 se publicarán en mayo de 2025.

Donostia / San Sebastián destaca por su capacidad para competir con ciudades de mayor tamaño e infraestructura, afianzando su posición su posición como referente en el sector MICE.

Fuente: ICCA (www.iccaworld.org).

—> **El 43% de los eventos recogidos en 2024 son de carácter científico y tecnológico (en línea con la estrategia del destino)**

4.2. Turismo MICE

DSS Turismoa trabaja en el ámbito MICE diferentes líneas con los siguientes objetivos:

1 Liderar el MICE de Donostia, ser referentes para todos los agentes implicados en el sector, desde promotores y organizadores hasta proveedores de servicios.

2 Colaborar con otras instituciones como la Diputación Foral de Gipuzkoa o el Gobierno Vasco para crear marcos de cooperación y apoyo al turismo MICE con el objetivo de mejorar la competitividad del destino y el territorio y reforzar así el posicionamiento de Donostia / San Sebastián a nivel local, estatal e internacional.

3 Trabajar en red con los agentes público-privados de Donostia / San Sebastián y Gipuzkoa.

4 Aglutinar proveedores del sector MICE local y ponerlos al servicio de la comunidad de I+D local para dar visibilidad a su actividad y posicionar a Donostia / San Sebastián como destino referente de conocimiento, innovación y desarrollo.

5 Captar y apoyar eventos profesionales en línea con los sectores estratégicos de Donostia / San Sebastián, que permitan la difusión e intercambio de conocimiento y potencien la investigación, la innovación y la generación de iniciativas locales.

6 Colaborar en la creación de legado asociado a los eventos.

7 Aumentar el reconocimiento del papel del turismo MICE en el desarrollo económico, social y cultural del destino.

En lo relativo al turismo MICE, Donostia/San Sebastián tiene una serie de atributos que la convierten en un destino ideal para los viajes de incentivo. La belleza incomparable de la ciudad, junto con su gastronomía, rica historia, cultura autóctona y naturaleza, hacen que sea el escenario perfecto para disfrutarla en grupo.

Por otro lado, el motor que atrae eventos profesionales al destino es la gran inversión en ciencia e innovación que se realiza en la ciudad, además de la captación de talento. Todo esto permite que Donostia / San Sebastián esté posicionada como una de las principales ciudades científicas del mundo.

San Sebastián ciudad de CIENCIA e INVESTIGACIÓN

* Ciudad de la Ciencia y la Innovación 2024*
Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

2,3% de los empleados trabajan en empresas de I+D

Inversión en I+D: 3,7% PIB
(1,44% España / 2,1% Media europea)

ÁREAS CIENTÍFICAS DESTACADAS Y CENTROS DE EXCELENCIA

- **BIOCIENCIA:** Viralgen, Biotech Foods, ViveBiotech, BCBL
- **NANOCIENCIA:** CICNanoGUNE
- **MATERIALES AVANZADOS:** CICbiomaGUNE, CFM
- **MOVILIDAD INTELIGENTE:** Mubil, Cidetec, Tecnalia, Vicomtech
- **INTELIGENCIA ARTIFICIAL:** MIT City Science Lab
- **TECNOLOGÍAS QUANTUM:** IBM Quantum Center (con el 6º supercomputador quantum de IBM a nivel mundial), DIPC, Multiverse Computing

Destino para REUNIONES PROFESIONALES

SAN SEBASTIÁN CONVENTION BUREAU desde 1988

Miembro de las asociaciones profesionales del sector de reuniones:

- ICCA-International Congress and Convention Association
- SCB-Spain Convention Bureau
- CityDNA-City Destinations Alliance

DESTINO LIDER EN ESPAÑA:

7º destino en España por capacidad de atraer congresos internacionales (ICCA)

INTERNACIONAL:

50% de los congresos celebrados en 2024 fueron internacionales

RED DE PROVEEDORES PROFESIONALES:

- 29 infraestructuras preparadas para acoger reuniones
- 2.100 habitaciones en hoteles de 4 estrellas
- 17 agencias OPC y DMC



Congresos

Las principales áreas de conocimiento se concentran en el sector de científico y médico con especialización en Nanotecnología y el área Biosanitaria. Las y los profesionales de estos sectores pertenecen a entidades de referencia internacional como son el DIPC (Donostia International Physics Center), el BCBL (Basque Centre on Cognition, Brain and Language), el CFM (Centro de Física de Materiales), Polymat (Basque Center for Macromolecular Design and Engineering), CICbiomaGUNE (Centro de Investigación Cooperativa en Biomateriales), el CICnanoGUNE, CEIT, AZTI, Tecnalia, Cidotec, el Hospital Universitario Donostia, Biodonostia, las distintas facultades dentro de la UPV/EHU con sede en Donostia / San Sebastián, la Universidad de Navarra (Tecnun) y la Universidad de Mondragón.

Una línea de trabajo es la búsqueda y el análisis de eventos profesionales con potencial para que se celebren en Donostia / San Sebastián. Así, está en contacto con las y los profesionales locales para fomentar que actúen como promotores de dichos eventos, consiguiendo de este

modo captar eventos profesionales de relevancia para su labor profesional. Estos eventos son importantes porque ayudan al intercambio de conocimiento y a posicionar el Donostia / San Sebastián como destino de reuniones profesionales. En este sentido, todo el conocimiento generado en el destino encuentra su ventana en los eventos, que son los que aglutinan y dan visibilidad al conocimiento y son tractores de la innovación.

Las empresas asociadas a DSS Turismoa son claves para garantizar un alto grado de profesionalidad a la hora de organizar los eventos. Los congresos necesitan de infraestructuras y hoteles preparados, y también de profesionales cualificados a lo largo de toda la cadena de valor, desde las agencias OPC, DMC, servicios de catering, transporte y en general todos los servicios.

Convenciones

El Convention Bureau también trabaja en la captación de eventos corporativos o convenciones que, si bien siguen una línea de trabajo muy similar a la de la captación de congresos, tienen una gran diferencia, en lugar de ser asociaciones, son empresas privadas que a través de sus departamentos de marketing y comunicación o de agencias de eventos subcontratadas, realizan concursos de destinos con el objetivo de organizar eventos de empresa en un destino que les aporte un valor añadido a sus negocios.

En este tipo de eventos, las empresas asociadas a DSS Turismoa, también son muy importantes porque van a garantizar la profesionalidad a la hora de celebrar con éxito eventos corporativos que precisan de propuestas singulares y de múltiples servicios locales asociados a la organización de la convención.

Incentivos

Otra línea de trabajo son los grupos de incentivo. En este caso las empresas privadas son las que contratan una agencia DMC internacional, nacional o local para llevar a cabo un completo programa de actividades en el destino. El desarrollo de estos programas implica la intervención de un gran número de empresas locales.

Donostia / San Sebastián, caracterizada por su autenticidad y su belleza, es un destino que despierta gran interés para este tipo de grupos en las ferias y workshops en los que se participa.



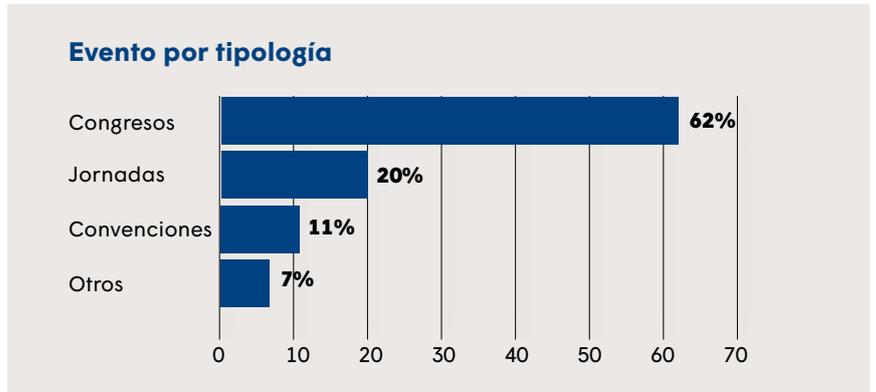
4.2.1.1. Congresos, convenciones y jornadas

Tipo de evento	Modalidad	Nº de eventos	Personas presenciales	Personas virtuales
Congresos	Congresos presenciales	109	28.875	-
	Congresos híbridos	7	1.145	346
TOTAL CONGRESOS		116	30.020	346
Convenciones	Convenciones presenciales	21	1.783	-
TOTAL CONVENCIONES		21	1.783	
Jornadas	Jornadas presenciales	35	10.509	-
	Jornadas híbridos	2	270	100
TOTAL JORNADAS		37	10.779	100
Otros eventos	Eventos culturales	4	200.537	-
	Eventos deportivos	5	15.010	-
	Presentación	2	260	-
	Otros	3	525	-
TOTAL OTROS EVENTOS		14	216.332	446
TOTAL EVENTOS 2024		188	258.914	892



Tipología

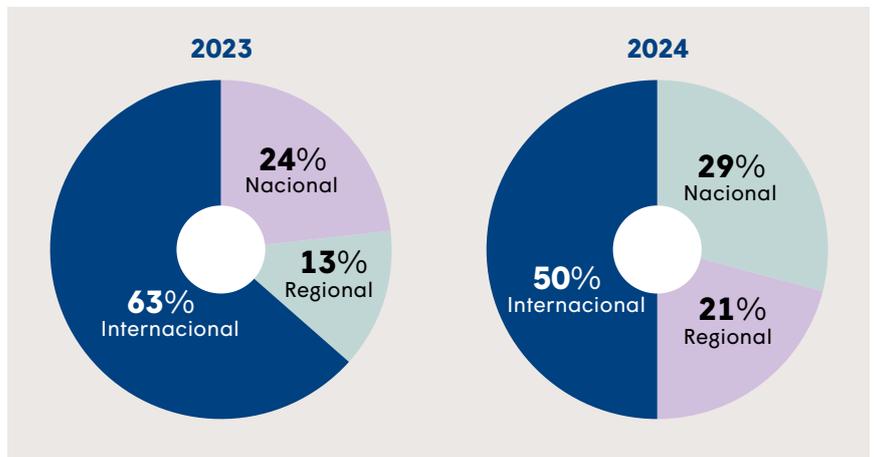
Al igual que en años anteriores, más de la mitad de los eventos registrados siguen siendo congresos, en concreto el 62%.



Ámbito

De los 188 eventos registrados, un 50% son eventos internacionales.

En este cómputo no se tienen en cuenta las ferias a las que se dedica un apartado separado en el punto 2.3.2.



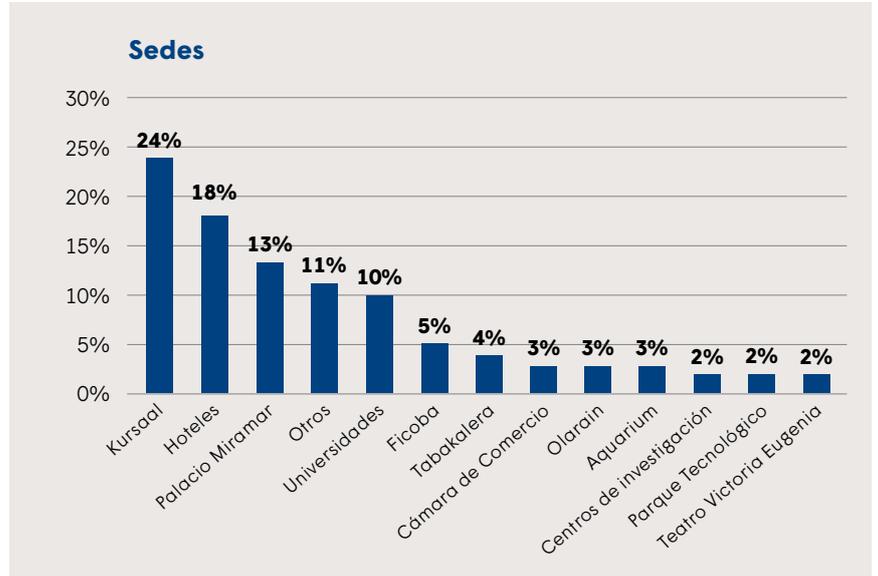
Temática

Las temáticas predominantes de los eventos celebrados durante 2024 han sido la científica, tecnológica/industria, médico/sanitaria y social. Dichas temáticas coinciden con el buen posicionamiento y la especialización de Donostia/San Sebastián. La ciudad cuenta con numerosos promotores locales de talento en estas áreas con capacidad para atraer eventos de un alto nivel de especialización.



Sede

De los eventos registrados por el Convention Bureau, destaca la actividad del Palacio de Congresos Kursaal (24%), hoteles (18%), Palacio de Miramar (13%) y Universidades (10%).



Distribución a lo largo del año

En el año 2024, destaca la actividad los meses de mayo-junio y octubre-noviembre y marzo. La actividad de junio viene determinada en gran parte por los Cursos de Verano.



4.2.1.2. Ferias

2024		
	Nº	Participantes
Ferias	24	81.483

4.2.1.3. Incentivos

Durante el año 2024, se registró un total de 58 solicitudes para viajes de incentivo, de las cuales 46 correspondieron a iniciativas de carácter internacional. Estas solicitudes incluían eventos programados tanto para el propio año 2024 como para el año 2025.

De acuerdo con los registros del Convention Bureau, en 2024 se llevaron a cabo 40 viajes de incentivo en la ciudad. No obstante, es posible que la cifra real sea mayor.

Incentivos celebrados

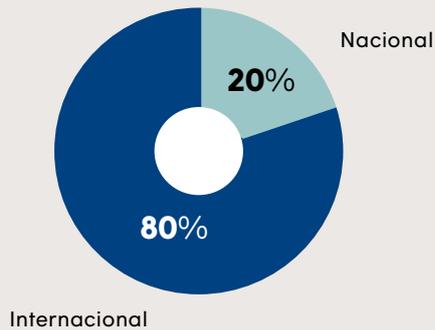
	2023	2024
Incentivos	30	30
N.º Personas	2.051	2.304

Ámbito de los incentivos

	2023	2024
Internacional	28	32
Nacional	2	8

Cabe destacar que la mitad de los asistentes provienen de Francia, consolidándose como el principal mercado emisor para los viajes de incentivo en San Sebastián. El segundo mercado más representativo es el estadounidense, evidenciando su importancia en este segmento.

Ámbito



4.2.2. Captación de eventos profesionales

Se realiza un seguimiento de las candidaturas de Donostia / San Sebastián presentadas a lo largo del año para que la ciudad opte a ser la sede de eventos profesionales: congresos y convenciones.



CRM

Esta herramienta permite que se lleve un control y haga un seguimiento de la actividad de Donostia / San Sebastián dentro del sector de reuniones profesionales (sector MICE), a la vez que facilita la captación de eventos profesionales.

La constante incorporación de datos a la CRM ha hecho que se cuente con una potente base de datos, con el contacto de más de 4.300 entidades que de alguna forma han intervenido, intervienen o pueden llegar a intervenir en la generación de actividad dentro del turismo MICE.

La sucesiva incorporación de mejoras en esta herramienta, en constante evolución, permite que actualmente se pueda cruzar la información que generan cuatro áreas de trabajo en las que interviene: la elaboración de candidaturas de la ciudad, el seguimiento de los congresos confirmados, el seguimiento de las solicitudes de incentivo y el seguimiento de las acciones de promoción comercial nacional e internacional.

Todas estas mejoras permiten obtener una línea temporal completa del proceso que sigue un evento profesional, desde el momento de su captación y análisis de su potencial y requisitos, hasta el de su celebración en Donostia / San Sebastián. Actualmente se está trabajando para implementar una nueva línea de trabajo como es el seguimiento del legado que dejan los eventos profesionales en la ciudad.



Candidaturas presentadas

En 2024 se han presentado 19 candidaturas, de las cuales 6 ya han confirmado la sede en Donostia/San Sebastián y 6 están pendiente de decisión.

En 2023 se confirmaron 5 y en 2022 fueron 10 las confirmadas.

Candidaturas presentadas en 2024	Año celebración	Fechas de celebración	Estado	Participantes
PANGBORN SYMPOSIUM	2029	/	Perdida	1200
CONGRESO NACIONAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE COLUMNA VERTEBRAL (GEER)	2028	31-05 / 02-06	Fase de estudio	500
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIOLOGÍA MÉDICA (SERAM)	2028	24-05 / 27-05	Fase de estudio	1500
SIMPOSIO NACIONAL SOBRE ÚLCERAS POR PRESIÓN Y HERIDAS CRÓNICAS (GNEAUPP)	2027	19-05 / 21-05	Perdida	1000
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON POLYMER ELECTROLYTES (ISPE)	2026	07-06 / 12-06	Ganada	150
CELL SYMPOSIA: MULTIFACETED MITOCHONDRIA - CMIT 2026	2026	10-05 / 12-05	Fase de estudio	350
CONGRESO NACIONAL DE PEDIATRÍA (AEP)	2026	11-06 / 13-06	Ganada	2000
CONGRESO NACIONAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA DE URGENCIAS Y EMERGENCIAS (SEMES)	2026	03-06 / 05-06	Ganada	3000
EUROPEAN ADHESIVE & SEALANT CONFERENCE AND EXPO - FEICA	2025	10-09 / 12-09	Ganada	600
CONVENCIÓN EMPRESA ÓPTICA FRANCESA (Ag. Events&Co)	2025	25-05 / 27-05	Perdida	450
EUROPEAN DUAL HIGHER EDUCATION CONFERENCE-	2025	01-04 / 02-04	Ganada	250
ENCUENTRO ANUAL DE GESTORES DE LA RED DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES - Red DTI	2025	/	Perdida	
GRAPHENE CONFERENCE	2025	24-07 / 27-07	Ganada	650
VALLEE SCHOLARS MEETING	2025	/	Fase de estudio	200
EUROPEAN WEEK FOR WASTE REDUCTION AWARD CEREMONY (EWWR)	2025	16-06 / 20-06	Fase de estudio	400
CONVENCIÓN EMPRESA FRANCESA (Ag. Scape Groupe)	2025	23-05 / 23-05	Perdida	500
GAMING LAUNCH	2024	11-09 / 15-09	Perdida	900
CONVENCIÓN (Ag. Map Advertising)	2024	10-10 / 11-10	Fase de estudio	100
FORUM-CONFERENCIA VITUR TOURISM SOLUTIONS	2024	01-10 / 01-10	Perdida	80

Eventos procedentes de candidaturas ganadas

En el año 2024 se han celebrado 10 congresos procedentes de candidaturas de Donostia / San Sebastián presentadas en años anteriores, que finalmente confirmaron la sede en la ciudad.

En 2023 fueron 12 y en 2022, 14.

Congresos celebrados en 2024 procedentes de candidaturas	Fecha inicio	Fecha fin	Participantes	Participantes virtuales
NOMAD RAID	18/02/2024	18/02/2024	220	
CONGRESO ORIENTACIÓN A LO LARGO DE LA VIDA (AEOP)	22/02/2024	23/02/2024	160	72
XI CONGRESO NACIONAL SUELO PÉLVICO - SEGO	25/04/2024	27/04/2024	600	
BIOEQUITY EUROPE	12/05/2024	14/05/2024	1100	
IMMERSIVE CYTOPATHOLOGY EXPERIENCE (ICE)	21/05/2024	25/05/2024	75	
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	29/05/2024	30/05/2024	550	
EUROPEAN SOUTH ATLANTIC BIOPHYSICS CONGRESS (ESAB)	05/06/2024	07/06/2024	300	
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON LASER PRECISION MICROFABRICATION (LPM)	11/06/2024	14/06/2024	300	
MANAGEMENT MEETING MAXAM	10/07/2024	12/07/2024	75	
XXVII CONGRESO NACIONAL DE PSIQUIATRÍA Y SALUD MENTAL (SEPSM)	17/10/2024	19/10/2024	1700	

Congresos con edición múltiple

En el año 2024 se han celebrado 11 congresos cuyos promotores escogieron Donostia / San Sebastián para ser sede permanente de varias ediciones de sus eventos. Cuatro de estos eventos provienen de candidaturas que la ciudad presentó y que posteriormente se confirmaron.

En 2023 también se celebraron 11 congresos de este tipo.

Congresos con edición múltiple	Nº de ediciones en San Sebastián	Procedente de candidatura
DFERIA - ARTES ESCÉNICAS - FORO DE NEGOCIO	31	
DIA C - CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD Y ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES	7	X
SOL-SKYMAG - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS	9	X
MEDICAL LASER CONGRESS TOP100+	9	
SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA	26	X
UHINAK - CONGRESO TRANSFRONTERIZO SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y LITORAL	7	
CONGRESO DE SALUD DIGITAL	11	
AZTI SUMMER SCHOOL - GES4SEAS	21	
ZINEMALDIA - FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE - ENCUENTRO DE LA INDUSTRIA	72	
TV RISE Advertising Leadership Forum	6	X
Brainhack Donostia	5	

Apoyo a las candidaturas

Dada la importancia de los eventos profesionales, tanto para la ciudad como para la evolución de sectores estratégicos y de nuestra sociedad en general, Donostia San Sebastián Turismoa, ofrece apoyo institucional a aquellos eventos que cumplen una serie de requisitos en su fase de candidatura y que consideran a Donostia / San Sebastián como una de sus posibles sedes a valorar. Durante el año 2024, DSS Turismoa ha firmado convenios, algunos de ellos en colaboración con la Diputación Foral de Gipuzkoa y otros también con el Palacio de Congresos Kursaal, para apoyar a 9 eventos de los cuales dos contaron con más de 1.000 participantes, otros dos con 500 a 1.000 participantes y cinco con 50 a 500 participantes. En el año 2023 se firmaron 8 convenios.

A su vez, siguiendo criterios de sostenibilidad y respeto al medio ambiente, y con el fin de reducir el uso de material turístico en papel, ofrece un servicio de punto de información turística en congresos de más de 200 delegados. Este servicio consiste en la colocación de un stand en la sede del congreso con atención personalizada para atender a las consultas de los/las congresistas y que dispone de un número limitado de ejemplares de información turística en papel para que los delegados hagan sus consultas:

Congresos con punto de información	Nº de delegados
XXVII CONGRESO NACIONAL DE PSIQUIATRÍA Y SALUD MENTAL (SEPSM)	1.700
BIOEQUITY EUROPE	1.100
INTERNATIONAL WATER ASSOCIATION WATER LOSS CONFERENCE (IWA)	600
XI CONGRESO NACIONAL DE SUELO PÉLVICO (SEGO)	600
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	550
INTERNATIONAL QUANTUM MATTER CONFERENCE (QUANTUMatter)	500
XIX CONGRESO INTERNACIONAL y XXXIV JORNADAS DE UNIVERSIDADES y EDUCACIÓN INCLUSIVA	400



Siguiendo con esta línea de respeto al medio ambiente y teniendo en cuenta las características de Donostia / San Sebastián, una de las políticas que se promueve consiste en animar a los organizadores de eventos y a los/las delegados/as a realizar sus desplazamientos por el centro ciudad a pie o, en su defecto fomenta el uso de transporte público de la ciudad. De esta forma, contribuye a reducir la afluencia de transporte privado por el centro de la ciudad.

Además, se realizan labores de intermediación en la gestión de presencia institucional en eventos que así lo requieran, así como de aportar cartas de apoyo institucional a los promotores de eventos profesionales que así lo precisen.

Congresos con apoyo	Nº de delegados	Tipo de apoyo
CONGRESO ORIENTACIÓN A LO LARGO DE LA VIDA (AEOP)	160	Convenio + presencia institucional
XIX CONGRESO INTERNACIONAL y XXXIV JORNADAS DE UNIVERSIDADES y EDUCACIÓN INCLUSIVA	400	Convenio + presencia institucional + folletos turísticos
21º DÍA C - CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD y ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES	2.120	Convenio
INTERNATIONAL WATER ASSOCIATION WATER LOSS CONFERENCE (IWA)	600	Convenio + folletos turísticos
XI CONGRESO NACIONAL SUELO PÉLVICO - SEGO	600	Convenio + presencia institucional
48th PHARMACEUTICAL SOCIETY OF AUSTRALIA OFFSHORE CONFERENCE 2024 - PSA	220	Apoyo transporte + Recepción institucional
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	550	Convenio
EUROPEAN SOUTH ATLANTIC BIOPHYSICS CONGRESS (ESAB)	300	Convenio + presencia institucional + folletos turísticos
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON LASER PRECISION MICROFABRICATION (LPM)	300	Convenio + folletos turísticos
SOL-SKYMAG 2024 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS	55	Convenio
REUNIÓN BIENAL DE LA REAL SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FÍSICA (RSEF)	350	Convenio + Folletos turísticos
IEEE/LEOS OPTICAL MEMS AND NANOPHOTONICS - OMN	105	Convenio + Apoyo transporte + Folletos turísticos
SPORTJAM SURFTEST	20.000	Convenio
TV RISE CTV Advertising Leadership Forum	50	Convenio
XXVII CONGRESO NACIONAL DE PSIQUIATRÍA Y SALUD MENTAL (SEPSM)	1.700	Convenio + Folletos turísticos
OPCE TRAINING DAY	70	Convenio
IS A CIRCULAR ECONOMY FOR PLASTICS POSSIBLE?	90	Folletos turísticos
PARTICIPATION - Encuentros de Juventud ERASMUS+	80	Folletos turísticos
REUNIÓN CIENTÍFICA COHORTE EPIC	40	Folletos turísticos

4.2.3. Captación de incentivos

Otra de las líneas de captación de eventos profesionales en las que trabaja el Convention Bureau son los grupos de incentivo. De hecho, la CRM tiene una sección especialmente dedicada a registrar y hacer un seguimiento de las demandas de agentes interesados en organizar grupos de incentivo en Donostia / San Sebastián.

Los promotores de los grupos de incentivo pueden ser organizadores de otro tipo de eventos profesionales como pueden ser, convenciones, presentaciones, congresos, jornadas, simposios, etc. Para detectarlos y darles una respuesta adecuada, se registran sus datos y se cruzan en el CRM con otro tipo de eventos. La captación de los grupos de incentivo se realiza fundamentalmente en los eventos de promoción tales como ferias y workshops en los que participa el Convention Bureau (ver apartado Ferias y Workshops 4.2.4).

La información obtenida en estas acciones comerciales se registra en el CRM junto con la que nos aportan las agencias DMC asociadas a DSS Turismoa. Tal y como se ha indicado anteriormente en el apartado Incentivos (2.3.3) de esta memoria, la cifra de incentivos registrados en el año 2024 asciende a 40, en 2023 fueron 30. La mayoría de los incentivos registrados, un total de 32 sobre 40, son de ámbito internacional. Su celebración se distribuye a lo largo de todo el año, 4 en enero, 4 en febrero, 6 en abril, 3 en mayo, 6 en junio, 7 en septiembre, 7 en octubre, 2 en noviembre y 1 en diciembre. La mayoría de estos incentivos son de grupos de 10 a 50 participantes.

4.2.4. Acciones de promoción y comercialización

Ferias y Workshops:

Durante el año 2024, se ha participado en un total de 11 acciones promocionales organizadas por entidades privadas.

Fechas	Ferias / Workshop
1-3 febrero	BILBAO BUSINESS MEETING (Bilbao)
8 febrero	EVENT SUMMIT (Utrecht)
12-16 febrero	ROAD SHOW REINO UNIDO (Manchester y Leeds)
7-9 abril	EVENTS CLUB ASSOCIATIONS FORUM (Valencia)
14-16 mayo	FERIA IMEX (Frankfurt)
19-20 mayo	THE MEETINGS SHOW (Londres)
16-18 septiembre	JORNADA INVERSA MERCADO MEXICANO (León)
8-10 octubre	FERIA IMEX (Las Vegas)
14-16 octubre	MCE SOUTH EUROPE (Palma de Mallorca)
10-12 noviembre	IBTM World (Barcelona)

BILBAO BUSINESS MEETING (Bilbao)

El evento, organizado por la empresa francesa MEET&COM, con el objetivo principal de conectar a 26 organizadores de eventos franceses, en su mayoría provenientes de la región de París, con proveedores, especialmente del norte de España, con un énfasis particular en Euskadi.

En esta ocasión, el Convention Bureau de DSS Turismoa ha colaborado estrechamente con las empresas asociadas interesadas en participar, asegurando así una representación sólida y destacada de nuestra ciudad.

Durante la acción, se llevaron a cabo 18 reuniones de negocio.

EVENT SUMMIT (Utrecht)

Evento de un día de duración que reúne a los principales proveedores del mercado de eventos, reuniones e incentivos, en los Países Bajos, organizado por Major Events International.

La acción ha contado con la subvención de la Oficina de Turismo Española (OET) en La Haya y el Spain Convention Bureau, y en ella participaron 9 destinos españoles.

El evento ha congregado a 450 expositores, distribuidos en las siguientes categorías: actividades de team-building, viajes corporativos, ciudades y regiones, suministros para eventos, servicios, tecnología y audiovisuales, y regalos corporativos.

Durante esta iniciativa, se llevaron a cabo 12 reuniones comerciales.



ROAD SHOW REINO UNIDO (Manchester y Leeds)

Roadshow organizado por la Oficina Española de Turismo (OET) de Londres, con la participación del Convention Bureau de DSS Turismoa en representación de Euskadi.

La acción ha incluido visitas comerciales y reuniones, contando con la participación de nueve destinos españoles. Como resultado, se establecieron contactos en un total de 30 reuniones.

EVENTS CLUB ASSOCIATIONS FORUM (Valencia)

Evento organizado por la empresa Europe Congress, diseñado para fomentar conexiones entre proveedores y organizadores de eventos internacionales. El Convention Bureau de DSS Turismoa participó en una mesa compartida junto con el Palacio de Congresos Kursaal, consolidando una representación conjunta y destacada de la oferta de la ciudad.

Durante esta acción, se llevaron a cabo 12 reuniones de negocio.

FERIA IMEX - Frankfurt / Las Vegas

IMEX Frankfurt y IMEX Las Vegas son dos de las ferias internacionales más destacadas en el sector MICE, siendo puntos clave de encuentro para profesionales del sector a nivel global. Estas ferias se celebran anualmente, una en Frankfurt, Alemania, y otra en Las Vegas, Estados Unidos, y atraen a miles de organizadores de eventos, proveedores de servicios, destinos y empresas del ámbito MICE.

Contactos realizados en Imex Frankfurt: 23.



THE MEETINGS SHOW (Londres)

The Meetings Show es el principal evento de la industria MICE del Reino Unido, organizado por Northstar Meeting Group, que reúne a profesionales globales del sector de reuniones e incentivos. La participación del Convention Bureau de San Sebastián en esta feria se realizó de la mano de Basquetour y junto a Bilbao Convention Bureau, destacando la oferta del País Vasco como destino para eventos internacionales. Durante la feria, se llevaron a cabo 19 reuniones de negocio.

JORNADA INVERSA MERCADO MEXICANO (León)

El Spain Convention Bureau (SCB), en colaboración con la Oficina Española de Turismo (OET) de México, organizó unas jornadas dirigidas a un selecto grupo de agentes especializados. En total, participaron 12 agentes mexicanos, con los cuales se llevaron a cabo reuniones para explorar oportunidades de colaboración.

MCE SOUTH EUROPE (Palma de Mallorca)

MCE South Europe es un evento que reúne a compradores europeos, representando un 65% de agencias, 25% de clientes corporativos y un 10% de asociaciones, con proveedores provenientes del sur de Europa. En esta edición, se han mantenido 35 citas de negocios.

IBTM World (Barcelona)

BTM World es uno de los principales eventos globales para la industria de reuniones, incentivos, conferencias y eventos (MICE). Se celebra anualmente en Barcelona y reúne a profesionales de todo el mundo, incluyendo organizadores de eventos, proveedores de servicios y destinos turísticos. Un año más, hemos participado en la feria acompañados de nuestros socios.

Esta edición se ha realizado 37 contactos.

Acciones de asociaciones del sector MICE

Entre las acciones efectuadas, la JORNADA INVERSA MERCADO MEXICANO se ha llevado a cabo dentro de las acciones organizadas por el Spain Convention Bureau (SCB) del que somos miembro.

Participación en foros MICE

El Convention Bureau de DSS Turismoa es también miembro de la asociación internacional ICCA (International Congress and Convention Association). En el marco de los eventos organizados por dicha entidad, este año se ha tenido participación en el congreso celebrado en Abu Dhabi en octubre.



Colaboración en Fam-trips

FAM TRIP BCO CONGRESOS - Agentes

Acción organizada por la agencia BCO CONGRESOS para 55 agentes de su empresa.

FAM TRIP MERCADO FRANCÉS – HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA

Acción de promoción llevada a cabo por el hotel Barceló Costa Vasca.

FAM TRIP BCO CONGRESOS - Clientes

Acción organizada por la agencia BCO CONGRESOS para 27 clientes asociativos nacionales.

FAM NEW WORLD TRAVEL

Acción organizada por la agencia New World Travel para 2 de sus agentes.

FAM TRIP HAGOOS

Famtrip organizado por la agencia Hagoos y en el que han participado 8 agentes de la zona Benelux.



Visitas de Inspección

Con motivo de la celebración de congresos en la ciudad, algunos de sus organizadores han realizado visitas de inspección para conocer de primera mano las instalaciones y servicios que contratarán en su evento. Otras entidades, sin embargo, han visitado la ciudad con el objetivo de valorarla como candidata a acoger su congreso.

Febrero:

CONGRESO NACIONAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ANATOMÍA PATOLÓGICA (SEAP-IAP)

1.500 personas

Nacional

Confirmado: 21-23 mayo 2025

Mayo:

EUROPEAN ADHESIVE & SEALANT CONFERENCE AND EXPO - FEICA

600 personas

Internacional

Confirmado: 10-12 septiembre 2025

INTERNATIONAL CONFERENCE ON MINIATURIZED SYSTEMS FOR CHEMISTRY AND LIFE SCIENCES - UTAS - MicroTAS

4 personas de la asociación Chemical and Biological Microsystems Society – CBMS visitaron la ciudad para valorarla junto con las otras dos capitales vascas.

Descartado: finalmente han descartado celebrarlo en San Sebastián.

HELMSBRISCOE-Australia

35 personas

Internacional

Pendiente de confirmación

Octubre:

CONGRESO NACIONAL DE PEDIATRÍA (AEP)

2.000 personas

Nacional

Confirmado: 11-13 junio 2026

LEADERS OF DESIGN ANNUAL CONFERENCE

90 personas

Internacional

Confirmado: 06-10 abril 2025

Visitas comerciales

CIC NANOGUNE

Centro Vasco de investigación cooperativa en nanociencia con 10 líneas de investigación.

Desde el 2009 tenemos registrados 15 congresos organizados por científicos que forman parte de esta organización.

Presentación ante 10 investigadores, principalmente directores de áreas, y entre los que se encontraban 2 personas inmersas en la organización de dos congresos en la ciudad.

CÁMARA DE GIPUZKOA

Reunión para presentación de la labor del Convention Bureau de Donostia Turismoa y búsqueda de colaboración de ambas entidades.

MAXAM GROUP

Reunión con motivo de la organización de evento de grupo 75 personas confirmado del 10 al 12 de julio de 2024 en el Hotel NH.

CAMALEÓN TOURS

Reunión con motivo de la organización de un Incentivo empresa de seguros de Latinoamérica - 14-17 de octubre de 2024 - 27 personas.

LEONARDO HOTELES

Director Comercial y el Jefe de Ventas de la cadena Leonardo Hoteles (miembro de DSST) vienen en visita de inspección a la ciudad y aprovechan para conocer la labor del Convention Bureau y su actividad.



Acciones con empresas asociadas

En el marco de las ferias y workshops en los que hemos participado, en varias de ellas contamos con la colaboración y participación de nuestros socios.

BILBAO BUSINESS MEETING (Bilbao)

- OPCs: Basque Destination, Hagoos y Local Experts Tour.
- Alojamiento: Hotel María Cristina y Hotel Barceló Costa Vasca.
- Sedes de reuniones: Kursaal y Aquarium.

EVENTS CLUB ASSOCIATIONS FORUM (Valencia)

Participación en mesa compartida con el Palacio de Congresos Kursaal.

FERIA IMEX (Frankfurt)

Socios participantes: Kursaal, Hotel de Londres y de Inglaterra y Inbasque DMC.

MCE SOUTH EUROPE (Palma)

Participación en mesa compartida con el Palacio de Congresos Kursaal.

IBTM (Barcelona)

- OPCs: GS Incoming, Hagoos, Inbasque, Tenedor Tours.
- Alojamiento: Hotel de Londres y de Inglaterra, Hotel Tres Reyes.
- Sede de reuniones: Kursaal.



4.3. Turismo de ocio

4.3.1. Productos turísticos

El principal objetivo del departamento de productos turísticos es diseñar y desarrollar productos y servicios turísticos que consoliden el destino y lo posicionen como destino internacional de turismo urbano siguiendo las pautas marcadas por el Plan Director, como son la sostenibilidad, la autenticidad, el fomento de la descentralización y la generación de recursos propios, así como la promoción de la ciudad como destino de ocio, dirigiéndonos a los públicos objetivos y mercados definidos en el plan director.

Para alcanzar ese objetivo se desarrollan una serie de acciones:

Elaboración de una serie de variados productos propios

Asesoramiento a las empresas asociadas en la creación de sus actividades

Difusión y promoción de las actividades de establecimientos asociados a través de sus canales de información y de asistencia a ferias y workshops

Comercialización de los productos turísticos propios y de las empresas asociadas en las oficinas de atención y en la tienda online (generación de recursos propios)

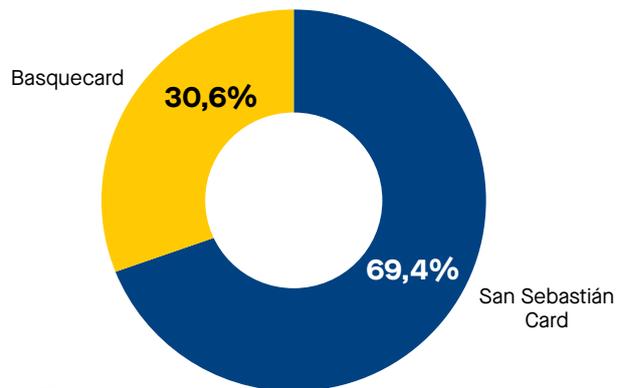
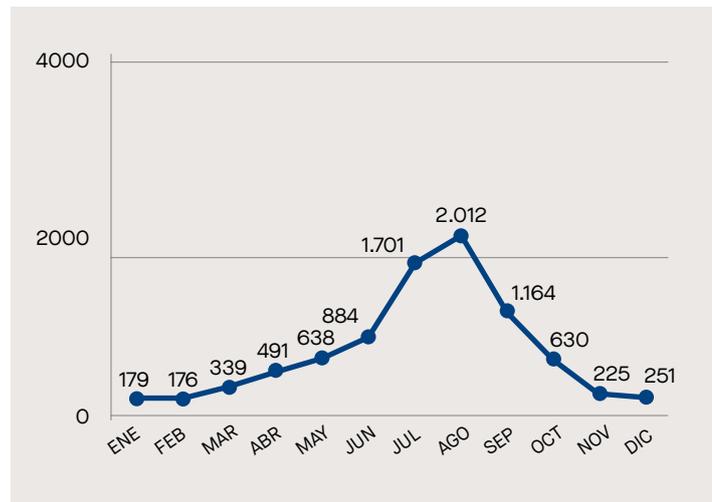


4.3.1.1. Productos propios

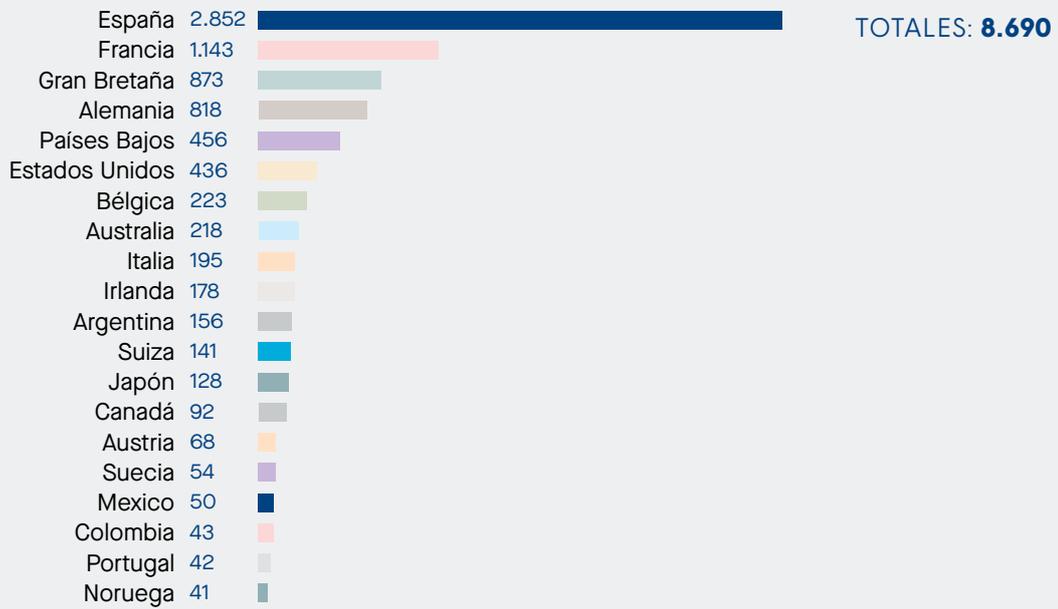
1. Tarjetas turísticas

Dos tipos de tarjetas turísticas ofrecen al visitante la posibilidad de profundizar en el conocimiento del destino, beneficiándose de importantes descuentos y ventajas que ofrecen tanto las empresas asociadas a la entidad (museos, restaurantes, comercios, etc) como las líneas de transporte público: **San Sebastián Card** (2 tarjetas), para conocer Donostia / San Sebastián, y **Basquecard** para conocer Donostia / San Sebastián, Gipuzkoa y las capitales de la Comunidad Autónoma. El objetivo de este producto es que quienes nos visitan conozcan el mayor número de recursos que ofrece el destino haciendo uso del transporte público.

Unidades vendidas 2024
Venta mensual y por tipo de tarjeta



Procedencia venta principales mercados tarjetas turísticas

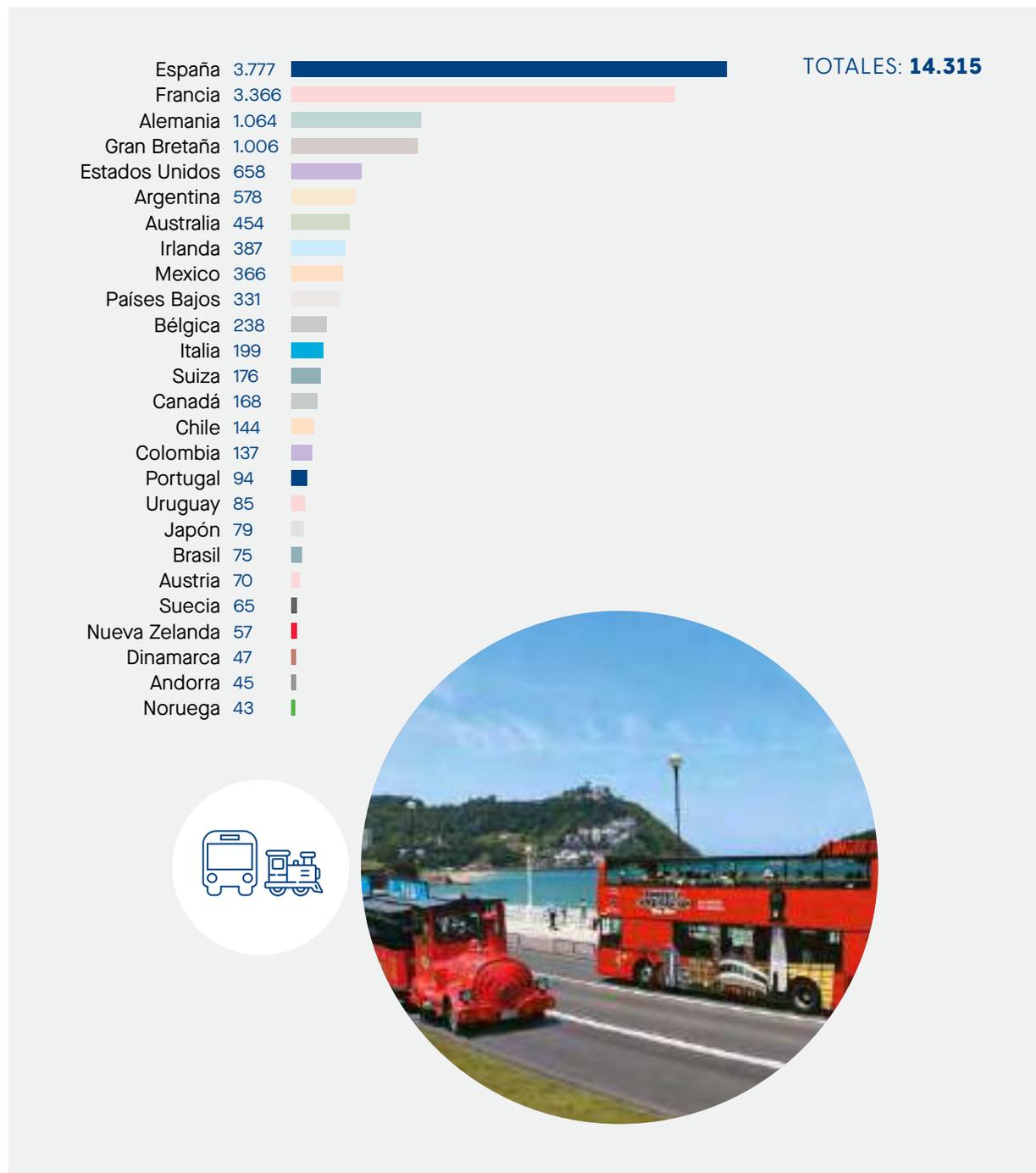


2. Transporte turístico

Dos tipos de transporte turístico (tren y bus – con paradas a lo largo de toda la ciudad) ofrecen a quienes nos visitan, la posibilidad de disfrutar de la ciudad, así como de conocer diferentes episodios históricos y curiosidades de la misma a través de sus diferentes rutas.

Desde el 2 de septiembre la visita del bus se ofrece con la nueva empresa adjudicataria del concurso de este servicio.

Procedencia principales mercados transporte turístico

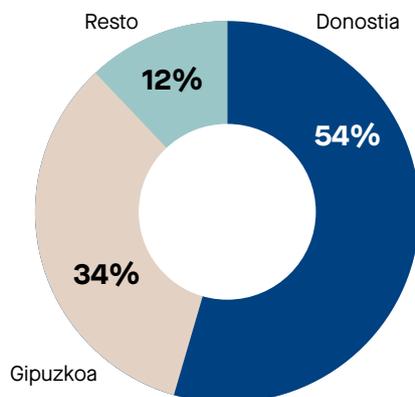


4.3.1.2. Productos de empresas asociadas

Donostia San Sebastián Turismoa pone a disposición de aquellas personas que nos visitan, una **variada oferta de actividades**. Esta oferta se elabora en colaboración con diversas **empresas locales asociadas** de la Entidad con el resultado de un completo portafolio de productos dirigidos principalmente a los sectores city break y gastronómico.



Cabe destacar, además, que, con el objetivo de descentralizar el flujo turístico, la oferta de actividades se distribuye de la siguiente manera:



CITY BREAK

VISITAS GUIADAS Y CITY TOURS

- Visita guiada a pie con pincho y bebida castellano/inglés (mañana y tarde) y su salida privada
- Bus Turístico y tren turístico
- Ebike Tour (mañana y tarde, posibilidad de castellano o inglés) y su salida privada
- Basque by Bike (mañana y tarde)

GASTRONÓMICAS

- 5 pintxo tour castellano y 5 pintxo tour inglés (mañana y tarde)
- Bodegas Rioja inglés/castellano y su salida privada
- Bodega de txakoli castellano/inglés y su salida privada
- Basque cuisine cooking class
- Gilda tour inglés/castellano
- Visita quesería Idiazabal
- Express Spanish cooking Class
- Clase de cocina en familia
- Clase de cocina de comida Vasca
- Aquarium cocktail & fuegos

EXCURSIONES

- Tour Costa Este de Gipuzkoa (Excursión por Hondarribia, Pasaia San Juan y San Pedro) Castellano/Inglés y su salida privada
- Excursión por Hondarribia, Pasaia Donibane (San Juan) y San Pedro
- Visita Bilbao, Museo Guggenheim y San Juan de Gaztelugatxe. Castellano/Inglés y su salida privada
- Tour por la Costa Vascofrancesa (Baiona, Biarritz y San Juan de Luz) Castellano/Inglés y su salida privada
- Tour por la Costa Vascofrancesa
- Tour Costa Oeste de Gipuzkoa (Zarauz, Getaria y Zumaia) Castellano/Inglés y su salida privada
- Tour Zarautz, Getaria y Zumaia
- Trekking desde San Sebastián a San Pedro. Camino de Santiago. Castellano/Inglés
- Tour de Oñati y Santuario de Aránzazu
- Tour de Bilbao desde San Sebastián
- Tour de Gaztelugatxe y Gernika y su salida privada
- Tour de Pamplona desde San Sebastián

PASEOS MARÍTIMOS Y DEPORTES

- Fysch esencial
- Ruta Kantauri 2 bahías mañana y tarde
- Ruta kantauri 3 bahías
- Ruta kantauri 2 bahías sunset
- Catamarán bahía y costa
- Motoras a la isla línea azul
- Alquiler body board
- Alquiler piragua
- Alquiler Tabla SUP y SUP XL privada
- Via Ferrata Leitzarain
- Canopy Donostia Aventura
- Surfing Day
- Moto agua Jet Ski
- Tour Reale Arena y su visita privada
- Descenso río Oria en Kayak

CULTURA VASCA

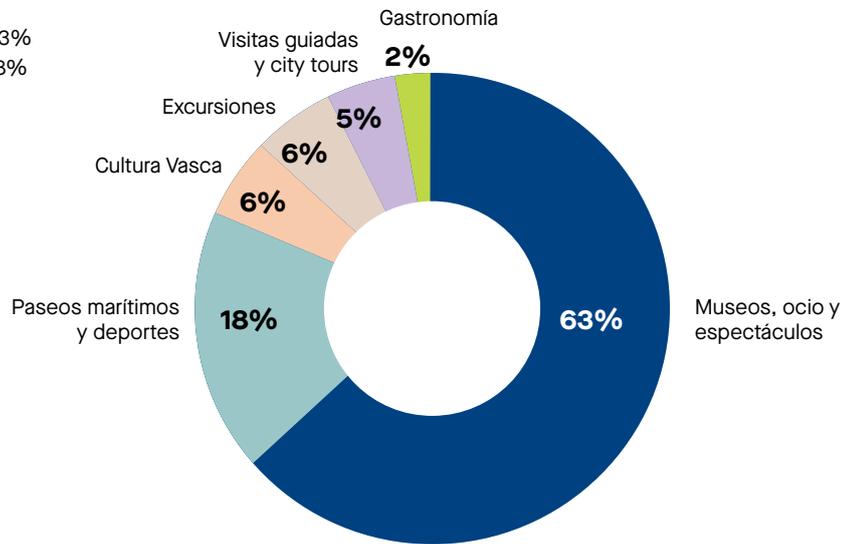
- Caserío Vasco + bodega de sidra con y sin transporte
- Albaola + sidrería con transporte
- Comida en sidrería con transporte incluido
- Visita a Sagardoetxe + comida/cena en sidrería
- Sidrería Petritegi comida/cena
- Pelota Galarreta

MUSEOS, OCIO Y ESPECTÁCULOS

- Aquarium - entrada
- Eureka museo
- Eureka museo + planetarium
- Talaso 2 horas + comida/cena
- Talaso circuito 2 horas
- Talaso circuito 3 horas
- Talaso circuito/ Gym 5 horas
- Casino
- Casino Premium
- Sagardoetxea entrada museo
- Museo Chillida-Leku entrada
- Museo Cristobal Balenciaga

Clasificación de ventas por unidades

- Museos, ocio y espectáculos: 63%
- Paseos marítimos y deportes: 18%
- Visitas guiadas y city tours: 5%
- Excursiones: 6%
- Cultura vasca: 6%
- Gastronomía: 2%

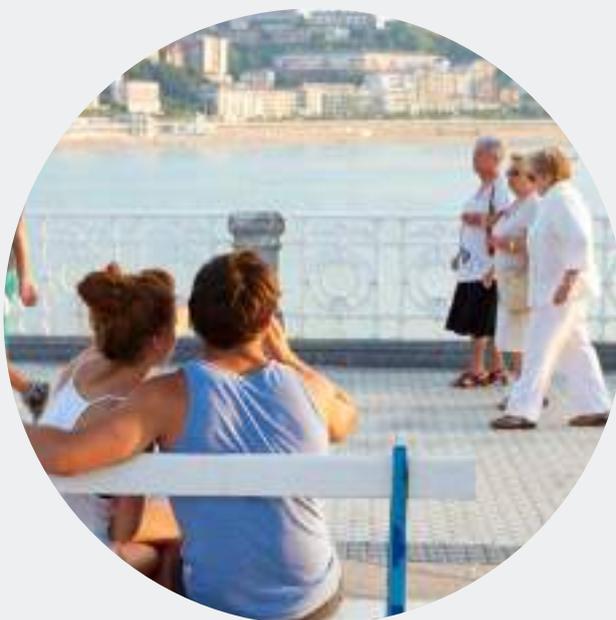
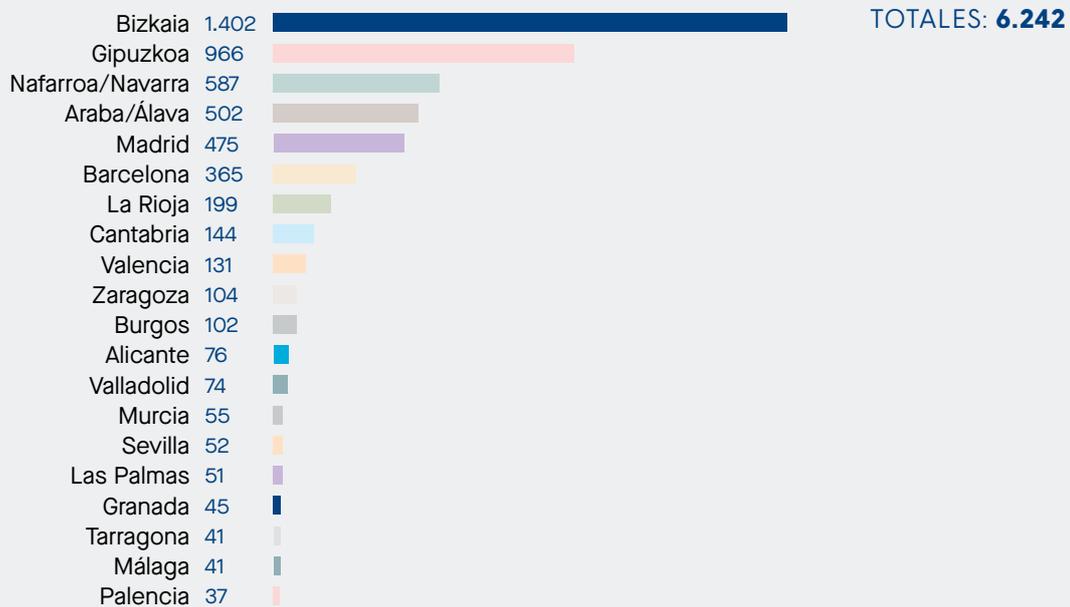


Procedencia de venta por unidades de mercados principales



Fuente: datos recogidos sólo en ventas web y Oficinas de Turismo de Donostia / San Sebastián

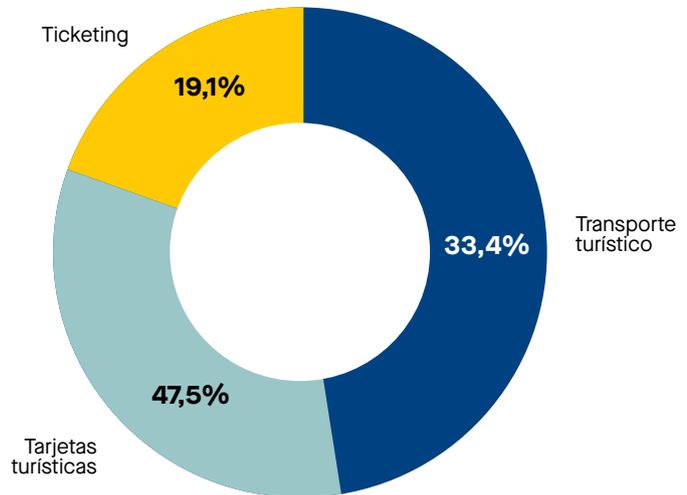
Principales procedencias de venta nacionales



4.3.2. Comercialización de productos turísticos

Para acercar la oferta del destino al cliente final se realiza la venta directa de todas las actividades tanto en las diferentes oficinas como en la shop on-line de Donostia San Sebastián Turismoa.

Transporte turístico: 33,4%
Tarjetas turísticas: 47,5%
Empresas asociadas (Ticketing): 19,1%



4.3.3. Ferias y workshops

Donostia / San Sebastián se promociona como destino de turismo urbano, premium y gastronómico acudiendo a las ferias profesionales y generalistas más importantes del sector turístico de ocio junto a Basquetour, Turespaña y la Diputación Foral de Gipuzkoa.

Se ha participado en 6 ferias (3 nacional y 3 internacionales) y 4 workshops internacionales:

Fechas 2024	Feria / Workshop	Agentes contactados	Pax atendidas
24-28 enero	FITUR (Madrid)	-	1.826
5-7 marzo	ITB (Berlín)	5	20
11-14 marzo	Jornadas directas Turespaña Tokio y Seul (Japón y Corea)	29	-
15-18 abril	Jornadas directas Turespaña mercados EEUU y Canadá (Monterrey, CA)	48	-
10-12 mayo	Expovacaciones (Bilbao)	-	220
21-23 mayo	Jornadas inversas Turespaña – Toledo (mercado Europeo)	74	-
20-25 octubre	Jornadas promoción y comercialización de Euskadi Confidential – México (DF y Monterrey)	50	-
5-7 noviembre	WTM (Londres)	19	51
14-17 noviembre	Intur (Valladolid)	-	670
2-5 diciembre	ILTM (Cannes)	40	-

FITUR, Madrid, 18-22 enero

Donostia San Sebastián Turismo ha participado un año más en la feria FITUR, que se ha celebrado en Madrid, del 24 al 28 de enero de 2024. Ha contado con un stand en el espacio Euskadi Basque Country, para dar a conocer el posicionamiento turístico de Donostia / San Sebastián: un turismo sostenible, basado en el equilibrio, la calidad y la autenticidad del destino, y que gira en torno a 5 ejes estratégicos: el turismo cultural, gastronómico, deportivo, premium y de congresos.



Además, el miércoles 24 de enero ha tenido lugar la presentación “Eduardo Chillida. 100 años”, en el stand Euskadi – Basque Country, de la mano de Eneko Goia, alcalde de Donostia/ San Sebastián, Jon Insausti, concejal de Cultura, Euskera y Turismo, Mireia Massagué, directora de Chillida Leku, y Mikel Chillida, nieto del escultor y development manager en Chillida Leku. Han presentado la programación del centenario del nacimiento de Eduardo Chillida, conmemoración impulsada por la Fundación Eduardo Chillida- Pilar Belzunce en colaboración con un gran número de instituciones, con el objetivo de dar a conocer su obra en los escenarios nacionales e internacionales y dirigiéndose particularmente a las nuevas generaciones.

ITB, Berlín, 5-7 marzo

La feria ITB de Berlín, líder de la industria turística mundial, se ha celebrado del 5 al 7 de marzo, con el objetivo de reunir a los principales profesionales del sector turístico.

Donostia San Sebastián Turismo (DSST) ha acudido a la feria, de la mano de Basquetour, con el objetivo de presentar el posicionamiento de San Sebastián y Gipuzkoa como destino turístico sostenible y de calidad, a un público exclusivamente profesional. También han participado en la feria las empresas asociadas a DSST Local Experts Tours, y el hotel Amara Plaza.

Las visitas a San Sebastián procedentes del mercado alemán han crecido un 8,7 en 2024, siendo uno de los mercados estratégicos del Plan Director de DSST, y el cuarto país que más nos visita.



Jornadas directas de Comercialización de la oferta turística española en Tokio (Japón) y en Seúl (República de Corea), 11-14 marzo. Organizador: TURESPAÑA

Las jornadas han consistido en 2 días de citas preestablecidas, un día en Seúl y otro en Tokio. En cuanto a Seúl, el workshop se ha celebrado el 12 de marzo y se han mantenido 14 reuniones, cada una de 10 minutos de duración, con agencias de viaje y turoperadores coreanos. En cuanto a Tokio, el workshop se ha celebrado el 14 de marzo y se han mantenido 15 reuniones con agencias de viaje de turoperadores japoneses.



Jornadas Directas de Comercialización de la oferta turística española en Monterrey (California) para los mercados de Estados Unidos y Canadá, 15-18 abril. Organizador: TURESPAÑA

La edición de 2024, tercera edición del evento, tras las celebradas en Miami en 2022 y en Mallorca en 2023, tuvo lugar en Monterrey (California) del 15 al 17 de abril. Consistió en 2 días de reuniones (24 reuniones por día de 8 min de duración cada una) además de 3 cenas de gala y 2 actividades de networking (flamenco y gymkana).

Expovacaciones, Bilbao, 10-12 mayo

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en la Feria Expovacaciones, celebrada en el BEC de Bilbao del 10 al 12 de mayo, como parte del stand de Euskadi. La edición número 44 ha sido visitada por más de 20.000 asistentes que han podido conocer de primera mano las propuestas vacacionales de más de 180 firmas expositoras. Al mostrador de Donostia San Sebastián se han acercado más de 200 personas que se han interesado sobre todo por actividades, planes culturales y gastronómicos y conectividad en transporte público de la ciudad.





Jornadas inversas de Comercialización de la oferta turística española en Toledo para el mercado europeo, 21-23 mayo. **Organizador: TURESPAÑA**

Primera edición del evento organizado por Turespaña, con el fin de presentar la oferta turística española a agencias de viaje y turoperador europeos, especializados en su gran mayoría en el segmento city-break. Las jornadas han consistido en 3 días de citas cara a cara, 25 citas por día de 8 minutos cada una. Los países europeos representados han sido: Bélgica (6), Bulgaria (1), Dinamarca (3), Estonia (1), Finlandia (2), Francia (8), Alemania (8), Grecia (1), Irlanda (4), Italia (6), Noruega (4), Holanda (2), Polonia (4), Portugal (5), Eslovaquia (2), Reino Unido (9), Rumania (1), Serbia (1), Suecia (4), Suiza (2).

Jornadas promoción y comercialización de Euskadi Confidential – México (DF y Monterrey), 20-25 octubre

Se han realizado 4 jornadas de trabajo (2 días en Ciudad de México y 2 días en Monterrey) con el fin de presentar el destino y oferta turística vasca a agencias de viaje y turoperadores Premium mexicanos. En las dos ciudades, se han realizado presentaciones en las principales agencias de viaje in situ por la mañana, y el “Evento Euskadi Confidential” por la tarde, que ha incluido un workshop de citas cara a cara de 8 minutos, demostración de pelota vasca y dantzaris y presentación y degustación gastronómica. En total, se ha contactado con 263 agentes. La delegación vasca ha estado compuesta por: Bilbao Turismo, el Hotel Carlton, el Palacio Arriluce, The Artist, Donostia / San Sebastián Turismoa, el Lasala Plaza Hotel y Basque Destination.





WTM, Londres, 5-7 noviembre

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado un año más en la Feria World Travel Market Londres, una de las citas más importantes del sector turístico a nivel mundial. El ente turístico donostiarra y una de sus empresas asociadas, han acudido con el objetivo de atraer a un perfil estratégico de visitante a la ciudad, en coherencia con su estrategia de posicionamiento como destino sostenible y de calidad. En esta edición se han mantenido reuniones con 19 agentes y touroperadores de Bélgica, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Italia, Portugal, Reino Unido y Suecia.

Intur, Valladolid, 14-17 noviembre

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado un año más en la feria de turismo de interior más importante del estado, la 27ª edición de INTUR. Durante 3 días, más de 600 personas se han acercado al mostrador de Donostia San Sebastián, ubicado en el Stand de Euskadi, invitando al visitante a una experiencia turística que aúna ciudad, mar y montaña.

ILTM, Cannes, 2-5 diciembre

Por segundo año consecutivo, Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en la Feria ILTM Cannes, para presentar su proyecto "Donostia San Sebastián Premium" a 40 agencias de viaje y touroperadores especializados en el segmento premium en 3 días de trabajo con citas de 20 minutos cara a cara con cada agencia.



4.3.4. Fam Trips, AAVV y TTOO atendidos

Donostia San Sebastián Turismo ha organizado y colaborado en 5 viajes de familiarización, mostrando el destino directamente a 20 agentes y ha atendido consultas de 80 agencias centradas en los ámbitos estratégicos para la entidad como: City Break, Cultural y Premium.

En cuanto a mercados destacan el japonés, americano y europeo. En este apartado, también se ha colaborado con las empresas asociadas tanto de agencias de receptivo, hoteles, hostelería, transporte, empresas de recursos turísticos, etc.

Hay que destacar la implicación de las empresas asociadas en facilitar el éxito de estos viajes, aportando un nivel excelente de servicios.

Famtrips 2024

	Fecha fam	Pax	Vía contacto	Petición	Pais origen	Organizador
OET FRANKFURT	25-28 ABRIL	6	Fam Trip	PROGRAMA Y GASTOS	ALEMANIA	DSS TURISMO
OET OSLO	27-29 JUNIO	4	Fam Trip	PROGRAMA Y GASTOS	NORUEGA	DSS TURISMO
AVANTI DESTINATIONS	5-6 SEPTIEMBRE	6	Feria	ALOJAMIENTO Y TOUR DE PINTXOS	EEUU	AGENCIA
OET TOKIO	21-25 OCTUBRE	3	Fam Trip	PROGRAMA Y GASTOS	JAPON	DSS TURISMO
PROTOCOLO TOURS	28 OCTUBRE	1	Feria	TOUR DE PINTXOS	EEUU	AGENCIA

Contacto con agencias

Contactos realizados con agencias de viaje y turoperador a través del correo electrónico del Departamento de Productos Turísticos, clasificado por países y segmentos.

	City Break	Cultural	Familiar	Gastronomía	Premium	Senior	Sport	Total general
ALEMANIA	1							1
ARGENTINA					1			1
AUSTRALIA	1							1
BELGICA	2						1	3
CANADA					1			1
DINAMARCA	1							1
ESPAÑA	15	2	1	1	1	1	1	22
EEUU	3				5			8
ESTONIA		1						1
FINLANDIA				1				1
FRANCIA	11	5		1			1	18
IRLANDA	1							1
ITALIA	1	1						2
JAPÓN	5							5
NORUEGA								0
PORTUGAL	1							1
REINO UNIDO	5	1						6
SUIZA	1	1						2
VENEZUELA	1							1
Total general	49	11	1	3	8	1	3	76

4.3.5. Atención a la persona visitante

En 2024 se ha reducido en un 6,68% el número de personas atendidas en la oficina de turismo, con respecto a 2023, pero al igual que con los indicadores de visitantes y pernoctaciones, se aprecia un aumento en meses considerados como baja temporada, lo cual nos indica que se está desestacionalizando el destino y los turistas nos empiezan a visitar en meses de menor concentración.

Así mismo, cabe señalar el cambio que se está dando en la manera de atender al turista. La ampliación de los servicios ofrecidos en la oficina hace que se prolongue el tiempo de atención, mejorando la calidad de la prestación, lo que a su vez nos está permitiendo incrementar el número de productos vendidos en la oficina.

Entre los productos y servicios que se están demandando señalar que entre sus preferencias se encuentran las visitas fuera de la ciudad, destacando las visitas a Gipuzkoa, provincias limítrofes y el sur de Francia. Las ventas de servicios ofrecidos por el principal proveedor de estas excursiones se han incrementado en un 127% respecto al año 2023.

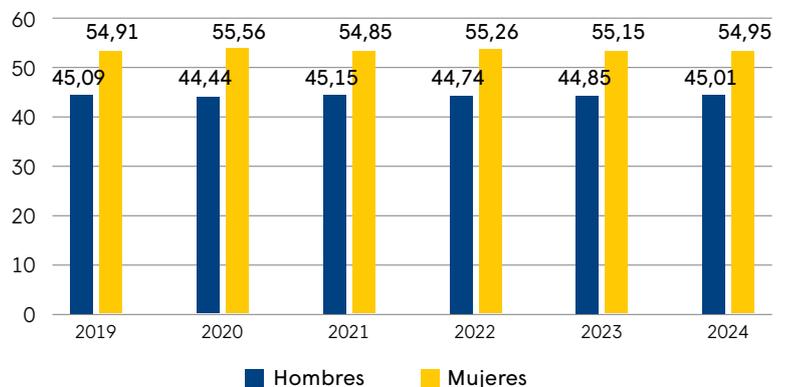
OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN

Total visitantes	2023	2024	
ENERO	1.986	2.419	+21,80%
FEBRERO	3.362	2.869	-14,66%
MARZO	3.472	5.430	+56,39%
ABRIL	10.120	7.561	-25,29%
MAYO	9.586	9.626	+0,42%
JUNIO	15.187	13.103	-13,72%
JULIO	22.167	21.891	-1,25%
AGOSTO	29.474	25.543	-13,34%
SEPTIEMBRE	17.173	15.607	-9,12%
OCTUBRE	9.199	7.821	-14,98%
NOVIEMBRE	2.533	3.569	+40,90%
DICIEMBRE	3.211	3.519	+9,59%
TOTAL	127.470	118.958	-6,68%

Visitantes oficina de turismo por género

Si analizamos estos mismos datos, desagregándolos por género, vemos que se mantiene la tendencia de los últimos años, donde el número de mujeres atendidas supera al de los hombres.

Visitantes oficina de turismo por género



PROCEDENCIA DE PERSONAS ATENDIDAS EN LA OFICINA EN 2024			
Extranjero	Francia	30.945	26,01 %
Estado	Madrid	7.258	6,10 %
Extranjero	Reino Unido	7.056	5,93 %
Estado	Cataluña	6.940	5,83 %
Extranjero	Alemania	6.088	5,12 %
Extranjero	USA	4.565	3,84 %
Local	Local	4.265	3,59 %
Extranjero	Holanda	3.976	3,34 %
Estado	Comunidad Valenciana	3.729	3,13 %
Estado	Andalucía	3.706	3,12 %
Estado	Castilla y Leon	2.884	2,42 %
Extranjero	Argentina	2.762	2,32 %
Extranjero	Italia	2.750	2,31 %
Extranjero	Bélgica	2.585	2,17 %
Extranjero	Australia	2.327	1,96 %
Estado	Aragón	1.844	1,55 %
Estado	Castilla-La Mancha	1.776	1,49 %
Extranjero	Irlanda	1.644	1,38 %
Euskadi	Bizkaia	1.325	1,11 %
Extranjero	Suiza	1.188	1,00 %



AÑO 2024				
Franja Edad	Visitantes	(%)	Mujeres	Hombres
Adultos	75.821	63,74 %	41.849	33.972
Jovenes	12.730	10,70 %	6.748	5.982
Jubilados	22.850	19,21 %	13.213	9.637
Niños	5.780	4,86 %	2.508	3.272
Sin Concretar	1.777	1,49 %	1.098	679
Total	118.958	100%	65.416	53.542

Niño/a: hasta 12 años

Joven: 13-30 años

Adulto/a: 31-59 años

Jubilado/a: +61 años

4.4. Marketing y comunicación

La estrategia de marketing y comunicación de DSST está alineada con el Plan de Turismo Sostenible Visit Bizi 2023-2027, siendo continuista con la línea de trabajo anterior, pero incorporando algunas novedades como colocar en el centro de la estrategia a la ciudadanía, sus intereses y la preservación de su calidad de vida. Se hace hincapié en fomentar la participación, la sensibilización turística, y la potenciación de una sostenibilidad transversal en todas las acciones que se realizan.

La estrategia de la sostenibilidad turística se centra en tres líneas de trabajo: económica, socio-cultural, y medioambiental. Estas líneas de trabajo generales se han traducido en medidas específicas para fomentar un turismo sostenible en todos los ámbitos.

El posicionamiento del destino pasa por llegar a públicos estratégicos segmentados, y trabajar por preservar la autenticidad e identidad del destino, con el objetivo de conseguir un turismo más equilibrado y de calidad. Las acciones han ido enfocadas a fomentar la atracción de potenciales visitantes de especial interés en los mercados más importantes para Donostia, así como en mejorar la acogida y la información en destino: además de mantener la promoción a mercados cercanos como el estatal o el francés, se han reforzado las acciones dirigidas a mercados estratégicos lejanos como los países nórdicos y el mercado estadounidense.

Para ello, se han llevado a cabo numerosas acciones dirigidas tanto a quienes visitan el destino como a la ciudadanía:

1. Hacer partícipe de la estrategia turística a la ciudadanía.
2. Posicionamiento y branding de ciudad para visitantes estratégicos/as.
3. Promoción y visibilidad de empresas socias de DSS Turismoa y de la propia entidad.
4. Aumentar las visitas a la oficina, a la web y a la shop-online.

4.4.1. Estrategia de posicionamiento de Destino

A continuación, se detallan las acciones llevadas a cabo con el objetivo de mejorar el posicionamiento y promoción de la ciudad.

Campañas internacionales a públicos de interés en medios digitales

Al igual que en los últimos años el trabajo de posicionamiento a nivel publicitario se basa en su mayoría en campañas digitales, trabajando las líneas de producto enmarcadas en el plan director, donde el destino es fuerte y maduro. Se trabajan en 2024 mercados cercanos y tradicionales, como España, Francia, mercados de medio recorrido como Uk, Irlanda, Alemania, y mercados más lejanos en Europa como Bélgica, Países Bajos, Noruega, Suecia. Para el público Foodie o Premium donde DSS está muy bien posicionada se realizan campañas en mercados más lejanos como EEUU, México y Australia.

Las zonas seleccionadas para las campañas son siempre áreas con vuelos directos a alguno de los aeropuertos de referencia del destino. Los públicos objetivo que se trabajan son públicos de interés basados en perfiles sociodemográficos o por tipo de aficiones.

Herramientas para las campañas: se utiliza una mezcla de medios y soportes de anuncios.

Google Ads (Búsqueda, Display, Gemand Gen, RRSS como Youtube, Meta; Facebook, Instagram, etc.).



San Sebastián FOODIE

El objetivo de la campaña es reforzar el posicionamiento y la imagen de Donostia como un referente en el turismo gastronómico de alto nivel a nivel internacional. Una visita de obligado cumplimiento para las personas que disfrutan de una gastronomía cuidada y de una experiencia única, auténtica y local.

Las campañas gastronómicas se personalizan en función del mercado al que nos dirigimos, pero se destacan productos como las estrellas Michelin, galardones que ha recibido el destino, pintxos y tours gastronómicos.



Mercados:

Reino Unido e Irlanda: ciudades, áreas con buenas conexiones aéreas

EEUU: Estados California y Nueva York

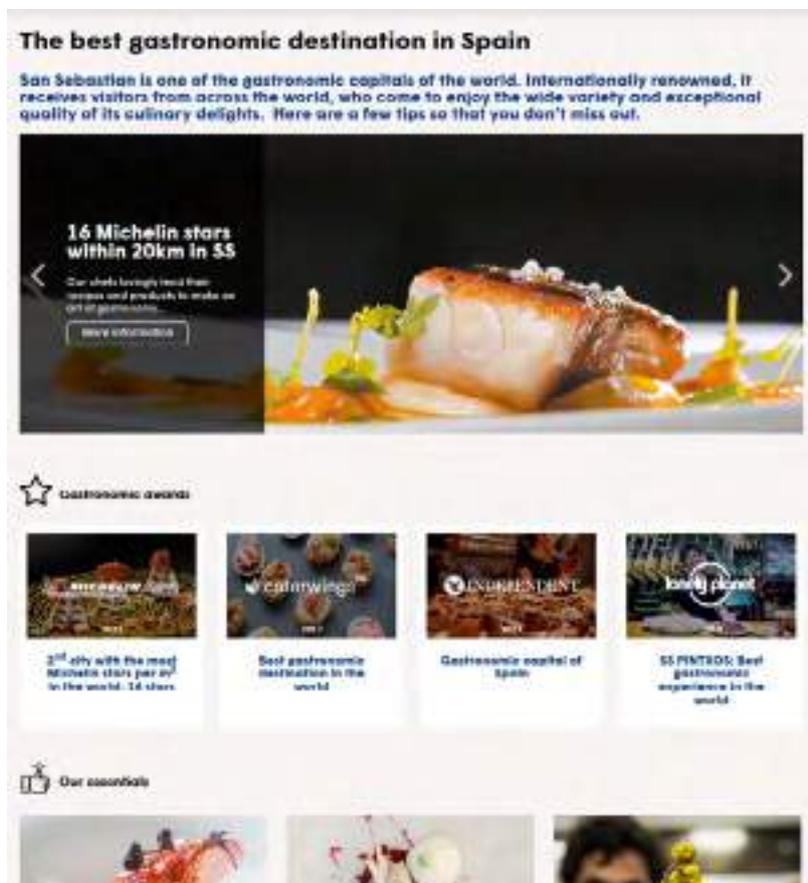
Australia: Melbourne y Sidney

Meses: Marzo, abril y mayo

Impresiones: 11,2 Millones de impresiones

Visitas de calidad: 81.000 visitas de calidad

La página de gastronomía y sus mensajes se personalizan en función del mercado o país desde el que se visita la página.



Landing personalizada para mercado UK.

San Sebastián COSMOPOLITA

El objetivo de la campaña es transmitir la imagen de Donostia como un destino experiencial con gran variedad de recursos turísticos y de ocio de alta calidad: deporte, naturaleza, eventos culturales e identidad propia. Un destino de gran interés para personas que disfrutan de destinos con gran atractivo turístico en su más amplio sentido.

Las campañas relacionadas con un público cosmopolita se dirigen a personas inquietas, urbanas, interesadas en temas muy variados, nos dirigimos a un perfil viajero con ganas de realizar gran número de actividades. Se personalizan las campañas y las landings en función del mercado al que nos dirigimos, pero se destacan los atractivos relacionados con museos, paisajes, deporte, grandes festivales y cultura e identidad propia.



Mercados:
Alemania, Países Bajos, Suecia y Noruega
Meses: Abril, mayo y junio
Impresiones: 2,5 Millones de impresiones
Visitas de calidad: 66.000 visitas de calidad



Landings personalizadas para cada mercado con diferentes actividades y temáticas.

San Sebastián CITY BREAK

El objetivo de la campaña citybreak es posicionar la ciudad como un destino para una escapada urbana de 2-4 días. Nos dirigimos a nuestro cliente con mayor potencial de visita, visitantes de “cercanía” que conocen el destino y queremos que vuelvan. El objetivo es recordar mediante estas campañas el destino y la gran variedad de posibilidades que ofrece para una escapada de primavera u otoño.

Es un público cercano, visitantes a menos de 650 km.

Las campañas se centran en mostrar las bondades del destino para una escapada, variedad de atractivos turísticos a un paso, nos centramos en la belleza de la ciudad, sus atributos más reconocidos como el mar, la playa, la actividad cultural y atractivo gastronómico. Se dirigen a personas inquietas, interesadas en temas muy variados, nos dirigimos a un perfil viajero con ganas de realizar gran número de actividades. Se personalizan las campañas en función de la estación del año y destacan los atractivos relacionados con museos, paisajes, deporte, grandes festivales y cultura e identidad propia.



Mercados:

Destinos a menos de 650km
o con vuelo directo a SS / Bilbao / Biarritz

FR: Aquitania, Burdeos, Lyon, París, Niza, Marsella
España: Navarra, La Rioja, Cantabria, Zaragoza, Valencia,
Malága, Canarias y Baleares (vuelos directos a SS)

Meses: Marzo, abril, mayo y junio. Octubre y noviembre.

Impresiones: 4,4 Millones de impresiones

Visitas de calidad: 66.000 visitas de calidad



San Sebastián PREMIUM

El objetivo de SS Premium es posicionar San Sebastián como un destino excelente de la máxima calidad, para viajeros muy exigentes. Personas que buscan un destino de gran valor añadido y están dispuestas a pagar un extra por servicios de gran calidad y alta personalización y servicio.

Mercados:

España, Francia, Inglaterra, EEUU, México, Noruega/Suecia

Meses: Junio, septiembre y octubre

Impresiones: 6 Millones de impresiones

Visitas de calidad: 130.000 visitas de calidad

Fichas de socios/as vistas: 7.500

Descargas Catálogo Premium: +10.000



SS Premium se creó con el objetivo de dar respuesta a la demanda del segmento Premium, agrupando a las empresas de diferentes subsectores turísticos dentro del proyecto. La incorporación de las empresas asociadas en este proyecto se realiza pasando unas exhaustivas auditorias.

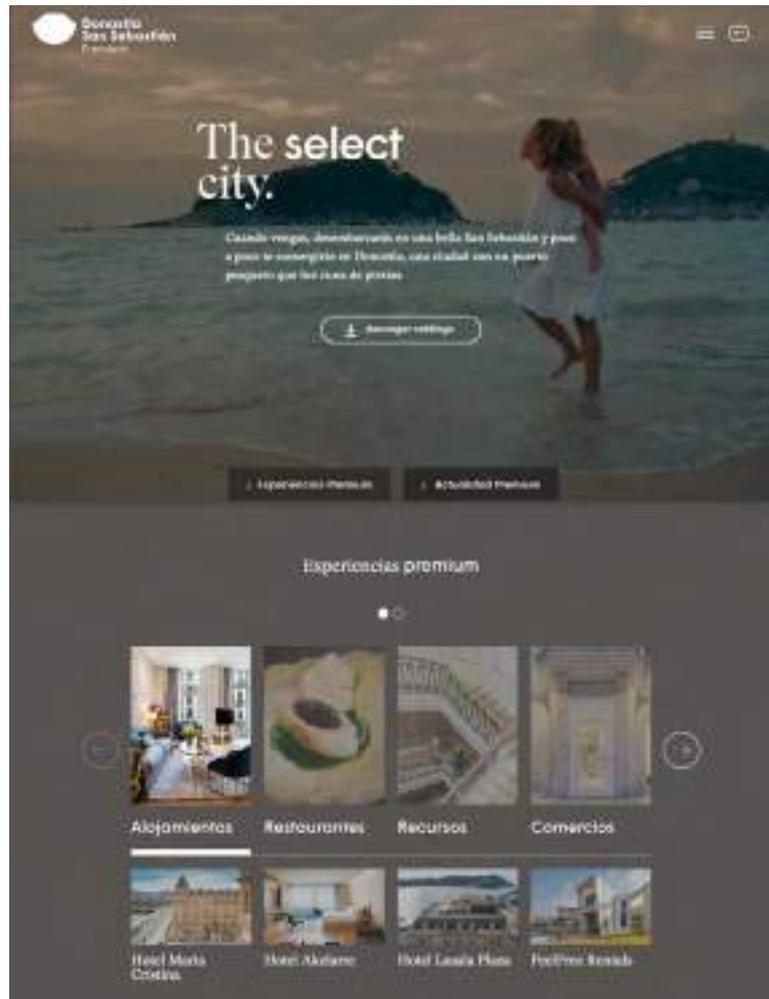
Donostia Turismoa junto a las empresas del grupo Premium promocionan el destino para un segmento de público más exigente y que solicita unos servicios a la carta.

Para llevar a cabo la promoción SS Premium cuenta con su propia web y una campaña específica. La campaña se dirige a dos públicos diferentes y cuenta con soportes y creatividades diferenciadas:

- Cliente individual donde se refuerzan los valores de calidad del destino
- Cliente profesional, intermediario, donde se trata de poner en valor el destino y sobre todo las empresas asociadas al proyecto Premium.

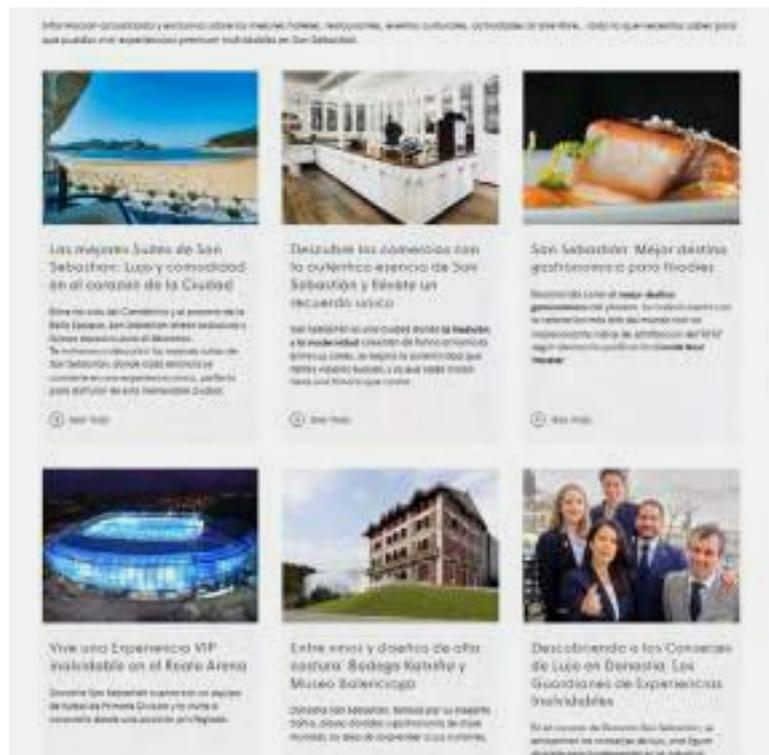


La **web de SS Premium** se actualiza con la sección de noticias y actualidad. Se crean 9 noticias relacionadas con el destino, con actividades de las empresas socias, premios, etc., y se mueven en RRSS con campañas de pago para promocionar el destino como un destino de alto valor añadido.



Envío de **Boletines con noticias Premium** a agentes especializados.

Se realiza un boletín con las noticias del sector para agencias de viaje especializadas en este tipo de viaje. Se envía en el mes de JUNIO a una BBDD de 600 agentes Premium. Tiene una alta tasa de apertura en español (60%), con menor éxito en inglés.

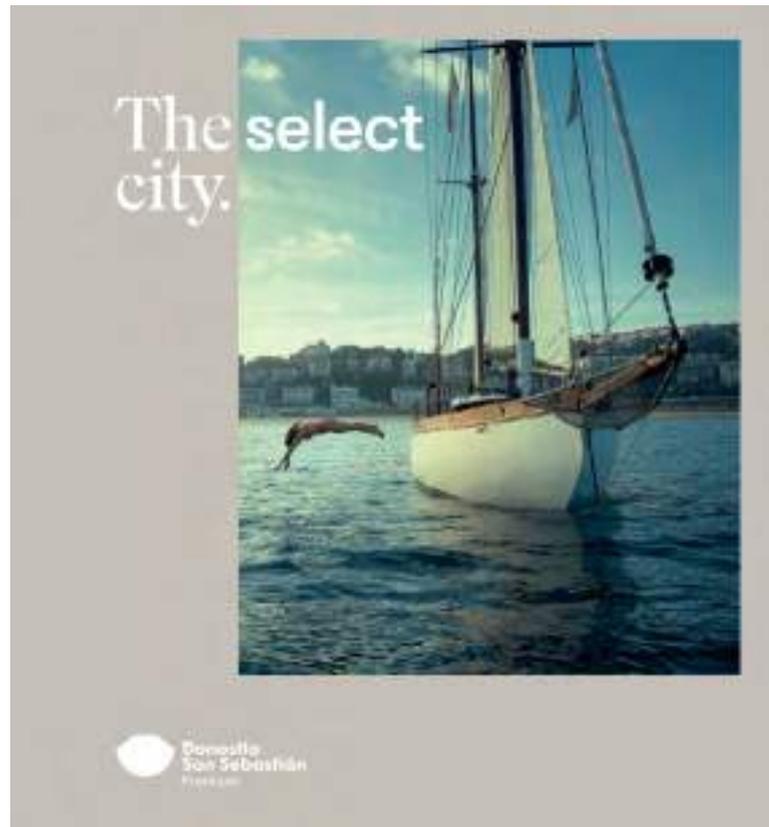


Sección de noticias actualizada en la web de Premium.

Catálogo Premium

Se diseñó e imprimió la publicación SS Premium del destino donde aparecen el listado de las empresas asociadas que pertenecen al proyecto. Se repartió entre las empresas asociadas, así como en Ferias y Workshops especializados, periodistas y agentes de viaje profesionales.

Se han descargado más de 10.000 unidades.



Reunión con las empresas Premium, socias de DSS Turismoa en MIMO Bite the experience.

El jueves 14 de noviembre, el Club de Producto Premium de Donostia San Sebastián Turismoa celebró su encuentro anual en las instalaciones de Mimo Bite The Experience, una de las empresas asociadas del Club Premium.

Este año, el Club dio la bienvenida a tres nuevos miembros: *la Real Sociedad*, *OribayTours* y el *Hotel de Londres y de Inglaterra*, elevando así a 31 el número total de empresas asociadas pertenecientes al grupo de trabajo.

El evento incluyó una mesa redonda con la participación de destacadas agencias de viaje especializadas en turismo de alta gama, como *Bespoke Travel* (Spain & Portugal - Madrid), *Tailored Spain* (Madrid), *Basque Destination "creating memories"* (Donostia) y *Tenedor Tours* (Donostia).

4.4.2. Estrategia de posicionamiento de la entidad Donostia Turismoa

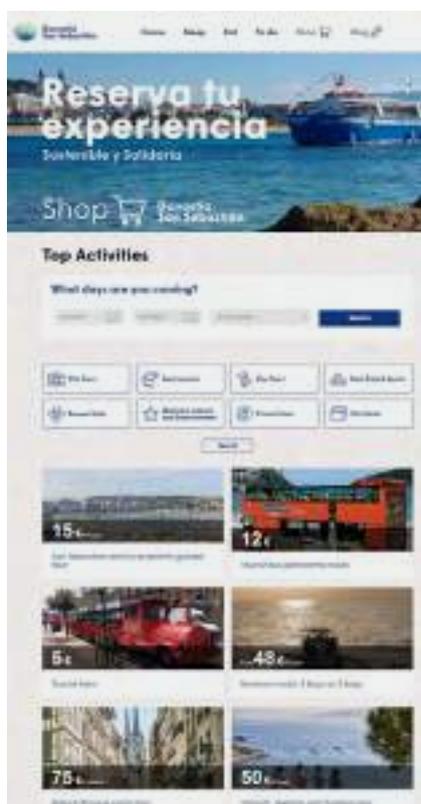
A continuación, se detallan las acciones encaminadas al posicionamiento y promoción de la entidad DSS Turismoa, sus productos y los de las empresas asociadas. Diversas acciones enfocadas al visitante y/ o al sector turístico.

Ticketing

La campaña publicitaria de la Shop de San Sebastián Turismoa tiene como objetivo la venta de tickets de actividades turísticas propias y de las empresas asociadas.

Se realiza una campaña 100% online en áreas de cercanía e intentando captar al potencial turista que está en la ciudad y o a menos de 150km. Y otra línea de campaña de retargeting en mercados de origen (España, Francia, Reino Unido).

El objetivo es que aumenten las visitas a la shop online y se compre uno o más productos de la misma.



Mercados:
España, Francia, UK

Meses:
Marzo a diciembre

Impresiones:
+6 Millones de impresiones

Visitas de calidad:
+160.000 visitas de calidad

Productos vistos:
+100.000

Crecimiento en la venta de la SHOP:
+160% productos vendidos vs 2023

La campaña se lanza desde junio hasta octubre, época de mayor afluencia de visitantes a la ciudad y mayor oferta de actividades en la ciudad. Este año la campaña ha sido algo más corta en el tiempo y con una inversión menor. Los resultados de la campaña han sido peores que en 2022. El hecho de tener menos cliente de cercanía, de Euskadi y del resto del estado, se valora como una de las posibles razones para la disminución en las ventas.



Campaña atracción oficina

En los últimos años el número de visitantes que entran físicamente a las oficinas de turismo se ha reducido. Donostia Turismoa decide, tras el verano, poner en marcha una campaña publicitaria en exteriores para animar a los visitantes que ya están en la ciudad a entrar en la oficina de turismo.



Mercados:
España, Francia, UK

Meses: Septiembre a noviembre

Duración: 3 meses

Soportes de pago EXTERIOR:
Muppies exterior en Estación de autobús de Donostia y estación Adif-Renfe SS
Relojes digitales de la ciudad
Trasera de Autobús turístico
Exterior de la Oficina del Boulevard, etc.
Creatividad



Resultados

En el acumulado del 1 de septiembre al 31 de diciembre, se mantiene el número de personas atendidas, pero en los meses de noviembre y diciembre, las visitas a la oficina se incrementan en un 40% y un 9% respectivamente.

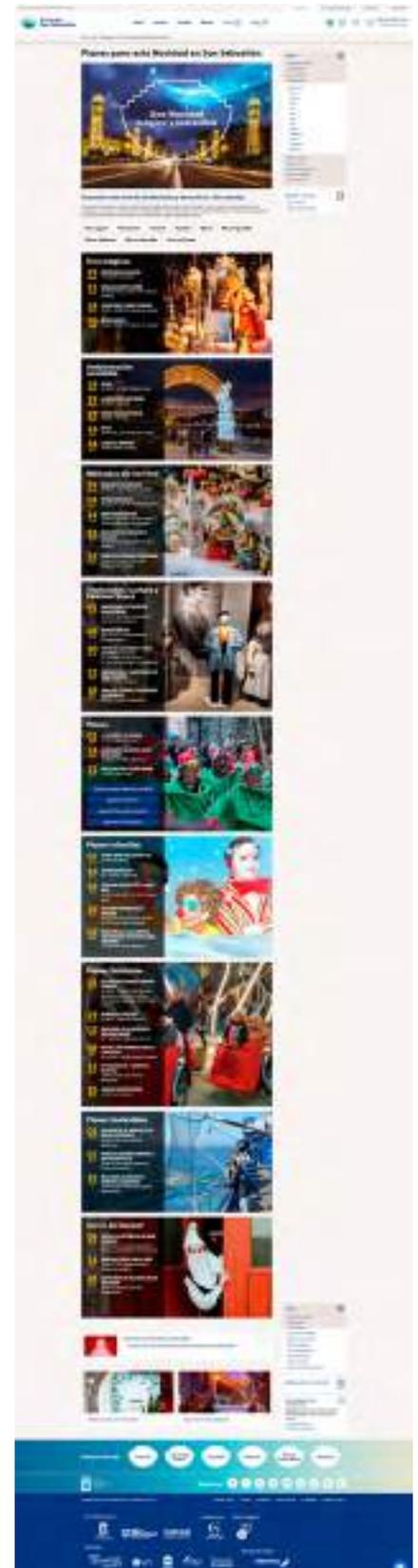
Campaña Navidad

Durante los últimos años se ha trabajado para posicionar la ciudad también como destino turístico durante la época navideña, son muchas las entidades públicas y privadas que han realizado un esfuerzo para posicionar la ciudad como un destino urbano navideño y de compras.

DSS Turismo realiza las siguientes acciones para acompañar esta línea de trabajo:

Recopilación y organización de información entre empresas privadas y entidades de la ciudad y del territorio con el fin de elaborar una completa agenda navideña que se divide en varias secciones.

- Web 100% navideña desde el 1 de noviembre, coincidiendo con la iluminación navideña de la ciudad. Se realiza una importante tarea de restyling de la home de ocio y de algunas de las secciones más visitas.
- Recopilación de toda la agenda de actividades en SS y alrededores.
- Agenda navideña online con 6 secciones diferenciadas:
 - Planes sostenibles
 - Planes solidarios
 - Planes en Familia
- Listado de restaurantes y establecimientos que ofrecen cenas, comidas o fiestas en fechas señaladas para facilitar al visitante la planificación de su estancia.
- Escaparate Navideño.



4.4.3. Patrocinios: apoyo a eventos y proyectos locales

Patrocinios y apoyo a eventos y proyectos locales. Sostenibilidad

DSST ha apoyado diversos eventos y entidades locales firmando acuerdos de colaboración tanto económicos como promocionales: entrega de material, difusión online, etc. Estos acuerdos de patrocinio se encuadran dentro de los ejes prioritarios de trabajo de la entidad, proyectos gastronómicos, culturales, deportivos, etc. siendo la sostenibilidad social y medioambiental un eje importante en los últimos años.

Sostenibilidad social

DSST ha colaborado con entidades locales que promueven causas que quieren mejorar el bienestar de la sociedad donostiarra para que esta sea más diversa, paritaria y respete a todas las personas por igual. Este eje engloba los siguientes proyectos:

LÍNEA DE IGUALDAD

- CARRERA DE MUJERES. LILATON

ACCESIBILIDAD

- KEMEN Kirol Elkarte

NORMALIZACIÓN LENGUAS MINORITARIAS

- BERRIALAGUN
- KORRIKA



Línea social

- HIRUKIDE
- PREMIO SEBASTIANE

Línea gastronómica

- CONCURSO DE COCTELERÍA GIPUZKOA
- TALENTO GASTRO
- EZEGUI, Asociación de Celíacos y Familiares de Celíacos de Gipuzkoa

Eventos culturales

- CROSS OVER
- SEMANA DEL CINE FANTÁSTICO Y DE TERROR
- ZINEMALDIA
- CENTENARIO RACVN

Eventos deportivos

- DONOSTI CUP
- BEHOBIA SAN SEBASTIÁN
- HAWAII SINGLE CLASSIC
- HIPODROMOA
- MARATON Zurich SAN SEBASTIÁN
- ORIAMENDI REMONTE
- RALLYE INTERNACIONAL DE COCHES CLÁSICOS Y DEPORTIVOS
- COPA DE ESPAÑA DE VELA

Eventos profesionales

- CLUB DE CREATIVOS
- EL AULA AZUL

Apoyo a empresas asociadas de Donostia / San Sebastián Turismo y otras entidades del Ayuntamiento

Se colabora con publicaciones, materiales, merchandising, etc. con diferentes departamentos del Ayuntamiento y otras entidades públicas; Fomento de SS, Donostia Kultura, Donostia Festak, Plan Estratégico, etc.



4.4.4. Acciones de fidelización turistas

Boletín promocional trimestral

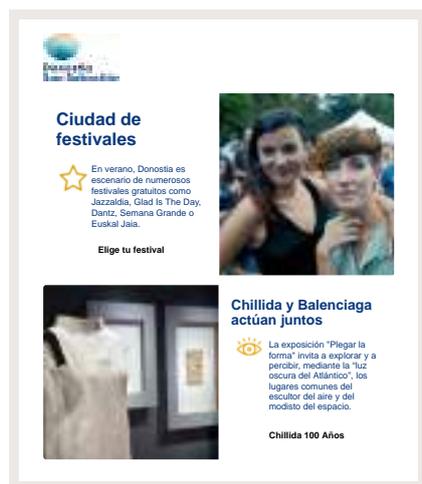
El objetivo de este boletín es crear notoriedad, construir marca y sugerir planes, motivos para volver a visitar la ciudad. Estos boletines son enviados a principios de cada estación dando ideas de experiencias donostiarras y agenda de eventos, para esa época concreta.

Fuente para obtener contactos:

- Participantes de sorteos que DSS Turismoa ha realizado.
- Compradores de la shop online.
- Leads conseguidos por promociones, ferias y banner de la web.

Se envía 4 veces al año a una base de datos de más de 33.000 personas con una tasa de apertura media del 5%.

Total 2024	Apertura	Clic
125.256	5,02%	4,09%



Ciudad de festivales

En verano, Donostia es escenario de numerosos festivales gratuitos como Jazzaldia, Glad is The Day, Dantz, Semana Grande o Euskal Jaia.

Elige tu festival

Chillida y Balenciaga actúan juntos

La exposición "Plegar la forma" invita a explorar y a percibir, mediante la "luz oscura del Atlántico", los lugares comunes del escultor del aire y del modisto del espacio.

Chillida 100 Años

A lo largo del año se confeccionan varios boletines informativos para diferentes públicos.

Boletín shop online

Semanalmente se envía un boletín a los compradores de la shop online que van a estar en la ciudad la siguiente semana. El objetivo es dar la bienvenida a la ciudad y facilitarles información práctica (mapa, guía turística, dónde aparcar, agenda...) así como planes recomendados para la época en la que nos vayan a visitar, por ello, el texto es modificado cada estación.

Se envía semanalmente desde principio de año a los compradores de productos online y tiene una tasa de apertura del 60%.

Total 2024	Apertura	Clic
3.841	60%	17,31%



Ongi etorri!

Pronto te veremos en Donostia / San Sebastián y queremos darte la bienvenida con una serie de consejos y recomendaciones para que puedas sentirte donostiarra. ¡Disfruta tu estancia!

Imprescindibles

Guía completa de San Sebastián PDF (30 Mb)
También disponible en la Oficina de Turismo

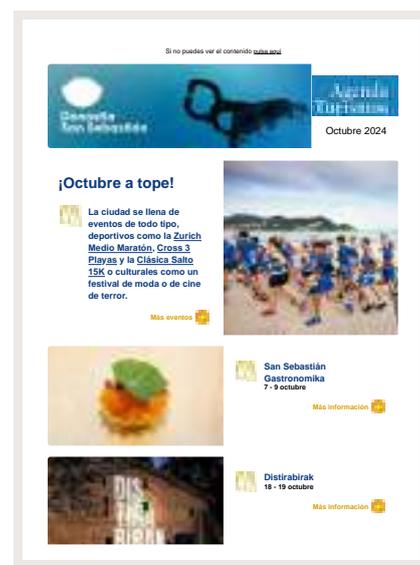
Plano turístico de San Sebastián PDF (1,5 Mb)
También disponible en la Oficina de Turismo

Agenda mensual para el sector

Boletín mensual enviado al sector turístico del entorno, oficinas de turismo, asociados, alojamientos de Euskadi, etc. con objeto de informar sobre los eventos más importantes que tendrán lugar durante el siguiente mes en nuestra ciudad, además de avisos, información práctica, recordatorio de productos turísticos, etc.

Se envían desde el mes de abril de 2023, a una media de 600 contactos con una tasa de apertura del 13.5% de media.

Total 2024	Apertura	Clic
11.762	13,52%	7,75%



Si no puedes ver el contenido [guárdalo](#)

¡Octubre a tope!

La ciudad se llena de eventos de todo tipo, deportivos como la **Zurich Medio Maratón**, **Cross 3 Playas** y la **Clásica Salto 15K** o culturales como un festival de moda o de cine de terror.

Más eventos

San Sebastián Gastronomika
7 - 9 octubre
Más información

Distirabirik
18 - 19 octubre
Más información

4.4.5. Desarrollo de materiales para la atención de visitantes

La oficina de turismo desea dar el mejor servicio de información y acogida a las personas que nos visitan en nuestras oficinas físicas, para ellos se desarrollan una serie de materiales enfocados a que conozcan el destino de la mejor manera posible y tengan una estancia satisfactoria.

Publicaciones

Las publicaciones de DSS Turismoa son una importante y potente herramienta para dar a conocer el posicionamiento de la ciudad, promocionar a los establecimientos asociados de la entidad y realizar la promoción del 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 las empresas asociadas de la entidad.

Las publicaciones plasman la importancia de desconcentrar el impacto turístico en el destino, de forma que, todos los barrios y las empresas asociadas que trabajan en ellos disfruten de sus beneficios. Por lo tanto, la información de la oferta turística de la ciudad se presenta distribuida en diferentes zonas o barrios.

Mapa 2024

Mapa de la ciudad, dos ediciones, 4 idiomas. Un pequeño mapa donde se recogen los principales recursos de interés para el visitante. Mapa con efectos lupa de los principales barrios de la ciudad.

En el 2024 siguen vigente el mapa del 2023. EL número de descargas online de la web:

- TOTAL: 23.850
- Castellano: 8.551
- Inglés: 15.299
- Castellano/euskera e inglés/francés

Ongi etorri

La guía turística de la ciudad de 2024 se editó en 6 idiomas y recoge información histórica, rutas a pie por los 6 barrios de la ciudad, información gastronómica con listado de restaurantes por tipo de cocina, rutas de pintxos por barrios, y un sin fin de planes e información de recursos y museos, etc. los mejores planes para no perderse nada en la ciudad.

Se distribuye en la oficina de turismo, ferias congresos, etc.

El número de descargas online de la web:

- TOTAL: 9.827
- Castellano: 3.446
- Inglés: 4.208
- Francés: 2.247
- Euskera: 24



Agenda 2024

Publicación online en cuatro idiomas que reúne los principales eventos que tienen lugar en la ciudad. Se actualiza en el mes de enero, se publica online en 4 idiomas, y puede descargarse desde varios puntos de la web.

El número de descargas online de la web:

- TOTAL: 8.378
- Castellano: 3.225
- Inglés: 2.255
- Francés: 2.851
- Euskera: 47



Shopping in San Sebastian

Publicación en formato revista con los comercios asociados de la ciudad organizados por secciones y ubicados en un mapa. Se editan dos ediciones, en 4 idiomas. Se distribuye en las oficinas de turismo de la ciudad, hoteles, etc.

El número de descargas online de la web:

- TOTAL: 3.294
- Castellano: 897
- Inglés: 1.363
- Francés: 1.022
- Euskera: 12



Mapa de alojamientos

Diseño de la publicación que reúne a las empresas asociadas a DSS Turismo del sector del alojamiento. Se imprimieron 500 ejemplares en 4 idiomas (castellano, euskera, inglés, francés) y se publica en la web, para su descarga.

El número de descargas online de la web:

- TOTAL: 4.371



Tarjetas turísticas flyers

Diseño de la publicación que resume las ventajas de las tarjetas turísticas de DSS Turismo, tanto la San Sebastian Card como la Basque Card. Impresión de 10.000 ejemplares en 2 versiones: una de castellano - inglés y la otra de euskera - francés.

SANSE CARD

Diseño de la publicación que detalla el funcionamiento de la tarjeta turística San Sebastian Card. Impresión de 10.000 ejemplares en 2 versiones: una de castellano - inglés y la otra de euskera - francés.

El número de descargas online de la web:

- TOTAL: 5.186
- Castellano - Inglés: 4.240
- Francés - euskera: 946

BASQUE CARD

Diseño de la publicación que detalla el funcionamiento de la tarjeta turística de Basque Card. Impresión de 10.000 ejemplares en 2 versiones: una de castellano - inglés y la otra de euskera - francés.

EL número de descargas online de la web:

- TOTAL: 2.415
- Castellano - Inglés: 2.133
- Francés - euskera: 282



Decálogo para guías de turismo

Publicación online profesional en cuatro idiomas dirigidas a guías turísticos para que preserven el destino de forma responsable y sostenible, para que este sea amigable tanto para quienes nos visitan como para quienes viven en la ciudad.



Otros soportes de atención al visitante

Otras herramientas desarrolladas para los visitantes en la Oficina de Turismo son los soportes físicos como el escaparate o los vídeos para las pantallas de las oficinas. Para estos soportes se han creado varios materiales como vídeos promocionales y productos de merchandising.

Producción de vídeo promocional de los productos que oferta DSST

Pieza audiovisual en 4 idiomas que se transmite en las pantallas de la zona de atención de la Oficina de Turismo de DSS que recopila los productos en venta tanto en la oficina como online.



Producción de la línea de merchandising

Creación de varias líneas de productos promocionales para que el visitante pueda llevarse un recuerdo de la ciudad. Hay elementos de papelería y objetos de oficina hasta producción textil o elementos deportivos. Merchandising tanto para venta en oficina como entrega en eventos o a entidades colaboradoras.



El escaparate de la Oficina de Turismo en el Boulevard se va actualizando dependiendo de la temporada del año y de la campaña o productos que se quieran promocionar en ese momento.



Línea textil basada en iconos donostiarra: sudaderas, camisetas y bolsas.



Línea de trabajo para oficina diseñada y producida por una empresa guipuzcoana, elaborada 100% con materiales reciclados: Funda ordenador, alfombrilla ratón, portallaves...

4.4.6. Captación de nuevas empresas asociadas

Uno de los objetivos del área de marketing es captar nuevas empresas asociadas alineadas con los objetivos del destino, para ello el año 2024 se realizan una serie de acciones comerciales para incrementar el número de empresas asociadas de diferentes sectores:

Sector comercio

Con el objetivo de captar al pequeño comercio local y con identidad de la ciudad se ha organizado un desayuno en el Hotel María Cristina el 6 noviembre con una selección de comercios que cumplen una serie de requisitos, comercios con identidad, historia o un producto identitario de la ciudad.



Foto: Hotel María Cristina

Nuevos socios 2024 en el sector comercio
Arteuparte
Berriz
Casa Otaegui
Eguzkilore
Lance and Malone
Noventa Grados
Pukas Surf Shop
Perfumería Urbietta
Solca
Zaporejai
La Perola
Bombonería Leónidas

Sector hotelero y hostelero

Durante el 2024 se han realizado visitas y acciones comerciales en los siguientes sectores: Hoteles y alojamientos de 4 y 5 estrellas y 13 Restaurantes con Estrellas Michelin y/o Soles Repsol.

Campaña ¿Hay algo más donostiarra que un pintxo?

En el mes de noviembre se realiza una acción de notoriedad en la ciudad con el pintxo donostiarra como protagonista. El objetivo es premiar a establecimientos (bares) que están realizando un buen trabajo en el mundo del PINTXO.

Una clara defensa del buen hacer de hosteleros de la ciudad y de los PINTXOS Donostiarras, como producto identitario de nuestra cultura gastronómica.

Los establecimientos elegidos están adheridos a DSS Turismoa y al Instituto del PINTXO.

¿Hay algo más donostiarra que un pintxo?

Donostia Turismoa trabaja para preservar y potenciar los valores del pintxo entre todas y todos: bares, restaurantes, personal de hostelería, ciudadanía, visitantes...

¡Cuidemos nuestros pintxos!

Descubre cómo lo hacemos:

Donostia San Sebastián PINTXO

Ba al dago pintxoak jatea baino ohitura donostiarra-gorik?

Donostia Turismoa pintxoaren balioak babesteko eta bultzatzeko lanean ari da, guztekiko elkarlanean: labernak, jiretseak, ostalaritzako langileak, herriarrok, bistariak...

Zaindu dituzgun gure pintxoak!

Informazio gehiago:

Donostia San Sebastián PINTXO

**Evento anual con las
empresas asociadas:
Copa de empresas
asociadas**

En diciembre, en el renovado San Martín Merkatua se celebra en compañía de las empresas asociadas el encuentro anual de empresas del sector turístico de la ciudad.

Más de 100 empresas y entidades representando al sector y más de 225 invitados celebraron un año de trabajo conjunto del sector.



4.4.7. Web y landings DSS Turismoa

El año 2024 ha sido excepcional en cuanto a número de sesiones registrado en el sitio web. Ha habido un fuerte incremento del tráfico tanto en orgánico como en tráfico procedente de campañas publicitarias.

Han sido sesiones de buena calidad, con más tendencia a realizar compras, pero con algo menos de descarga de publicaciones y menos contacto.

Web Ocio



En general y a modo resumen podemos afirmar que ha sido un año excelente, superando los dos millones y medio de visitas, la mayoría de ellas de gran calidad. Aumentan las personas usuarias que nos encuentran de forma orgánica.

Las campañas publicitarias llevadas a cabo han dado muy buen resultado consiguiendo atraer muchos más visitantes al sitio web y generando visitas de muy buena calidad.

Sesiones: 2.578.006, lo que supone un 48% menos que 2023.

Sesiones de calidad: 1.488.723, +27% que en 2023.

Descargas de publicaciones: 153.744 unidades de publicaciones descargadas desde el sitio web.

1.484.257 usuarios web.

Se registran más de **3.700 sesiones con compra**.

TRÁFICO ORGÁNICO VS DE PAGO



Mercados

Aumentan los mercados tradicionales como el norteamericano y japonés, con fuertes subidas respecto a 2023. Y crecen mercados europeos como Países Bajos, Bélgica, Alemania o Italia.

Top 10 países	Sesiones	%
España	1.038.042	40,1%
Francia	735.796	28,4%
UK	201.342	7,8%
EEUU	141.635	5,5%
Alemania	43.461	1,7%
Holanda	42.410	1,6%
Irlanda	41.176	1,6%
Australia	33.357	1,3%
Bélgica	22.964	0,9%
Suecia	19.852	0,8%

Top 10 países

País	Sesiones
España	1.038.042
Francia	735.796
UK	201.342
EEUU	141.635
Alemania	43.461
Holanda	42.410
Irlanda	41.176
Australia	33.357
Belgica	22.964
Suecia	19.852

Top 10 ciudades	Sesiones	%
Madrid	282.293	10,9%
París	198.970	7,7%
Donostia / SS	145.251	5,6%
Barcelona	113.058	4,4%
Londres	97.548	3,8%
Burdeos	92.949	3,6%
Bilbao	72.373	2,8%
Dublín	30.110	1,2%
Valencia	29.410	1,1%
Zaragoza	26.536	1,0%

Top 10 ciudades

País	Sesiones
Madrid	282.293
París	198.970
Donostia / SS	145.251
Barcelona	113.058
Londres	97.548
Burdeos	92.949
Bilbao	72.373
Dublín	30.110
Valencia	29.410
Zaragoza	26.536

Visitas por canal

Las visitas del canal de búsqueda orgánica suponen el 71% del total de tráfico. Entre todos los canales destacan la publicidad en buscadores, que trae un 13% de las visitas.

Canales	2024
Canal Google orgánico	71%
Canal Google pago	13%
Canal RRSS orgánico	0,4%
Canal RRSS pago	3%
Canal email	0,3%
Canal directo	8%
Canal referencia	2%
Canal display	0,5%
Canal otros / desconocido	1%

SHOP



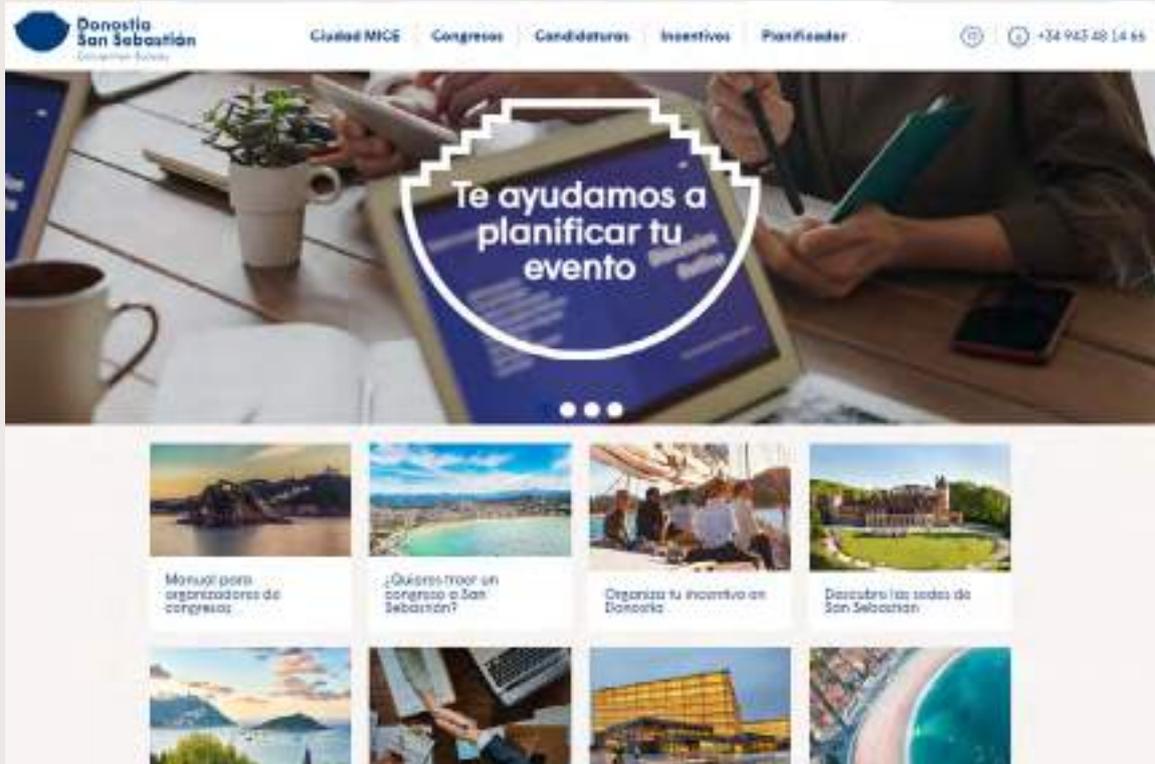
La página web de la shop online también recibe más visitas este 2024. El impacto de la inversión en publicidad se nota especialmente en la venta de productos, que aumenta significativamente.

Top mercados por orden de importancia en % compras.

País
España
Francia
UK
EEUU
Alemania
Holanda
Irlanda
Australia

España, Francia, e Inglaterra realizan el 91% de compras online.

MICE



Los visitantes orgánicos han descendido en la web de Convention Bureau (-12% de visitas orgánicas respecto a 2023), es en el tráfico procedente de campañas publicitarias donde hay un mayor descenso (-80% de visitas procedentes de campañas publicitarias).

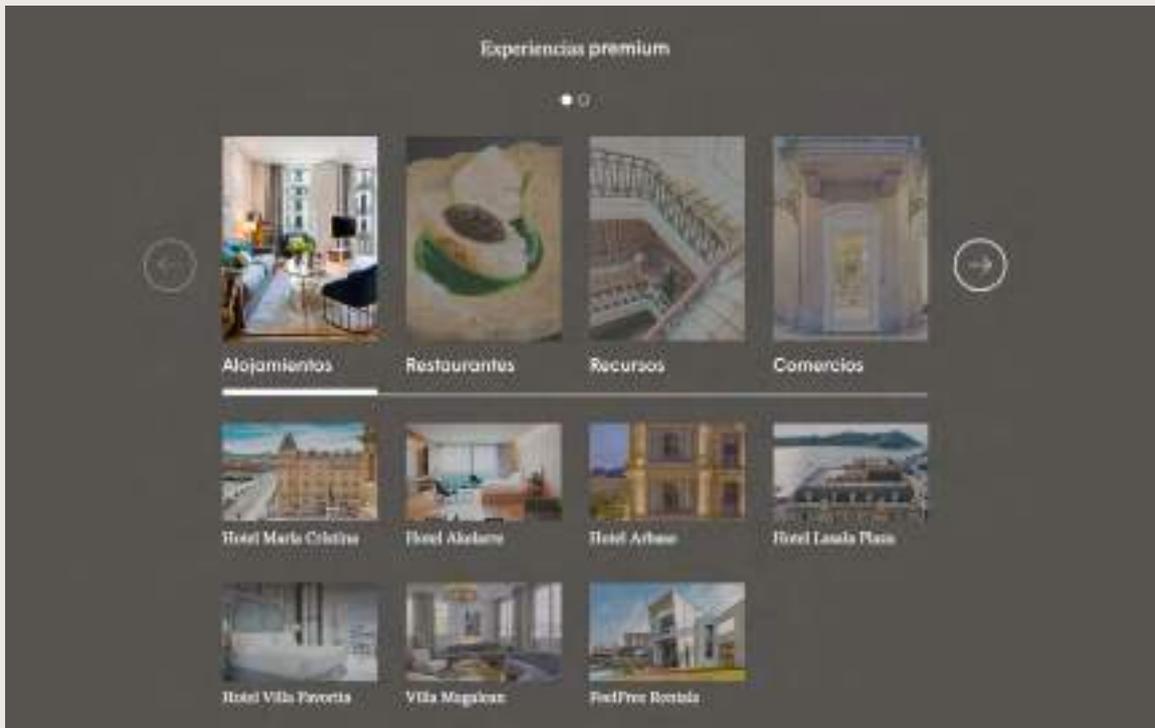
Sesiones: 28.497, -22%

Páginas vistas: 53.769, -34%

Top países	Sesiones	%
España	19.226	67,5%
Francia	3.293	11,6%
Reino Unido	1.374	4,8%
Alemania	457	1,6%
Países Bajos	306	1,1%

Web Premium

La web dedicada al segmento premium recibe muchas más visitas en 2024. Aumenta de forma considerable la visualización de fichas de empresas asociadas y sobretodo la descarga del catálogo premium.



Sesiones: **43.307 sesiones de calidad**, con interacción.
 Descarga publicación/ visualización vídeo, etc.

Más de 10.500 fichas de socios/as vistas.

+11.000 descarga del manual.



Top países	Sesiones	%
España	27.059	45,0%
México	11.019	18,3%
Irlanda	7.931	13,2%
Reino Unido	6.075	10,1%
Estados Unidos	4.706	7,8%
Países Bajos	2.577	7,6%

Web Accesible



La web DSS accesible ha funcionado bien en 2024, manteniendo un volumen de visitas parecido y creciendo ligeramente en páginas vistas, respecto a 2023.

Sesiones: 76.658, -1%

Páginas vistas: 125.947, +6%

Se visualizan 72.100 fichas de socios/as.

Es una web muy bien posicionada, la mayor fuente las búsquedas está relacionada con la accesibilidad a la ciudad.

Members



La página de members es una intranet dedicada a las empresas asociadas de Donostia San Sebastián Turisboa, donde pueden ver y descargar información exclusiva para ellos/as recibe menos visitas, -11% que el año 2023.

Sesiones: 1.010, -11%.

Páginas vistas: 18.382, +19%

Visualización de socios/as en las webs de Turismo

Que descienden en Convention Bureau y Accessibility. Aumenta la visibilidad de las empresas asociadas, aunque desciende el tráfico enviado hacia los mismos desde las webs de Turismo. Premium es el site en el que ha habido un mayor crecimiento en este sentido.

Premium



Accessibility



Listados se socios/as: **+207.237 veces se visualizan los listados de socios/as.**

Fichas de socios/as: **+242.264 visualizaciones de fichas únicas de socios/as.**

Clics en las fichas: **+117.357 clics.**

Visualizaciones de listados y clics derivados por tipo de empresas.

Accessibility



4.4.7.1. Nuevas funcionalidades, mejoras WEB

Restyling en la Shop de sansebastinaturismoa.eus

En junio 2024 se realiza un trabajo de rediseño, mejora de la presentación de productos y mejoras de usabilidad de todo el portal, para generar una mejor experiencia de el/la usuario/a.

Los cambios son un éxito que se traducen en mayor número de productos añadidos al carrito de la compra, y ventas (+160%). El/la usuario/a necesita menos tiempo en la shop online ya que la compra es más rápida y se reduce la tasa de abandono en el proceso de compra.



Buscadores de restaurantes y hoteles para MICE

Se adapta e implementa el buscador de restaurantes con sus respectivos filtros a la sección MICE de la web.

Guía de restaurantes

¡En esta ciudad se come bien!

San Sebastián tiene restaurantes de todos los colores y todos los sabores. Puedes comer de puchero o de pintxos, sentado o de pie, en un sitio fino o la terraza más popular. Es igual... En San Sebastián la cocina expresa lo que tal vez no sabemos expresar con palabras. Cada pintxo y cada plato contiene el lenguaje mediante el cual tratamos de transmitirte emociones únicas que no puedes olvidar.

Busca el establecimiento ideal según tus necesidades

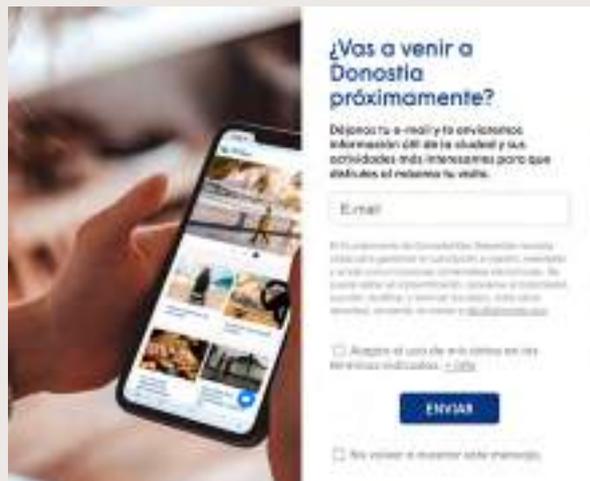
Tipo de establecimiento ▼

- Opciones vegetarianas
- Opciones celiacas
- Cocina abierta todo el día
- Admite perros
- Terraza
- Accesibilidad info
- Sostenible

Captación de leads en la web

Con la intención de captar leads, generar contactos de usuarios de la web, se pone en marcha en octubre un banner, donde se invita a los usuarios que cumplen ciertos requisitos de navegación a dejar su correo para poder ofrecerles información relacionada con sus búsquedas o navegación.

Se consiguen más de 300 correos semanales en diferentes idiomas.



Nueva sección web dirigida al sector turístico: Travel agents



En 2024 se ha creado un nuevo apartado web para dar respuesta a las peticiones de profesionales del sector turístico de ocio con el objetivo de ofrecer apoyo e inspiración a quienes organizan viajes y experiencias en Donostia / San Sebastián y alrededores.

Asimismo, la web dispone de la sección "Trámites", pensada para ofrecer información clara y actualizada sobre los procedimientos administrativos relacionados con el turismo en Donostia. En esta sección se podrán encontrar detalles sobre dos aspectos clave: la normativa y permisos para grupos y guías turísticos, así como el procedimiento para la carga y descarga de pasajeros de autobuses discrecionales, esencial para la correcta organización del transporte turístico en la ciudad.

4.4.8. Campañas de comunicación y acciones destacadas

Estrategia de posicionamiento. Acciones específicas y campañas promocionales

Cultura propia e identidad

En 2024, desde Donostia San Sebastián Turismo se han impulsado algunas iniciativas clave para destacar los elementos esenciales de nuestra autenticidad.

Este año ha destacado especialmente el impulso dado a la conmemoración del centenario de Eduardo Chillida, a través de la generación de contenido propio y la difusión activa de los numerosos eventos vinculados a esta celebración.

Otras de las iniciativas clave en este 2024 son la campaña *Pintxotan: ¿Hay algo más donostiarra?*, que ha puesto en valor la esencia de los pintxos como símbolo de nuestra gastronomía, conectando a visitantes y locales con la tradición y creatividad de los bares donostiarros. O *Euskara Plazara!*, que ha puesto en valor la riqueza de nuestra lengua, promoviendo el orgullo ciudadano y acercando el euskera a quienes nos visitan mediante actividades participativas y dinámicas. Asimismo, se ha llevado a cabo una campaña en redes sociales para potenciar la singularidad y el valor diferencial de los comercios locales asociados.

Estas acciones son ejemplos del compromiso por preservar y difundir las características que hacen de Donostia/San Sebastián un lugar auténtico de identidad inconfundible.

Pintxotan: ¿Hay algo más donostiarra?

En el marco de las acciones realizadas en 2024, se llevó a cabo una campaña destinada a promover la idiosincrasia de la gastronomía donostiarra, con especial énfasis en la esencia de los pintxos.

La iniciativa incluyó la creación de vídeos cortos en formato reels para redes sociales, inspirados en la “Guía para ir de pintxos” de San Sebastián Turismo y el “Decálogo del Pintxo Donostiarra” del Instituto del Pintxo.

Estos contenidos narraron historias auténticas ambientadas en los bares asociados a DSST, destacando el compromiso de estos establecimientos con la identidad culinaria local. La campaña estuvo dirigida tanto al visitante, mostrando San Sebastián como un destino gastronómico con carácter único, como a la ciudadanía, reforzando el compromiso de DSST y los bares participantes con la preservación de la autenticidad del destino.

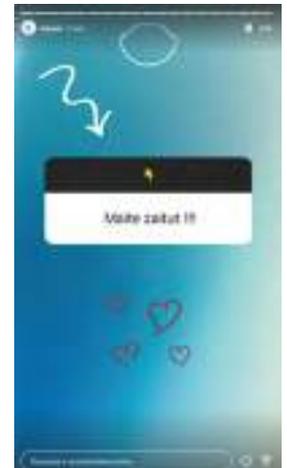


Euskara Plazara!

En noviembre de 2024 se desarrolló la campaña *Euskara Plazara!*, una iniciativa para fomentar el uso del euskera, haciendo que la ciudadanía se sienta orgullosa de su lengua y dando a quienes nos visitan la oportunidad de descubrirla. Durante las dos últimas semanas de noviembre, se realizaron acciones interactivas tanto en redes sociales como en la oficina de turismo.

Las acciones estuvieron dirigidas tanto a visitantes como a la ciudadanía, con el objetivo de promover la lengua y la cultura vasca. A los visitantes, bien a través de redes sociales o en la oficina de turismo, se les preguntó si habían aprendido alguna palabra en euskera, obsequiando a quienes supieran alguna con un imán euskaldun. Por otro lado, se animó a la ciudadanía a reflexionar sobre su experiencia enseñando palabras en euskera a amigos extranjeros y a proponer qué palabra vasca debería ser conocida internacionalmente. Esta acción fomentó la interacción y el orgullo cultural, fortaleciendo el vínculo entre el destino y su identidad lingüística.

Además, se organizó un concurso interactivo en redes sociales, culminando en un sorteo el Día del Euskera (3 de diciembre), cuyo premio consistió en una comida para dos personas en un restaurante local y asociado. Esta campaña combinó creatividad, interacción y orgullo lingüístico para fortalecer la presencia del euskera como parte fundamental de la identidad donostiarra.



Centenario Eduardo Chillida

Con motivo del centenario del nacimiento del escultor Eduardo Chillida (1924-2002), durante todo este 2024 se han llevado a cabo numerosos eventos y acciones comunicativas en relación al recuerdo de su obra y figura. Este evento cultural busca no solo homenajear la obra y legado de Chillida, sino también reforzar el posicionamiento cultural de la ciudad, promover la desestacionalización del turismo y contribuir a la desconcentración del destino.

DSS Turismoa colaboró en FITUR 2024 en la presentación oficial del programa de actividades culturales *Eduardo Chillida 100 años. Lugar de encuentro*, que tuvo lugar el 24 de enero en el espacio Euskadi Basque Country de FITUR.

A lo largo de 2024, Donostia San Sebastián Turismoa ha respaldado activamente la conmemoración del centenario de Eduardo Chillida mediante la creación de contenido propio y la promoción de los múltiples eventos asociados a esta celebración. La difusión se ha realizado a través de nuestros principales canales de comunicación, incluyendo la página web, la agenda cultural o las redes sociales, contribuyendo así a amplificar el alcance de esta efeméride cultural tanto a nivel local como internacional.



Campaña para los comercios locales asociados

En 2024, Donostia San Sebastián Turismoa llevó a cabo una campaña en redes sociales para dar mayor visibilidad a los comercios locales asociados mediante la creación de reels dinámicos y atractivos. Estos vídeos invitaban a la audiencia a descubrir "rutas de comercios auténticos y artesanales", destacando la singularidad y el valor diferencial de los negocios donostiarras.

Esta acción no solo contribuyó a promover la autenticidad y calidad de los comercios asociados, sino que también fortaleció el tejido comercial como un pilar esencial de la identidad de San Sebastián, consolidando su relevancia en el ámbito turístico y local.



4.4.8.1. Redes sociales

Las redes sociales sirven de escaparate de la ciudad, sus atractivos, sus eventos... y son una forma inmediata de interacción tanto con las personas que nos visitan como de la ciudadanía. Con ellas creamos contenidos que aporten valor y sean de calidad, mostrando un patrimonio cultural y paisajístico al que apetezca viajar.

Aportamos opciones y planes para que, una vez estén en Donostia / San Sebastián disfruten al máximo de la experiencia: planes, rutas, tradición, experiencias diferentes...

Tras haber creado filiación con nuestro territorio, es el momento de generar recuerdo del viaje a través del universo digital: aquello que hicimos o aquello que nos quedó por hacer.

Más seguidores/as y mayor interacción en las redes sociales.

Las RRSS Donostia Turismoa se nutren, de forma general, de contenidos orgánicos muchas veces propios y en menor medida de terceros. Las cuentas tienen potencial, una buena cantidad de seguidores y se publica contenido de forma constante.

En este 2024 las diferentes métricas de Instagram han mejorado especialmente en los reels y en las historias. Insights como seguidores, impresiones, alcance, visitas al perfil o clics a la web han logrado aumentar mes a mes.

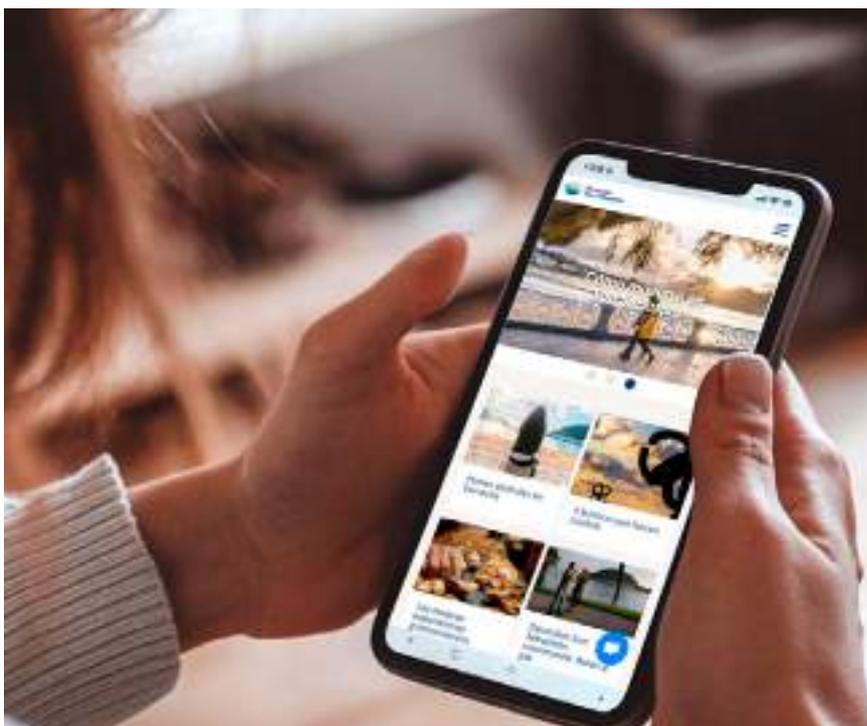
Los seguidores/as del conjunto de las redes de DSS Turismoa (Instagram, Facebook, X, LinkedIn y Pinterest) han aumentado cerca del 20% durante el 2024.

Durante estos meses, se ha reforzado la estrategia de mantener un equilibrio entre los lugares más emblemáticos y conocidos de la ciudad, por un lado, con contenidos que se salen de lo más típico para conocer en Donostia / San Sebastián, por el otro. Como puede ser el contenido relativo a los barrios, rutas a pie, alrededores...

Estas publicaciones no buscan el mayor impacto de impresiones e interacciones. Es por ello que su objetivo no es conseguir una gran cantidad de "me gustas" o comentarios.

Nuestra estrategia de crecimiento orgánico de seguidores/as tiene como objetivo principal aumentar de manera significativa y constante la cantidad de seguidores a través de acciones y enfoques que fomenten la interacción, la visibilidad y el interés en Donostia. De esta manera no solo se consiguen seguidores, si no que se crea comunidad.

En comparación con las demás cuentas de turismo de las ciudades del entorno, la cuenta de Donostia goza de una muy buena posición ya que, la tasa de engagement es de las más altas y la tasa de fidelidad es muy alta.





El objetivo es inspirar a través de imágenes y vídeos atractivos que promuevan la participación y el *engagement*, además de fomentar la lealtad de la comunidad. Los contenidos buscan generar interacción y destacar experiencias locales únicas a través de historias, *reels* y posts.

Es uno de los principales canales de comunicación actual con el usuario. Esta red social nos ayuda a generar un *engagement* y filiación con el usuario proporcionando material audiovisual propio y de calidad. El target en esta red es amplio: personas de 18-35 años interesadas en experiencias locales auténticas, culturales, sostenibles y gastronómicas. Atrae tanto a visitantes nacionales e internacionales como a locales interesados en la cultura de Donostia.

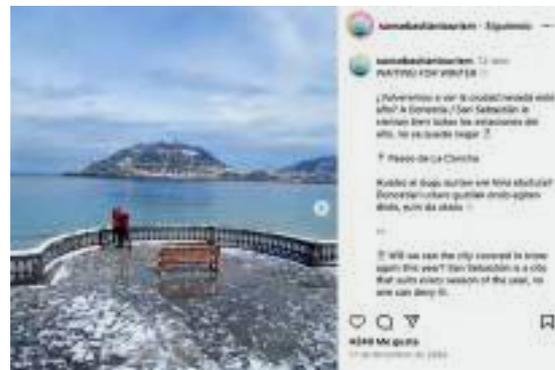
Con esta estrategia se ha aumentado el número de seguidores de Instagram a 69.97K en 2024, lo que supone un incremento del 15,37%.

Incremento de enero a diciembre de 2024



Top Posts del año

<https://www.instagram.com/p/DDrHXpvyIx/>



Impresiones 49.61K Interacciones 4.5k



Impresiones 24.08K Interacciones 2.24K



Impresiones 23.22K Interacciones 1.93K

Top Reel del año

<https://www.instagram.com/reel/C2UlnE3hr1U/>



Visualizaciones 30.16K Interacciones 1.35K



La plataforma de Facebook se ha usado para informar sobre eventos, actividades y novedades en Donostia. Facebook también fomenta la participación y el diálogo en la comunidad y brinda atención al/la turista para resolver sus consultas. Este canal sirve para ofrecer información detallada y estructurada, adaptada a un público que busca profundizar en el destino.

El target de esta red son familias y adultos de 25-55 años, interesados/as en actividades culturales y turísticas. También se incluyen viajeros con interés en destinos que ofrezcan identidad local, arquitectura, tradiciones y gastronomía.

La comunidad de Facebook ha aumentado de 38.12K seguidores, lo que supone un incremento del 2,09%.

Top Reel del año

<https://www.facebook.com/reel/127013377097129>



Visualizaciones 31.251 Alcance 16.420

Incremento de enero a diciembre de 2024



Top Posts del año

<https://www.facebook.com/sansebastiantourism/videos/922031976356838/>



Alcance 15.83K Interacciones 15.91K



Alcance 26.56K Interacciones 26.56K



Alcance 24.83K Interacciones 25.40K



El objetivo de DSS Turismoa con esta red es proporcionar actualizaciones en tiempo real sobre eventos y noticias del destino, además de interactuar con otros perfiles del sector para dar visibilidad a la marca. La red se usa para compartir novedades rápidas y dialogar activamente, sin caer en polémicas, manteniendo un perfil bajo pero efectivo.

En esta red encontramos viajeros activos en redes sociales, profesionales de medios de comunicación, y personas interesadas en el turismo sostenible y la gastronomía.

La comunidad ha aumentado de 14.86K seguidores en 2024, lo que supone un incremento del 0,16%.

Incremento de enero a diciembre de 2024



Top Posts del año

<https://x.com/DSSTourism/status/1824431916558197046?mx=2>



Impresiones 1.1K Interacciones 1.141

<https://x.com/DSSTourism/status/1789955780126396767/quotes>



Impresiones 1.05 Interacciones 155

<https://x.com/DSSTourism/status/1748616350912676343>



Impresiones 1.01 Interacciones 1.929

Crecimiento de la comunidad

Las comunidades y las interacciones en redes sociales siguen aumentando notablemente cada año, alcanzando las siguientes cifras al cierre del año 2024:

Instagram:

69.97K seguidores/as

Facebook:

38.12K seguidores/as

X / Twitter DSStourism:

14.86K seguidores/as

X / Twitter SanSebastianCB:

178 seguidores/as

Pinterest:

7.341 seguidores/as

Linkedin:

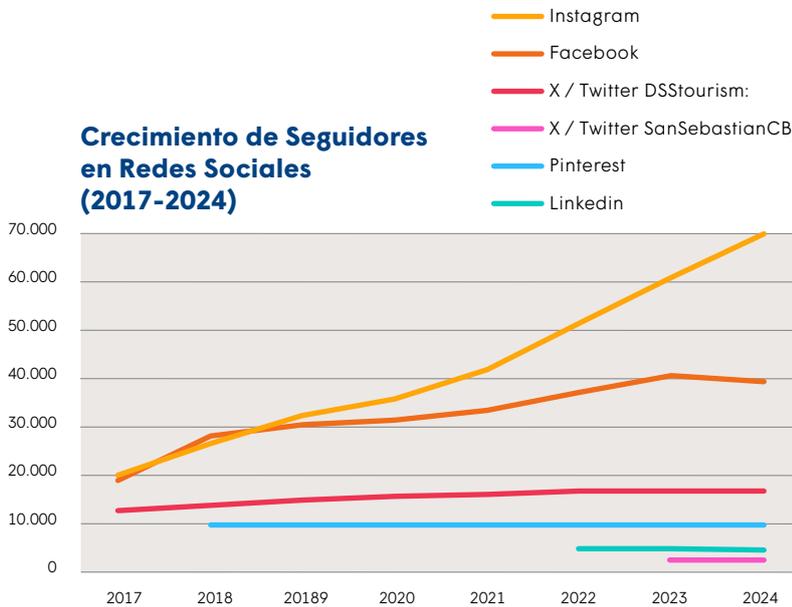
2.127 seguidores/as

YouTube:

96.292 visualizaciones en 2024



Crecimiento de Seguidores en Redes Sociales (2017-2024)



TOTAL: 132.596 seguidores/as en las redes sociales, 19,96% más que en el 2023 y un aumento del 15,16% en las interacciones.

4.4.8.2. Colaboración con medios especializados

DSS Turismoa colabora con medios e influencers previamente seleccionados, coincidiendo con sus ejes, target y mercados prioritarios (city break, gastronomía, premium...), facilitando parte del viaje o compartiendo información, contactos, etc.

Este año se ha colaborado con diversos medios internacionales de primer nivel de los mercados estratégicos de DSST, incluyendo Bradt Guides, la principal editorial independiente de viajes del mundo; el periódico belga Gazet van Antwerpen, enfocado en gastronomía; o la revista de arte Beaux Arts, interesada en la conmemoración del centenario del nacimiento de Eduardo Chillida. También cabe mencionar la colaboración con medios como Gastro Magazine (Dinamarca), Boston Globe (EEUU), Explore Magazine (Australia), Gourmet (Suecia), Berlingske (Dinamarca), Texas Lifestyle Magazine (EEUU), Sheridan Road Magazine (EEUU), Multicultural Travel News (EEUU), Monocle (Reino Unido), Die Zeit (Alemania), Guía Michelin (Francia), Richesse (Japón) Style Magazine (Italia), Ferieblogger.dk (Dinamarca) o Vogue (México), y con creadores de contenido como @dobbernation (Canadá), un perfil premium y gastronómico, y @blessedarch (India), un perfil premium y cultural.

Acciones con influencers

En 2024, se consolidó la estrategia de comunicación digital basada en colaboraciones con influencers que compartían los valores de sostenibilidad, autenticidad y accesibilidad. A través de sus canales, se dieron a conocer rincones menos conocidos, se promovieron modos de transporte sostenibles como la bicicleta y el transporte público, y se destacó la riqueza cultural y gastronómica local.

Estas acciones permiten conectar con un público más joven y sensibilizado, fomentando un turismo responsable y respetuoso con nuestro entorno y tradiciones.

Algunos ejemplos:

Infuencer sostenibilidad: Amaiur Sarriegi @amaiursarriegi

<https://www.instagram.com/reel/DEVhywqo1S4/>

Cuentas alcanzadas: 28.185
Visualizaciones: 20.096



Influencer: Eloisa Patat @eloisapatat

<https://www.instagram.com/reel/DDfdydKo-LM/>

Cuentas alcanzadas: 30.298
Visualizaciones: 34.700



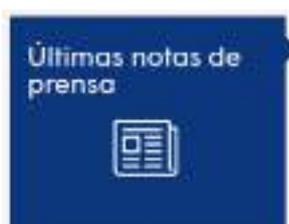
4.4.8.3. Acciones de comunicación

Además de la comunicación hacia la promoción exterior, también se diseñan una serie de acciones de comunicación para informar a las empresas asociadas a DSS Turismoa, al sector turístico en general y a la ciudadanía, que cada vez adquiere una mayor relevancia en la estrategia turística y de comunicación. DSS Turismoa pretende ser el referente principal en la gestión pública y privada del turismo en la ciudad y el territorio, y por ello da a conocer su actividad a través de los medios de comunicación, la generación de noticias y los newsletters.

En 2024, sumando el número de entrevistas, noticias y ruedas de prensa organizadas, se han generado 75 impactos, garantizando la presencia en los medios locales y regionales principales – Euskadi Irratia, ABC, EFE, La Vanguardia, La sexta, ELLE, La Ser, Berria, France Blue, EITB, France 2, RNE, Onda Cero, France 3, La Vanguardia, Periodic d'Andorra, Onda Vasca, Diario Vasco, etc.– y en medios especializados del sector turístico tanto del ámbito de ocio como de negocio, como Hosteltur, Evento Plus, Meet In o Nexotour entre otros.



NOTAS DE PRENSA



[Donostia Turismoa celebra con éxito la Copa de Socios 2024](#)

[Donostia San Sebastián Turismoa amplía su comunidad con nuevas empresas asociadas](#)

[Avances positivos en la gestión turística de Donostia: primeros resultados de las medidas implementadas en verano 2024](#)

[Donostia restringirá a 25 personas el número máximo en los grupos turísticos](#)

[Donostia / San Sebastián presenta la programación del centenario de Eduardo Chillida en Fitur](#)

13/12/2024

01/12/2024

17/09/2024

20/03/2024

24/01/2024

NOTICIAS TURÍSTICAS DIRIGIDAS AL SECTOR

Durante el 2024 se han seguido generando noticias web dirigidas al sector turístico, tanto para los profesionales de MICE como de OCIO. Esta última sección ha sido una novedad incorporada durante el 2024 dentro del nuevo apartado web Travel Agents.

NUEVA SECCIÓN DE NOTICIAS

Ver noticias relacionadas con el turismo de ocio:

<https://press.sansebastianturismoa.eus/es/agentes/noticias-travel-agents>



San Sebastián muestra su apuesta por la sostenibilidad en la feria ITB Berlín a un público profesional



San Sebastián refuerza su proyección internacional con una promoción segmentada y alineada con el turismo sostenible



Visitas guiadas en el Museo San Telmo

Ver noticias relacionadas con el turismo MICE o de congresos:

<https://conventionbureau.sansebastianturismoa.eus/es/ciudad-mice/noticias>



Congresos destacados en Donostia / San Sebastián durante el mes de julio



El Convention Bureau de DSSTurismoa organiza el workshop "Construyendo legado en Donostia"



Donostia / San Sebastián impulsa su proyección internacional como destino MICE

NOTICIAS DISEÑO EN LAS NEWSLETTERS

Boletín trimestral al sector

Este año, el boletín dirigido a las empresas asociadas a DSST ha renovado su diseño, adaptando un formato más atractivo y funcional para ofrecer información clara y relevante. Además, su periodicidad ha cambiado, y ahora se envía cada tres meses, facilitando una comunicación más estructurada y completa.



Últimas noticias
Donostia San Sebastián
Diciembre 2024

Nuevas empresas asociadas

Damos la bienvenida a 11 nuevos establecimientos asociados

Conoce a las empresas e instituciones que recientemente se han incorporado a nuestro red con el objetivo de agenciarse el conocimiento y buen hacer para mejorar la oferta turística y cultural de Donostia/San Sebastián.

[Más información](#)

Noticias

Visitas guiadas en el Museo San Telmo

[Más información](#)

Nueva sección dirigida a profesionales del turismo en la web de Donostia San Sebastián Turismo

[Más información](#)

Convocatorias

Servicio de asesoramiento digitalización para empresas turísticas
(Foro de San Sebastián)

Recibe diagnóstico personalizado del grado de digitalización de la empresa, elaboración de una hoja de ruta con acciones a realizar y acompañamiento en la implementación de dichas acciones.

[Más información](#)

Promoción en el exterior

SOLO	MIXT
21-25 Octubre Festival SET Texas	8-14 Octubre WEC Las Vegas
29-30 Octubre Jornadas de promoción y colaboración en Ciudad de México y Monterrey	20-22 Noviembre M&T South Europe
3-7 Noviembre Wine & Travel Market Londres	19-21 Noviembre WTH Inter. Barcelona
1-4 Diciembre ITW Cannes	4 Diciembre OPC Training Day

[Agenda de congresos](#)

Boletín observatorio

Con el objetivo de mantener a las empresas asociadas informadas de las tendencias del sector, se ha recuperado el boletín con los datos más relevantes del Observatorio Turístico. Este boletín ofrece tanto información detallada sobre estadísticas relacionadas con el turismo en Donostia/San Sebastián como el análisis de las mismas, convirtiéndose en una herramienta clave para profesionales y entidades interesadas en conocer la evolución del sector en nuestro destino.



Observatorio Turístico
Donostia San Sebastián

Datos de junio a septiembre de 2024

[Consulta todos los datos](#)

Datos turísticos
Junio - Septiembre 2024 vs 2023

386.545 visitas -4,48%	211.068 pernoctaciones +6,17%	88,9% grado de ocupación -0,7%	2,23% estancia media +0,03%
---------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------

Top ciudades

Rank	Ciudad	MOCE (2024 vs 2023)	Evolutiones vs turistas 2024
1	Estados Unidos	29 Congress +7%	61,6% Escalada
2	Francia	9.496 Participantes +7%	38,4% Turistas -0,5%

MOCE
2024 vs 2023
+7% (Francia) / +7% (Estados Unidos)

Turistas
2024 vs 2023
+7% (Francia) / +7% (Estados Unidos)

Crecimiento en Pernoctaciones y Perfil del Visitante

Las pernoctaciones han experimentado un crecimiento del 7,08%, alcanzando 890.654. Pasa de las 833.572 del año anterior. Este incremento refleja una evolución positiva tanto en el turismo nacional como internacional.

Perfil y satisfacción del visitante
2024 vs 2023

	2023	2024	2024
Pernocte en San Sebastián	8,98	8,93	8,80
No pernocte en San Sebastián*	8,71	8,60	8,90

Satisfacción General

La valoración de los turistas que pernoctaron en Donostia entre junio y septiembre de 2024 pasó ligeramente de 8,1 a 8,8. Esta disminución puede atribuirse a la alta afluencia de visitantes durante la temporada alta, lo que impacta en la calidad de la experiencia. A pesar de ello, la satisfacción sigue siendo alta.

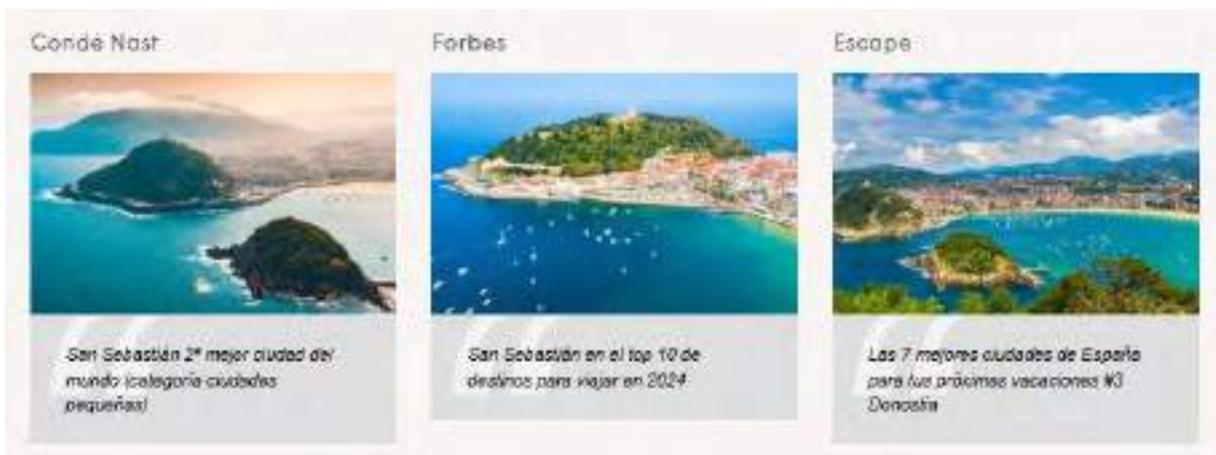
4.4.9. Donostia / San Sebastián en los medios y rankings

En 2024 se ha continuado trabajando con medios de comunicación cuidadosamente seleccionados y en sintonía con los ejes estratégicos de la ciudad. De esta forma, se han organizado viajes de prensa y se ha proporcionado información sobre el destino, sin ofrecer ningún tipo de compensación económica.

Como resultado de esta colaboración con los medios - a través de press trips o facilitándoles información online- y el posicionamiento del destino a nivel internacional, en 2024, se han recogido 2200 artículos sobre Donostia / San Sebastián en los medios más prestigiosos a nivel estatal e internacional, con un valor AVE (Advertising Value Equivalent/ valor publicitario equivalente) de más de 34,4 millones € y un valor OTS (Opportunity to See) de 3400 millones €.

A través de estas acciones comunicativas se ha generado un gran interés en Donostia / San Sebastián, dando lugar a publicaciones en algunos de los medios más prestigiosos a nivel internacional: Glamour, Elle, Vogue, The Times, Condé Nast, Forbes, Gastro Magazine, National Geographic, Beaux Arts, The Guardian, BBC, Style Magazine...así como en destacadas referencias dentro de guías y rankings de viaje, fortaleciendo la posición y el atractivo internacional de la ciudad.

El impacto de estas acciones se refleja en las siguientes cifras: se han registrado un total de 1.075 artículos publicados en medios internacionales y 969 artículos en medios estatales, lo que pone de manifiesto el interés continuo y creciente en la oferta cultural, gastronómica y turística de Donostia / San Sebastián. Estas publicaciones no solo consolidan su relevancia global, sino que también inspiran a nuevos viajeros a descubrir los atractivos únicos de la ciudad.



San Sebastián en los medios internacionales más prestigiosos

Las guías de viajes y medios de comunicación de mayor prestigio en el mundo siguen posicionando Donostia / San Sebastián como destino atractivo.

▷ Ver San Sebastian en los medios más prestigiosos:

<https://press.sansebastianturismoa.eus/es/estamos-en/prensa-especializada-todos-recomiendan-san-sebastian>

▷ Ver todos los rankings en los que destaca Donostia / San Sebastián:

<https://press.sansebastianturismoa.eus/es/estamos-en/san-sebastian-en-rankings>

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

<https://press.sansebastianturismoa.eus/es/estamos-en/medios-de-comunicacion>



Tiene como misión el diseño, planificación, desarrollo y seguimiento de los procesos vinculados a la gestión de recursos humanos y materiales, gestión financiera y mejora continua de la organización.

Los principales objetivos:

- Adecuación de los recursos (humanos, económicos y materiales) a las necesidades de la organización.
- Mejorar la satisfacción del personal.
- Asegurar y velar por el cumplimiento legal.

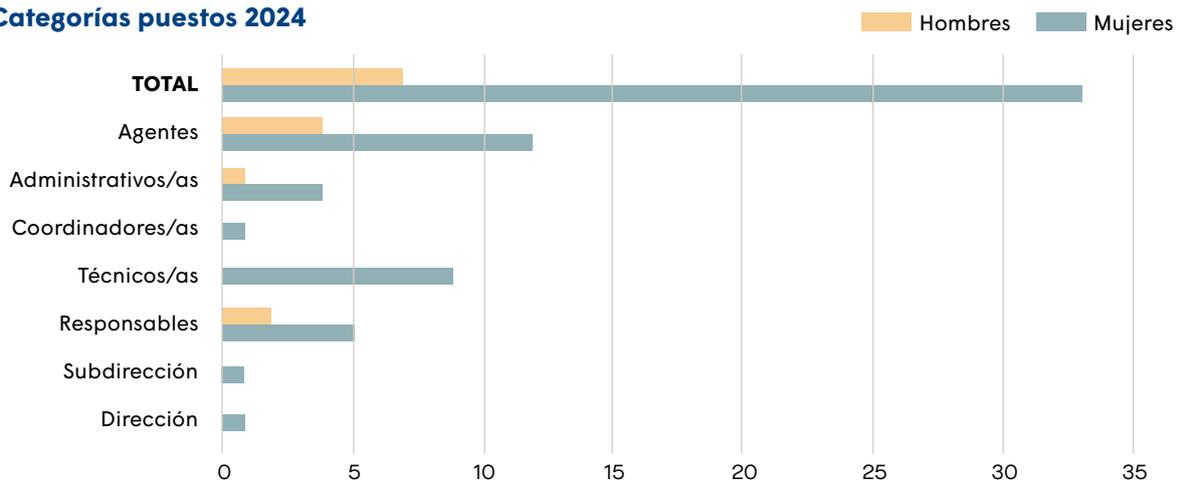
5.1. Personas de DSST

En los siguientes apartados se presentan datos estadísticos de las personas que integran la organización.

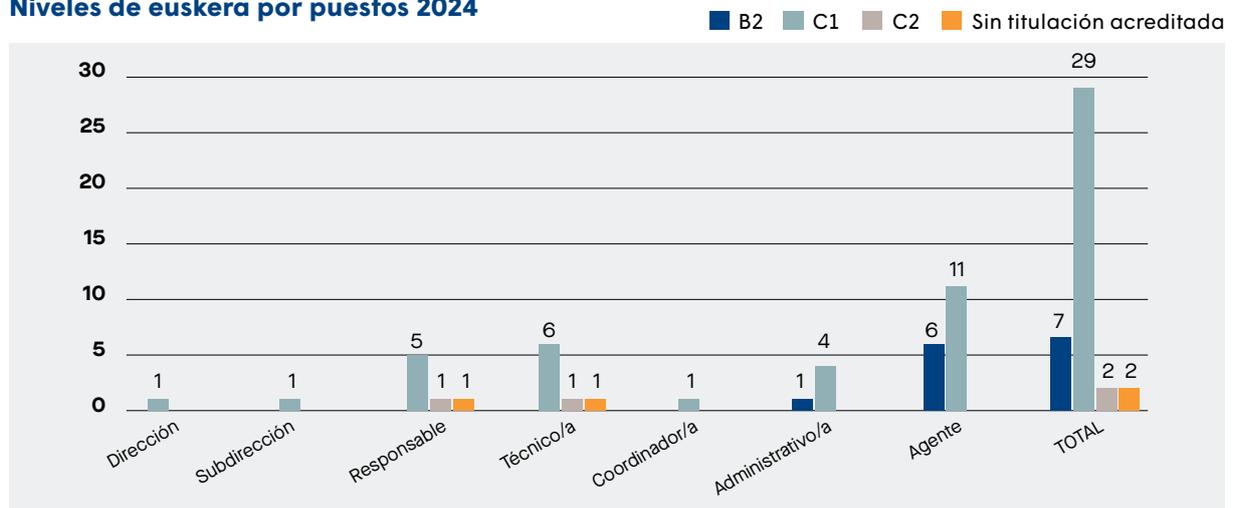
Categorías puestos

Puestos 2024	Mujeres	%	Hombres	%
Dirección	1	%3	0	%0
Subdirección	1	%3	0	%0
Responsables	5	%13	2	%5
Técnicos/as	9	%23	0	%0
Coordinadores/as	1	%3	0	%0
Administrativos/as	4	%10	1	%3
Agentes	12	%30	4	%10

Categorías puestos 2024



Niveles de euskera por puestos 2024

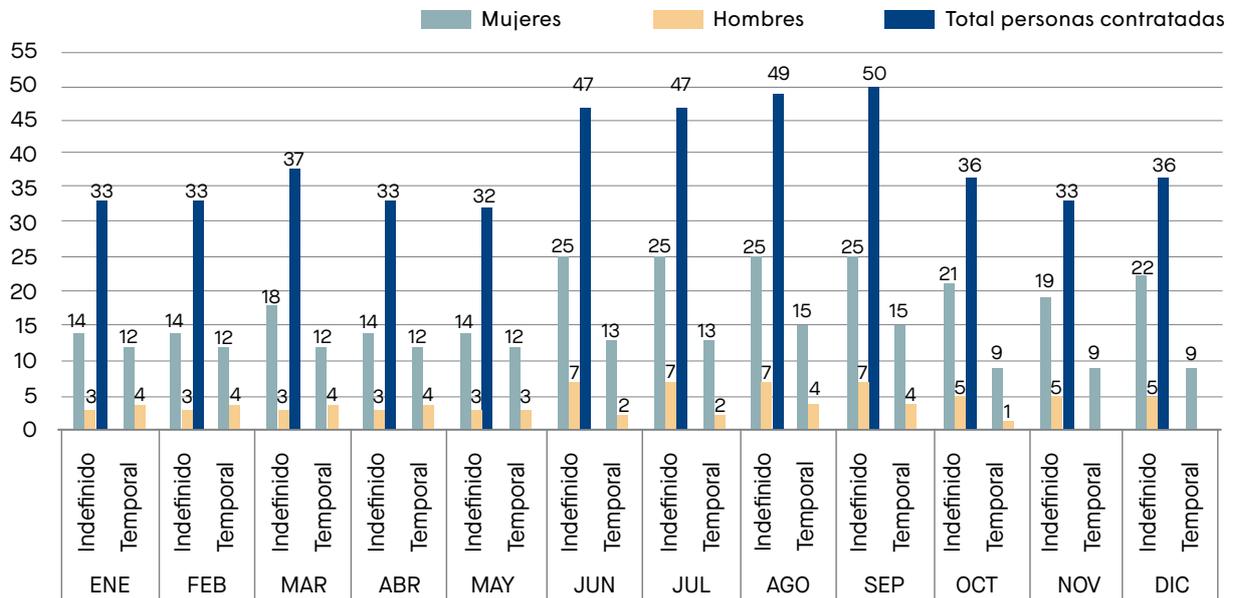


Tipos de relación laboral

Tasa de temporalidad:
36,91%

Número de personas contratadas		2024		
		Mujeres	Hombres	Total personas contratadas
Enero	Indefinido	14	3	33
	Temporal	12	4	
Febrero	Indefinido	14	3	33
	Temporal	12	4	
Marzo	Indefinido	18	3	37
	Temporal	12	4	
Abril	Indefinido	14	3	33
	Temporal	12	4	
Mayo	Indefinido	14	3	32
	Temporal	12	3	
Junio	Indefinido	25	7	47
	Temporal	13	2	
Julio	Indefinido	25	7	47
	Temporal	13	2	
Agosto	Indefinido	25	7	49
	Temporal	13	4	
Septiembre	Indefinido	25	7	50
	Temporal	14	4	
Octubre	Indefinido	21	5	36
	Temporal	9	1	
Noviembre	Indefinido	19	5	33
	Temporal	9		
Diciembre	Indefinido	22	5	36
	Temporal	9		

Número de personas contratadas 2024



Absentismo

ABSENTISMO *calculado en base a las jornada de baja por Incapacidad temporal por enfermedad	2024 4,41%	HOMBRES *calculado en base a las jornada de baja por Incapacidad temporal por enfermedad	2024 1,05%	MUJERES *calculado en base a las jornada de baja por Incapacidad temporal por enfermedad	2024 5,24%
---	-----------------------------	--	-----------------------------	--	-----------------------------

Acciones formativas realizadas por las personas de DSST

IDIOMAS: INGLÉS Y FRANCÉS

GIMP 2.10

Crea tu propia Inteligencia Artificial GPT personalizable

IA generativa en 2024. En qué punto estamos y a dónde vamos

Curso sobre Inteligencia Artificial en el turismo.

Dirección de personas y liderazgo de equipos

Corporate Compliance

Ergonomía en la oficina: Taller de espalda

Auditoría web

Prevención de Riesgos Laborales

Cláusulas de genero en la contratación pública

Queer Destination

Las nuevas tendencias de marketing

Talleres prácticos de IA para agentes turísticos

Fomentando la creatividad en las entidades turísticas

Medidas de ciberseguridad en el puesto de trabajo

Inteligencia Artificial

VISITAS A RECURSOS:

Leizaran

Kanopy (Igueldo)

Oiasso museoa (Irun)

Euskal Itsas Museoa

San Telmoko erakusketa

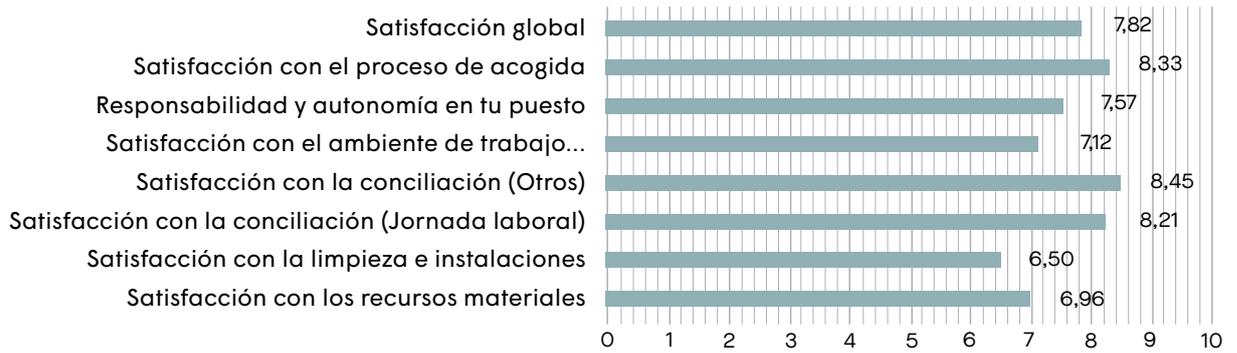
Albaola

Hondalea

Untzi Museoa

Satisfacción laboral interna

Encuesta satisfacción laboral 2024



5.2. Plan de euskera

NORMALIZACIÓN DEL EUSKERA

El Plan Director de DSS Turismoa fomenta un turismo sostenible, equilibrado y de calidad, y define como uno de sus ejes de trabajo la apuesta por promover la identidad y la autenticidad del destino: su cultura, su singularidad, sus tradiciones y su idioma ancestral, el euskera. Por todo ello y durante el año 2024, Donostia Turismoa ha seguido con el proceso de normalización del euskera poniendo en marcha acciones dirigidas tanto al ámbito externo como interno de la organización.

Acciones externas:

Las ciudades cada vez se parecen más, y, sin embargo, los y las visitantes buscan la autenticidad y lo que hace especial y diferente a cada destino, lo cual se convierte en una oportunidad para poner en valor y difundir nuestro idioma y nuestra cultura.

Divulgación sobre la lengua

En 2022 Donostia Turismoa realizó el "ELE", Evaluación de impacto lingüístico con el objetivo de prever, identificar y evaluar los posibles impactos en la realidad lingüística de la actividad turística en Donostia y en su ámbito de influencia.

Como consecuencia de este diagnóstico se plantean diferentes acciones para minimizar cualquier impacto negativo que pueda tener la actividad turística y para ellos se ponen en marcha actuaciones para dar a conocer, no solo la existencia de esta lengua y sus características, sino su situación sociolingüística y los retos y oportunidades que se le presentan:

- Se ha creado contenido en la web de Donostia Turismoa en 4 idiomas para sensibilizar sobre la situación de nuestra lengua, el euskera.
- Se han creado artículos y concursos online en 4 idiomas, con la ayuda del departamento de Euskera del Ayuntamiento, para que tanto visitantes como ciudadanía puedan aprender, de una manera amena, sobre la ciudad, su historia, su cultura y su lengua.



• Artículos para el blog:

Prestamos lingüísticos: En marzo se publicó el primero de los artículos sobre el euskera y el tema elegido fue la influencia que nuestra lengua ha tenido en idiomas extranjeros tan relevantes como el castellano, el inglés o el francés.

¿Quieres aprender euskera en Donostia?: En julio se elaboraron varios videos reunidos en otra entrada de blog sobre personas de distintas partes del mundo que han aprendido euskera: desde Italia a EEUU pasando por el Reino Unido.

• Concurso: Euskara Plazara!

Se lanzó un concurso en redes sociales que consistía en unir palabras en euskera con imágenes de la ciudad que reflejaban el significado de las citadas palabras.

Colaboración con el BCBL

Envío de material online (*Easy Guide to Euskera*, diccionario de euskera, etc.) al Basque Center on Cognition, Brain and Language (BCBL), Centro internacional de investigación interdisciplinar para el estudio de la cognición, el cerebro y el lenguaje, para que lo utilicen en un congreso sobre bilingüismo que se celebrará en 2025.

Acciones internas:

Donostia Turismoa siendo una sociedad pública tiene un compromiso con la normalización social del euskera. Es por esto que se promueve su uso en actividades cotidianas con el objetivo de contribuir a aumentar la presencia y uso del euskera.

- Plan de Euskera de la sociedad: con el objetivo de crear el nuevo plan la plantilla de la misma completó un cuestionario para poder dar comienzo a la fase de diagnóstico.
- Grupo del Plan de Igualdad: con el objetivo de involucrar a la plantilla en la labor de este grupo, se les pidió elegir sus palabras más queridas en euskera para poder elaborar nuevos "euskal imanak".

5.3. Plan de igualdad

Durante el año 2024 se han puesto en marcha las siguientes acciones derivadas del I Plan de Igualdad de mujeres y hombres.

- Proyecto Next Rutas Totems: Ruta Mujeres.
- Patrocinio Lilatón.
- Actualizar imágenes y revisar lenguaje página web desde la perspectiva de género.
- Creación de contenido audiovisual e interactivo para redes sociales en fechas específicas en favor de la igualdad (Día de la Mujer, Lilatón, Día de la Mujer y la Niña en la Ciencia, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer etc.).

Además, este año San Sebastián Turismo ha formado un Comité Negociador para trabajar en la definición del siguiente Plan para la Igualdad de mujeres y hombres.

Del proceso llevado a cabo se ha aprobado el **II Plan para la Igualdad de mujeres y hombres** donde se han identificado las acciones para implantar entre los años **2025 y 2028**.

Se han identificado diferentes acciones en estos campos:

- Recursos Humanos.
- Formación y sensibilización.
- Comunicación y cultura de la organización.
- Conciliación personal, familiar y laboral.
- Salud laboral y prevención del acoso sexual y por razón de sexo.
- Acciones dirigidas a la sociedad y otras alianzas.

Durante el año 2024 el Comité de Confidencialidad no ha recibido ninguna denuncia por razón de sexo o por acoso sexual.

A continuación, se indica el número de personas que se han acogido a las medidas de conciliación responsable que ofrece la organización:

Medidas de conciliación responsable	Nº de personas que se acogen en 2024		
Medidas de conciliación	Mujeres	Hombres	TOTAL
Permiso de maternidad y paternidad	3 (9,09%)	1 (14,29%)	4 (10,26%)
Permiso de lactancia	3 (9,09%)	1 (14,29%)	4 (10,26%)
Reducción de jornada por guarda legal (menores de 16 años)	4 (12,12%)	0 (0,00%)	4 (10,26%)
Excedencia por cuidado de familiares	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
Excedencia voluntaria	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
Permiso sin sueldo	3 (9,09%)	0 (0,00%)	3 (7,69%)
Flexibilidad de tiempo y espacio de trabajo	Mujeres	Hombres	TOTAL
Flexibilidad de entrada y salida	33 (100%)	7 (100%)	40 (102,56%)
Flexibilidad de parada del mediodía	33 (100%)	7 (100%)	40 (102,56%)
Posibilidad de elegir vacaciones de forma fragmentada	33 (100%)	7 (100%)	40 (102,56%)
Abandono del puesto por emergencias familiares	0 (0,00%)	0 (100%)	0 (0,00%)
Posibilidad de cambio de turnos	12 (36,36%)	4 (57,14%)	16 (41,03%)
Trabajo a distancia	12 (36,36%)	1 (14,29%)	13 (33,33%)

Ayudas sociales	Número de personas que se acogen en 2024		
	Mujeres	Hombres	TOTAL
Médico	14 (42,42%)	3 (9,09%)	17 (43,59%)
Estudios propios	5 (15,15%)	0 (0,00%)	5 (12,82%)
Estudios hijos/hijas	11 (33,33%)	2 (6,06%)	13 (33,33%)
Préstamos consumo	1 (3,03%)	0 (0,00%)	1 (2,56%)
Estudios hijos/hijas	2 (6,06%)	0 (0,00%)	2 (5,13%)

5.4. Compromiso medioambiental

En San Sebastián Turismo sensibilizados con la problemática medioambiental, hemos decidido incorporar el respeto por el medio ambiente en todas nuestras actuaciones.

Para ello, se compromete a seguir las mejores prácticas ambientales y de desarrollo sostenible posibles con la finalidad de la mejora continua en el comportamiento medioambiental de la organización.

Entre otros, se proponen los siguientes objetivos:



Hacer pública esta política y compromiso con el medioambiente a todo el personal de la organización.

Cumplir toda la legislación medioambiental vigente.

Participar activamente con las propuestas de la Agenda 21 de Donostia / San Sebastián.

Reducir el consumo de energía y recursos mediante el fomento de métodos de reducción efectivos y eficaces.

Reducir el consumo de materiales, reutilizar en lugar de desechar cuando sea posible, y promover el reciclaje y el uso de materiales reciclados.

Sustituir, siempre que fuera posible, los materiales de producción que sea menos perjudiciales para el medioambiente.

Consumo papel

	2022	2023	2024
Consumo de papel (hojas)	51.500	43.000	37.500
Consumo de papel (gramos)	255.000	212.500	187.000

Consumo de electricidad (kWh)

2022	2023	2024
39.842	39.052	36.662

Consumo de agua (litros)

2022	2023	2024
181	200	212



6. Participación en foros y jornadas

Encuentro sobre turismo responsable, gobernanza y participación ciudadana – Donostia

07/02/2024

Encuentro sobre turismo responsable, gobernanza y participación ciudadana con la participación de Isabel Aguirrezabala, directora de DSS Turismoa, en mesa redonda.

Segittur – Donostia

13/03/2024

Webinar sobre el proyecto de economía circular de Segittur con la participación en el mismo de Isabel Aguirrezabala, directora de DSS Turismoa, Edier Calderón, Subdirectora de DSSTurismoa, y Garikoitz Muñoz, responsable del departamento de Gestión de Destino Turístico de DSS Turismoa.

Presentación: Master Turismo Gastronómico del Basque Culinary Center - Donostia

15/03/2024

Presentación al alumnado del Master en Gestión y Diseño de experiencias Turísticas del Basque Culinary Center. Participación de Eider Calderón, subdirectora de San Sebastián Turismo, con el tema “Gestión de destinos turístico-gastronómicos”.

Jornada sobre las viviendas de uso turístico - Pamplona

07/06/2024

Jornada en torno a la situación en Navarra de las viviendas de uso turístico, y el debate social existente a su alrededor.

Participación de Isabel Aguirrezabala, directora de DSS Turismoa.

Jornada DV Gunea: El impacto de la transformación digital en en destinos y empresas - Donostia

16/10/2024

Jornada en DV Gunea con participación en mesa redonda de Isabel Aguirrezabala, Directora de DSS Turismoa.

OPC Training day: Claves para sacar el máximo rendimiento a tu Congreso

4/12/2024

Planes para la captación de congresos de los Convention Bureau - mesa redonda con la participación de Marijo Beltrán de Guevara.

AIM Group - Webinar de Presentación de San Sebastián a clientes DMC de AIM

11/12/2024

Presentación de San Sebastián como destino MICE, con la participación de Marijo Beltrán de Guevara.





7. Participación en 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.

City DNA

Es una red de Entidades de Turismo de capitales europeas para compartir conocimiento, trabajar conjuntamente desde el punto de vista operacional, en la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades, y la gestión del destino turístico. Donostia / San Sebastián Turismoa 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. Donostia / San Sebastián Turismoa 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 Donostia San Sebastián Turismoa.

Colaboradores Euskalit

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

Euskadi Gastronomika

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

Surfing Euskadi

El Club de producto Surfing Euskadi, promovido por Basquetour, está formado por 70 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

Esta red promovida por Basquetour incorpora a todos los destinos turísticos ubicados en la costa vasca y pretende fomentar la colaboración y coordinación de entidades públicas y privadas en la generación de oferta turística singular y de calidad, adecuándolo a la demanda y que genere el máximo bienestar social.

OMT

Como principal organización internacional en el campo del turismo, la OMT promueve el turismo como motor de crecimiento económico, desarrollo inclusivo y sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para ampliar conocimientos e impulsar políticas turísticas en todo el mundo.

ADEGI, Asociación de empresas de Gipuzkoa

Es la Asociación de Empresas de Gipuzkoa, una asociación privada que trabaja en la promoción de la actividad empresarial. Ofrece servicios de asesoramiento y formación a las empresas, y constituye una potente red de colaboración entre las mismas. En 2024 cuenta con 3.057 empresas asociadas que engloban a más de 58.500 personas en Gipuzkoa.



8. Balance turístico del destino

8.1. Entrada de personas viajeras

En 2024 en Donostia / San Sebastián se han registrado 1.029.670 entradas de viajeros lo que supone un incremento del 7,23% respecto al año 2023.

Evolución en el número de entrada de viajeros

	2020	DIF. 19/20	2021	DIF. 20/21	2022	DIF. 21/22	2023	DIF. 22/23	2024	DIF.23/24
Nacionales	181.396	%60,53	328.894	%59,41	379.928	%44,04	388.662	%40,47	397.838	%38,64
Extranjeros	118.306	%39,47	224.732	%40,59	482.669	%55,96	571.620	%59,53	631.832	%61,36
TOTAL	299.702	-59,53%	553.626	84,73%	862.597	55,81%	960.282	11,44%	1.029.670	7,23%

Fuente: EUSTAT

Destaca el incremento en los meses considerados de temporada baja, enero con un 12,08% y noviembre con un 9,33%. En el mes de diciembre se ha reducido en un 2,73%, pero no ha afectado al número de pernoctaciones, por lo que aun habiendo un descenso en el número de entradas estas han tenido una estancia media superior.

Entrada personas viajeras

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dif. 19/24	Dif. 23/24
Enero	39.074	42.259	10.546	40.102	52.058	58.347	49,32%	12,08%
Febrero	41.968	47.029	8.353	52.921	58.326	63.336	50,91%	8,59%
Marzo	56.272		21.579	55.714	72.471	91.195	62,06%	25,84%
Abril	66.222		21.352	76.377	85.215	91.711	38,49%	7,62%
Mayo	68.912		29.129	79.211	89.947	95.560	38,67%	6,24%
Junio	70.917	7.705	47.859	77.917	87.879	88.381	24,63%	0,57%
Julio	73.025	55.768	73.140	89.833	94.064	98.299	34,61%	4,50%
Agosto	76.132	63.111	87.582	91.146	97.836	105.068	38,01%	7,39%
Septiembre	71.468	36.440	68.462	81.948	90.199	94.797	32,64%	5,10%
Octubre	74.726	28.873	77.699	88.758	92.671	98.689	32,07%	6,49%
Noviembre	52.,913	6.698	58.234	64.177	70.321	76.883	45,30%	9,33%
Diciembre	48.836	11.819	49.691	64.493	69.295	67.404	38,02%	-2,73%
TOTAL	740.465	299.702	553.626	862.597	960.282	1.029.670		

Fuente: EUSTAT

8.2. Pernoctaciones

En cuanto a pernoctaciones se registra un incremento global del 9,51 %, con respecto al año 2023.

Evolución en el número de pernoctaciones

	2020	DIF. 19/20	2021	DIF. 20/21	2022	DIF. 21/22	2023	DIF. 22/23	2024	DIF.23/24
Nacionales	340.490	%61,07	645.252	%60,07	728.864	%41,71	738.633	%37,93	769.315	%36,07
Extranjeros	217.046	%38,93	428.905	%39,93	1.018.677	%58,29	1.208.880	%62,07	1.363.468	%63,93
TOTAL	557.536	-63,43%	1.074.157	92,66%	1.747.541	62,69%	1.947.513	11,44%	2.132.783	9,51%

Fuente: EUSTAT

Destacan sobre el resto de meses los incrementos producidos en los meses de marzo (Semana Santa) y los de enero y noviembre, meses considerados de temporada baja, con incrementos del 14,38% y 15,96% respectivamente.

Pernoctaciones

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dif. 19/24	Dif. 23/24
Enero	71.263	78.469	15.769	67.904	91.547	104.710	46,93%	14,38%
Febrero	69.996	80.039	13.331	89.865	100.661	110.139	57,35%	9,42%
Marzo	102.448		34.025	100.702	129.733	171.490	67,39%	32,19%
Abril	132.523		36.537	145.117	167.292	176.952	33,53%	5,77%
Mayo	143.059		48.109	157.353	180.206	199.849	39,70%	10,90%
Junio	153.080	12.435	87.473	172.479	183.961	194.335	26,95%	5,64%
Julio	174.329	105.154	155.274	210.812	219.876	237.615	36,30%	8,07%
Agosto	186.562	135.124	201.107	211.737	230.927	249.636	33,81%	8,10%
Septiembre	155.466	68.053	142.867	179.221	198.808	211.068	35,76%	6,17%
Octubre	148.086	48.721	147.195	177.205	188.581	200.196	35,19%	6,16%
Noviembre	99.577	11.397	105.128	116.990	130.002	150.747	51,39%	15,96%
Diciembre	88.275	18.144	87.342	118.156	125.919	126.046	42,79%	0,10%
TOTAL	1.524.664	557.536	1.074.157	1.747.541	1.947.513	2.132.783		

Fuente: EUSTAT

Este incremento en meses considerados de baja temporada nos da como resultado que el incremento fuera de la temporada estival es superior en un 1,85% al de la temporada estival.

Evolución fuera de la temporada estival

	Año	TOTAL	%
Pernoctaciones excepto julio y agosto	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%
	2019	1.163.773	8,04%
	2020	317.258	-72,74%
	2021	717.766	126,24%
	2022	1.206.836	68,14%
	2023	1.496.710	24,02%
	2024	1.645.532	9,94%

Fuente: EUSTAT

Evolución en temporada estival

	Año	TOTAL	%
Pernoctaciones julio y agosto	2012	250.905	5,65%
	2013	260.404	3,79%
	2014	265.804	2,07%
	2015	292.546	10,06%
	2016	305.769	4,52%
	2017	306.485	0,23%
	2018	336.504	9,79%
	2019	360.861	7,24%
	2020	240.278	-33,42%
	2021	356.381	48,32%
	2022	422.549	18,57%
	2023	450.803	6,69%
	2024	487.251	8,09%

Fuente: EUSTAT

Este incremento **refleja una evolución** positiva tanto en el turismo nacional como internacional, siendo **mucho mayor en el mercado internacional**, ya que se amplía la brecha entre los **turistas extranjeros**, que supone un **64% de las pernoctaciones**, frente al **turista nacional**, que se queda en un **36%**.

- Internacionales: Aumento de cerca del 13%, con 1.363.468 pernoctaciones en 2024 frente a 1.208.880 en 2023.
- Nacionales: Aumento del 4%, con 769.315 pernoctaciones en 2024 frente a 738.633 en 2023.

8.3. Estancia Media

La estancia media de los visitantes ha aumentado en 2024 pasando de las 2,25 noches en 2023 a las 2,31 noches en 2024, impulsada principalmente por el incremento en las estancias de turistas internacionales.

8.4. Grado de ocupación

En cuanto al grado de ocupación, detallamos los datos mensuales donde se aprecia que en los meses donde mayor ocupación se da, salvo agosto, desciende la ocupación con respecto a 2023, y en el resto de meses se

incrementa. Esto se debe al aumento de la oferta de habitaciones, ya que hemos visto que en números absolutos las pernoctaciones se han incrementado en todos los meses.

Grado de ocupación para Donostia / San Sebastián por habitación, mes y día de la semana

Mes	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dif.
Enero	48,6	55,1	17,6	36,0	45,7	49,7	4,0
Febrero	53,1	61,0	18,0	52,1	54,5	55,6	1,1
Marzo	65,1	42,0	32,8	50,3	62,1	70,6	8,5
Abril	77,9	-	29,9	68,3	74,5	76,2	1,7
Mayo	84,3	-	35,0	74,9	80,6	79,6	-1,0
Junio	89,0	28,4	47,6	81,5	83,6	80,9	-2,7
Julio	90,8	55,8	72,0	90,5	90,8	90,4	-0,4
Agosto	93,5	66,1	89,5	89,8	91,3	92,5	1,2
Septiembre	90,2	40,1	74,5	87,3	89,6	88,9	-0,7
Octubre	86,2	24,7	72,1	81,0	83,0	82,8	-0,2
Noviembre	67,8	13,3	57,1	57,0	62,5	64,0	1,5
Diciembre	55,6	19,7	43,2	53,7	54,7	52,0	-2,7

Fuente: EUSTAT

En el siguiente cuadro se muestra el comportamiento de la ocupación en días laborables y fines de semana, donde se mantiene la tendencia al alza en los meses de baja temporada y el descenso en la temporada estival.

Grado de ocupación para Donostia / San Sebastián por habitación, mes y día de la semana

Mes	Laborales							Fin de semana						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dif.	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dif.
Enero	43,9	50,8	15,3	29,7	40,4	44,5	4,1	61,8	65,4	22,4	51,5	60,7	64,6	3,9
Febrero	45,2	52,3	17,1	43,8	45,9	48,5	2,6	72,8	80,0	20,0	72,7	75,9	74,2	-1,7
Marzo	57,3	40,4	28,5	43,7	55,7	65,5	9,8	81,5	46,9	44,9	69,3	77,8	81,5	3,7
Abril	75,0	-	28,8	63,5	70,5	72,2	1,7	85,9	-	32,4	77,9	83,8	87,3	3,5
Mayo	81,9	-	29,1	70,2	78,3	77,8	-0,5	90,3	-	49,0	88,2	87,3	84,1	-3,2
Junio	87,2	25,8	42,2	79,8	81,4	79,8	-1,6	93,1	35,6	62,0	86,2	88,8	83,4	-5,4
Julio	89,6	51,5	68,5	90,0	89,8	89,5	-0,3	94,2	66,4	79,4	91,6	93,2	92,9	-0,3
Agosto	93,3	64,0	88,5	89,2	91,0	92,8	1,8	93,7	71,2	92,5	91,5	92,2	91,8	-0,4
Septiembre	88,4	34,3	70,5	86,3	89,0	87,9	-1,1	95,1	55,7	85,3	89,7	90,9	91,6	0,7
Octubre	84,1	19,9	66,6	78,5	80,7	80,7	0,0	92,3	34,7	83,6	87,2	89,6	88,9	-0,7
Noviembre	60,4	13,7	51,1	50,8	56,5	55,9	-0,6	82,4	12,0	73,9	74,1	78,9	80,0	1,1
Diciembre	48,9	19,4	41,4	49,9	49,8	46,7	-3,1	74,3	20,4	47,7	61,8	65,0	67,0	2,0

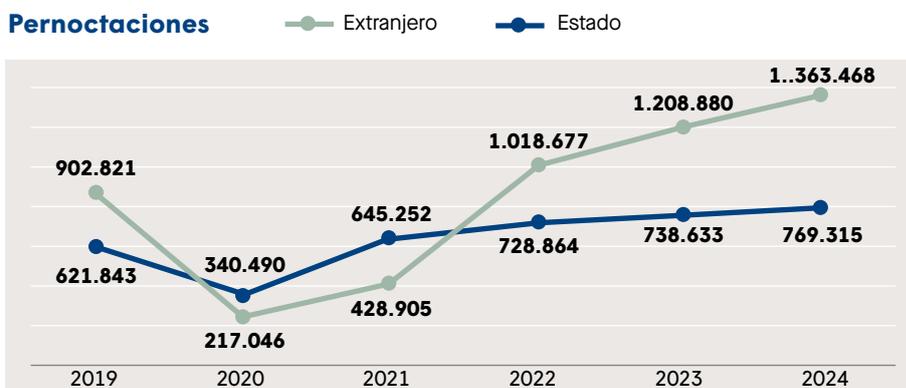
Fuente: EUSTAT

8.5. Empleo

A 31 de diciembre del 2024, **15.712 personas trabajaban en el sector turístico**, lo que supone el 17% de la población activa. En la misma fecha del año anterior eran 15.491 trabajadoras, 17,5% de la población activa.

8.6. Internacionalización del destino

En cuanto a la internacionalización del turismo en Donostia / San Sebastián, se mantiene la tendencia anterior a la pandemia, y se amplía la brecha entre quienes nos visitan del extranjero, que supone un 63,93% de las pernoctaciones, frente al turista nacional, que se queda en un 36,07%.



Fuente: EUSTAT

→ Las visitas internacionales (63,93%) superan ampliamente a las nacionales (36,07%)

Pernoctaciones. Porcentaje de estatales y extranjeros por año y en los meses seleccionados

	2020	Dif. 19/20	2021	Dif.20/21	2022	Dif. 21/22	2023	Dif. 22/23	2024	Dif. 23/24
Nacionales	340.490	61,07%	644.766	60,06%	727.598	60,06%	738.633	37,87%	769.315	36,93%
Extranjeros	217.046	38,93%	428.767	39,94%	1.018.677	39,94%	1.208.880	62,13%	1.363.468	63,93%
TOTAL	557.536	100,00%	1.073.533	100,00%	1.746.275	100,00%	1.947.513	100,00%	2.132.783	100,00%

Fuente: EUSTAT

Como sucedió el año anterior, los franceses lideran el ranking de pernoctaciones, por delante de los/las turistas llegados de Madrid, Barcelona, EEUU, Reino Unido. A continuación, se posicionan los alemanes, visitantes de la C.A. de Euskadi, procedentes de Países Bajos, valencianos y andaluces.

Pernoctaciones año 2024			
Nacionales (36,07%)		Internacionales (63,93%)	
Madrid	27,57%	Francia	17,63%
Cataluña	17,70%	Estados Unidos	15,47%
C.A. de Euskadi	10,18%	Reino Unido	11,56%
C. Valenciana	6,29%	Alemania	6,92%
Andalucía	6,25%	Países Bajos	4,74%

Fuente: EUSTAT

8.7. Donostia / San Sebastián, ciudad tractora del territorio

Durante el 2024 Donostia/ San Sebastián aumenta la fuerza tractora a la hora de atraer el turismo a Gipuzkoa, superando los datos del 2023. El 67% (65% en 2023) de quienes visitan Gipuzkoa visitan Donostia/ San Sebastián y un 33% el resto del territorio. En cuanto al turismo internacional, el 81% (79% en 2023) de las y los turistas extranjeros/as que acuden a Gipuzkoa visitan Donostia/San Sebastián.

		2022	2023	2024	DIF.%
Pernoctaciones Donostia / San Sebastián	Estado	728.864	738.633	769.315	1,34%
	Extranjero	1.018.677	1.208.880	1.363.468	18,67%
		1.747.541	1.947.513	2.132.783	92,66%
Pernoctaciones resto de Gipuzkoa	Estado	663.487	707.944	698.449	6,70%
	Extranjero	293.926	327.124	329.842	11,29%
		957.413	1.035.068	1.028.291	8,11%

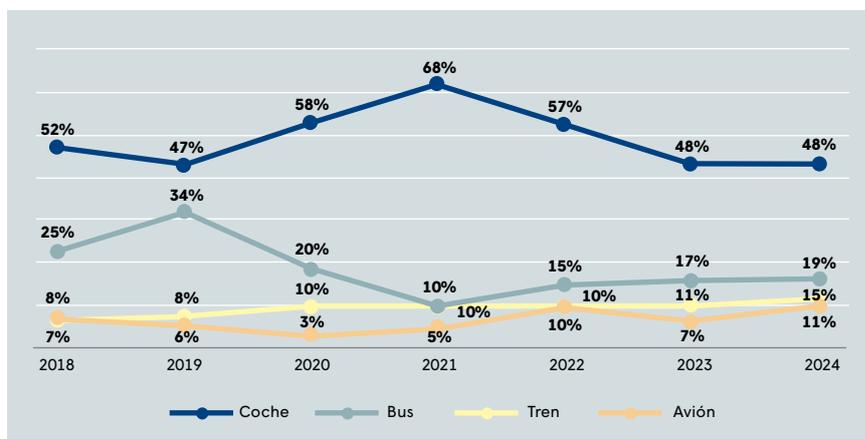
→ El 81% de las y los turistas internacionales que acuden a Gipuzkoa visitan Donostia / San Sebastián

Fuente: EUSTAT

8.8. Medios de transporte para llegar a la ciudad

La siguiente tabla muestra, en porcentajes, el medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad, entre las y los visitantes atendidos en las oficinas de turismo de Donostia / San Sebastián. El uso del coche para llegar a la ciudad disminuye (quizá por la internacionalización de las visitas tras la pandemia), aunque también disminuye el avión, y sin embargo aumentan ligeramente los medios más sostenibles como el bus y el tren.

Medio de transporte 2024



Fuente: ITOURBASK

Medio de transporte para llegar a Donostia

	2022	2023	2024
Coche	57,29%	47,68%	47,79%
Bus	15,34%	17,03%	19,13%
Avión Bio	7,43%	10,52%	10,12%
Tren	9,71%	12,51%	11,45%
A pie	3,57%	3,83%	3,09%
Autocaravana	3,37%	3,46%	3,05%
Avión EAS	1,86%	2,46%	3,71%
Otros	0,46%	1,57%	0,64%
Avión BIAR	0,54%	0,67%	0,74%
Bicicleta	0,42%	0,28%	0,25%

Fuente: ITOURBASK

8.9. Tipología y perfil de quienes nos visitan

Durante el año 2024 se han realizado 2.819 encuestas a visitantes en la ciudad, que proporcionan datos para completar el perfil de las personas que nos visitan.

Según los datos extraídos de estas encuestas, el 40,97% de las personas encuestadas pernocta todas las noches de su viaje en Donostia / San Sebastián, el 27,46% alguna de las noches, el 11,39% no pasa ninguna noche en la ciudad, pero sí en la zona de influencia y el 20,18% son excursionistas (pernoctan en su residencia habitual).

El perfil de la persona turista es:

- Las personas que nos visitan son principalmente de una franja de edad comprendida entre los 25 y los 44 años, seguido de las de 45 a 54 años.
- 50,3% hombres, 49,7% mujeres.
- El/la visitante a la ciudad cuenta con un nivel de renta familiar medio-medio (45,9%) seguido del nivel de renta familiar medio-alto (30,4%).
- Origen: Los tres principales mercados de origen son, en este orden, la Comunidad de Madrid, Cataluña y Francia.
- Viene en pareja (53,7%) o en grupo (familia y/o amigos, 28,6%).

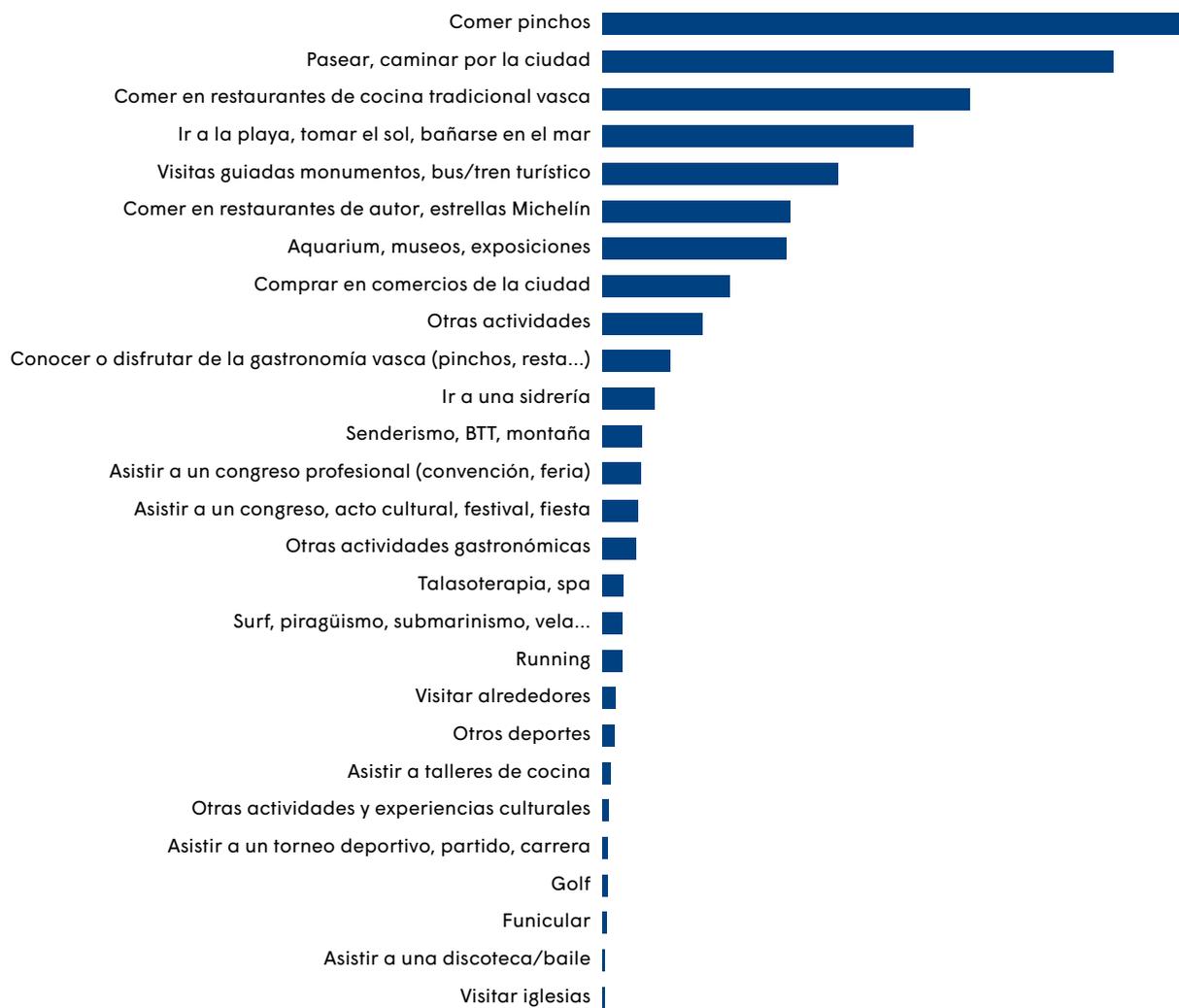
La forma de realizar el viaje es:

- El medio de transporte más utilizado es el vehículo privado (56,6%) seguido del avión (38%).
- El tipo de alojamiento más utilizado es el hotel de cuatro estrellas seguido del hotel de tres estrellas.
- Durante el año 2024 se han realizado 2.819 encuestas a visitantes en la ciudad, que proporcionan datos para completar el perfil de las personas que nos visitan.
- Según los datos extraídos de estas encuestas, el 40,97% de las personas encuestadas pernocta todas las noches de su viaje en Donostia / San Sebastián, el 27,46% alguna de las noches, el 11,39% no pasa ninguna noche en la ciudad, pero sí en la zona de influencia y el 20,18% son excursionistas (pernoctan en su residencia habitual).ás utilizado es el hotel de tres estrellas (15,3%) seguido del hotel de cuatro estrellas. (14,6%) y el alquiler de apartamento turístico (13,1%).
- El 23,5% de los y las turistas que pernoctan pasan 2 días en la ciudad, seguido de los que pernoctan una noche (21,4%) y de 4 a 7 días (20,4%). El 16,4% pernoctan 3 días.Ha habido un aumento de media de noches con respecto al año anterior, en el que el segundo grupo eran los que pasaban 3 noches (19,7%) y el tercero los que dormían de 4 a 7 noches (19%).

Los motivos principales de las y los turistas para la visita son:

- 81% conocer la ciudad: su belleza, y pasear junto al mar.
- 5,8% asistir a un evento cultural, congreso.

Principales actividades realizadas



8.10. Índice de satisfacción de quienes nos visitan

Satisfacción General

La valoración de los turistas que pernoctaron en Donostia en 2024 ha subido ligeramente de 8,9 a 9. Este pequeño aumento puede atribuirse, además de la profesionalidad y el saber hacer de las empresas turísticas del destino, a las diferentes acciones que desde Donostia Turismoa y el Ayuntamiento han empezado a implantar para gestionar la actividad turística en la ciudad y ofrecer una mayor calidad a la experiencia turística de la ciudad: limitar el tamaño de los grupos de visitantes, prohibir el uso de la megafonía en las calles, mejor gestión de la llegada de vehículos en verano, etc.

Aspectos mejor valorados:

- Acogida recibida en destino (8,9)
- Hospitalidad y trato (8,9)
- La conservación del entorno (8,9)
- Alojamiento en la ciudad (8,8)
- Servicios de restauración (8,8)
- Seguridad en la ciudad (8,8)
- Accesibilidad a puntos de interés turístico (8,7)
- La información turística (8,6)

Aspecto menos valorado:

- Relación calidad-precio (7,7)

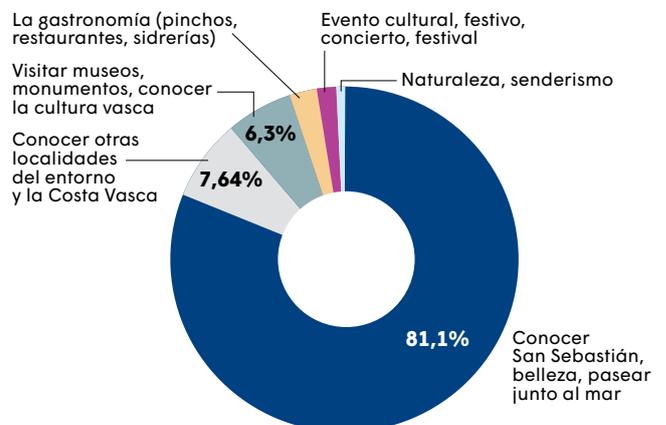


En cuanto al gasto medio por día realizado es de **142,99 €**.

Las actividades que más se realizan en orden de importancia, son las siguientes:

1. Comer pintxos
2. Pasear, caminar por la ciudad
3. Comer en restaurantes de cocina tradicional vasca
4. Ir a la playa, tomar el sol, bañarse en el mar
5. Visitas guiadas monumentos, bus/tren turístico
6. Comer en restaurantes de autor, estrellas Michelin

Motivo principal de la visita a Donostia / San Sebastián





**Donostia
San Sebastián**

sansebastianturismoa.eus