







# índice

1. INTRODUCCIÓN PLAN DIRECTOR 2023-2027	4
2. BALANCE TURÍSTICO DEL DESTINO / CIUDAD	5
2.1. Pernoctaciones	5
2.2. Grado de ocupación	
2.3. Análisis de los eventos del sector MICE	8
2.3.1. Congresos, convenciones y jornadas	9
2.3.2. Ferias	
2.3.3. Incentivos	
2.4. Internacionalización del destino	
2.5. Donostia / San Sebastián, ciudad tractora del territorio	
2.6. Tipología y perfil de quienes nos visitan	14
2.7. Medios de transporte para llegar a la ciudad	
2.8. Índice de satisfacción de quienes nos visitan	
2.9. Donostia / San Sebastián en los medios y rankings	17
3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	20
3.1. Consejo Administrativo	
3.2. Consejo Consultivo	20
3.3. Establecimientos asociados a Donostia San Sebastián Turismoa	21
4. ACTUACIONES 2023 4.1. Marketing y comunicación	24
4.1.1. Campañas y acciones destacadas	
Estrategia de posicionamiento. Acciones específicas y campañas promocionales	
Patrocinios y apoyo a eventos y proyectos locales. Sostenibilidad	
3. Acciones de atracción y fidelización público final	
4. Materiales para la atención a visitantes	35
5. Producción de material gráfico y audiovisual	38
6. Mejoras en Web	
7. Plan de captaciónde nuevos asociados	41
4.1.2. Web y redes sociales	
4.1.3. Colaboración con medios especializados	
4.1.4. Acciones de comunicación	
4.2. Sector MICE	60
4.2.1. Captación de eventos profesionales	63
4.2.2. Captación de incentivos	66
4.2.3. Acciones de promoción y comercialización	67
4.3. Turismo de ocio	
4.3.1. Creación y comercialización de productos turísticos. Sector privado	
4.3.2. Creación y comercialización de productos turísticos. Productos propios de DSST	75
4.3.3. Acciones de promoción y comercialización	79
4.3.4. Atención a la persona visitante	
4.4. Gestión del turismo	
4.4.1. Regulación de la actividad turística	
4.4.2. Sostenibilidad turística	
4.4.2.1. Actuaciones de sostenibilidad medioambiental	
4.4.2.2. Actuaciones de sostenibilidad social	
4.4.3. Actuaciones de mejora del destino	
4.4.4.1 Sector privado	
4.4.4.2 Sector público	
4.4.5. Observatorio	
5. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE DSST	92
5.1. Balance económico	
5.2. Personas de DSST	
5.3. Plan de euskera	
5.4. Plan de igualdad	
5.5. Compromiso medioambiental	99
6. PARTICIPACIÓN EN FOROS Y JORNADAS	100
7. PARTICIPACIÓN EN REDES NACIONALES E INTERNACIONALES	102

# 1. Introducción Plan Director 2023-2027

Donostia / San Sebastián cuenta con un nuevo 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 holístico. 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 donostiarras.
- 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.

Aspectos que identificábamos como legado de la pandemia, nuevos patrones de comportamiento y consumo, la revolución de la tecnología y la creciente preocupación por la sostenibilidad, siguen siendo los principales impulsores del cambio de la economía en general y del turismo en particular. Todo ello, sin olvidar las consecuencias de las guerras y de la inestabilidad política, social y económica que sacuden todo el planeta y nos afectan directa e indirectamente.

Ese cambio disruptivo en el que se halla inmersa nuestra sociedad está provocando una transformación en la agenda de los destinos turísticos, más preocupados, y ocupados, por la sostenibilidad, por el crecimiento equilibrado, por la gobernanza y con unas estrategias de marketing muy segmentadas y dirigidas a nuestros públicos objetivos prioritarios.

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

El desarrollo sostenible y respetuoso es condición sine qua non para asegurar el futuro del turismo y debe abordarse desde un enfoque transversal de gestión de los destinos, teniendo en cuenta ámbitos como la sostenibilidad, en concreto en la conservación del medioambiente, preservación de la cultura y el desarrollo socioeconómico de la comunidad local.

Para lograr este objetivo, es clave el enfoque integrado de política turística, con la aportación de la industria y de la sociedad civil. Además, actualmente nos encontramos ante una realidad que nos exige pasar de una estrategia centrada en la promoción a otra que apuesta por la gestión integral del turismo como parte de la estrategia de gestión con mayúsculas de una ciudad turística como es Donostia / San Sebastián.





El nuevo Plan de Turismo Sostenible VISIT- BIZI 2023-2027 tiene como objetivo desarrollar un modelo de **turismo sostenible**, con un mayor foco hacia la **gestión de la ciudad** como destino turístico. Es un plan en el que **la cantidad de visitantes deja de ser prioridad en pro de la calidad**, centrándose en promover medidas para encontrar un equilibrio y bienestar entre la ciudadanía, los y las visitantes y el sector.

Por ello, en coherencia con los objetivos del nuevo plan, también se está trabajando en una amplia reflexión para establecer una serie de **nuevos indicadores** que no midan la cantidad, sino otros parámetros como la calidad, el bienestar, la satisfacción... Estos nuevos indicadores se reflejarán en la memoria del próximo año.

El año 2023 ha sido el año definitivo de la recuperación del turismo para el destino en su conjunto, para la ciudad, sus alrededores y para los diferentes agentes, superando las cifras del 2019, el mejor año turístico precedente. Los resultados son fruto de años de trabajo conjunto, una estrategia alineada y la colaboración de un gran número de agentes.

# 2.1. Pernoctaciones

Desde el inicio del año 2022 se aprecia una recuperación que supera los valores previos a la crisis sanitaria del Covid-19, con un aumento del 27,63% en 2023 frente al 2019, y un aumento de 11,43% si hacemos una comparativa de 2023 frente al ejercicio anterior.

#### **Pernoctaciones**

	Evolución en el nº de pernoctaciones												
	2019	Dif. 18/19	2020	Dif. 19/20	2021	Dif. 20/21	2022	Dif. 21/22	2023	Dif. 22/23			
TOTAL	1.524.664	7,85%	557.536	-63,43%	1.073.533	92,55%	1.746.275	62,67%	1.945.862	11,43%			

Fuente: EUSTAT

Cabe destacar que los aumentos más significativos en 2023 frente a las cifras pre-pandemia, se dan en temporada baja, sobre todo en febrero y en diciembre, aunque el aumento también es destacado en enero, septiembre, octubre y noviembre.

#### **Pernoctaciones**

Evolución en el nº de pernoctaciones	2019	2021	2022	2023	Dif. 19/23	Dif. 21/23	Dif. 22/23
Enero	71.263	15.769	67.904	91.547	28,46%	480,55%	34,82%
Febrero	69.996	13.331	89.585	100.454	43,51%	653,54%	12,13%
Marzo	102.448	34.025	100.425	129.733	26,63%	281,29%	29,18%
Abril	132.523	36.537	145.117	167.292	26,24%	357,87%	15,28%
Мауо	143.059	48.109	157.353	179.745	25,64%	273,62%	14,23%
Junio	153.080	87.473	172.479	183.637	19,96%	109,94%	6,47%
Julio	174.329	155.274	210.812	219.876	26,13%	41,61%	4,30%
Agosto	186.562	201.107	211.737	230.927	23,78%	14,83%	9,06%
Septiembre	155.466	142.867	179.221	198.808	27,88%	39,16%	10,93%
Octubre	148.086	147.195	177.205	188.581	27,35%	28,12%	6,42%
Noviembre	99.577	104.504	116.990	129.343	29,89%	23,77%	10,56%
Diciembre	88.275	87.342	117.447	125.919	42,64%	44,17%	7,21%
TOTAL	1.524.664	1.073.533	1.746.275	1.945.862	27,63%	81,26%	11,43%

<sup>(\*)</sup> Los datos del 2020 no se reflejan por ser el año de pandemia, covid-19.

Fuente: EUSTAT

#### Evolución en temporada estival

	Año	TOTAL	%
	2010	238.211	
	2011	237.493	-0.30%
	2012	250.905	5,65%
	2013	260.404	3,79%
	2014	265.804	2,07%
Pernoctaciones	2015	292.546	10,06%
(solo julio y agosto)	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%

Fuente: EUSTAT



#### 2.2. Grado de ocupación

En cuanto al grado de ocupación, a continuación, detallamos los datos mensuales, por días laborables y fin de semana, y en ambos casos la mayor ocupación se produce en los meses estivales (julio, agosto, septiembre).

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

Mes		Laborales					Fin de semana			
Mes	2019	2021	2022	2023	Dif.	2019	2021	2022	2023	Dif.
Enero	43,9	15,3	29,7	40,4	10,7	61,9	22,4	51,5	60,7	9,2
Febrero	45,2	17,1	43,8	45,9	2,1	72,8	20	72,7	75,9	3,3
Marzo	57,3	28,5	43,7	55,7	12,0	81,5	44,9	69,3	77,8	8,5
Abril	75	28,9	63,5	70,5	7,0	85,9	32,5	77,9	83,8	5,9
Mayo	81,9	29,1	70,2	78,3	8,1	90,3	49	88,2	87,3	-0,9
Junio	87,2	42,2	79,8	81,4	1,6	93,1	62	86,2	88,8	2,6
Julio	89,6	68,5	90	89,8	-0,2	94,2	79,4	91,6	93,2	1,6
Agosto	93,3	88,5	89,2	91,0	1,8	93,7	92,5	91,5	92,2	0,7
Septiembre	88,4	70,5	86,3	89,0	2,7	95,1	85,3	89,7	90,9	1,2
Octubre	84,1	66,6	78,5	80,7	2,2	92,3	83,6	87,2	89,6	2,4
Noviembre	60,4	51,1	50,8	56,5	5,7	82,4	73,9	74,1	78,9	4,8
Diciembre	48,9	41,4	49,9	49,8	-0,1	74,3	47,7	61,8	65,0	3,2

<sup>(\*)</sup> los datos del 2020 no se reflejan por ser el año de pandemia, covid-19.

Fuente: EUSTAT

En cuanto a la ocupación, la media del año ha aumentado de un 68,91% en 2022 a un 71,41% en 2023.

#### 2.3. Análisis de los eventos del sector 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 de al menos 50 personas, sobre un tema establecido, con una duración mínima de 2 días, siendo las temáticas más comunes las médicosanitarias, científica, tecnológica, etc.
- 2. Convenciones: son reuniones corporativas orientadas al negocio de al menos 50 personas 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 reunir a un mínimo de 50 participantes y 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		Si mínimos	> = 50

Además de los eventos profesionales arriba definidos, Donostia / San Sebastián acoge anualmente un importante volumen de congresos menores (menos de 50 delegados), eventos culturales, deportivos y presentaciones que Donostia San Sebastián Turismoa también registra, pero no computa en sus estadísticas ya que no cumplen los criterios establecidos por el SCB en cuanto a congresos (mín. 50 pax, 2 días).

#### Posicionamiento de San Sebastián en el sector MICE

En 2023, la actividad MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos) en Donostia / San Sebastián continúa su notable recuperación, alcanzando cifras récord similares a las registradas antes de la pandemia en 2019. Esto ha consolidado aún más la posición de la ciudad a nivel nacional e internacional.

Según el ranking del organismo internacional ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones), en 2022 Donostia / San Sebastián ocupaba el séptimo lugar a nivel nacional, el puesto 129 a nivel internacional y el puesto 80 en Europa, entre un total de 844 destinos incluidos en el ranking. Los datos correspondientes al año 2023 estarán disponibles al público en mayo de 2024.

A pesar de competir con ciudades que superan significativamente su población y que tienen una oferta y dimensiones de infraestructura mayores para eventos profesionales, Donostia / San Sebastián ha logrado un aumento en la actividad MICE. Las principales ciudades competidoras a nivel nacional son Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, Málaga y Bilbao.

 $\rightarrow$  El 63% de los eventos recogidos en 2023 son internacionales (en 2022 fueron el 60%)



# 2.3.1. Congresos, convenciones y jornadas

En el año 2023 se han registrado 175 eventos profesionales, de los cuales la mayor parte han sido presenciales (85 eventos).

Estos datos confirman que la actividad del sector MICE se ha recuperado al alcanzar la cifra récord de eventos registrados en Donostia / San Sebastián en el año 2019 (177 eventos).

Tipo de evento	Modalidad	Nº de eventos	Personas presenciales	Personas virtuales
Congresos	Congresos presenciales	85	24.800	-
·	Congresos híbridos	5	911	1.080
TOTAL CONGRESOS		90	25.711	1.080
Jornadas	Jornadas presenciales	31	7.039	-
	Jornadas híbridos	2	213	1.800
TOTAL JORNADAS		33	7.252	1.800
	Congresos menores	18	482	-
	Eventos culturales	5	167.744	-
Otros eventos	Eventos deportivos	8	52.999	-
Orros evenios	Back to back	1	160	-
	Presentación	4	220	-
	Otros	9	2.065	-
TOTAL OTROS EVENTOS		45	223.670	-
TOTAL EVENTOS 2023		175	258.233	3.130

**Eventos** celebrados

175

Participantes virtuales

3.130

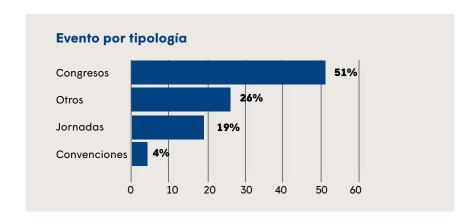
Participantes presenciales

258.233

— Entre los eventos deportivos destaca el Top14 Demi Finals de rugby

#### **Tipología**

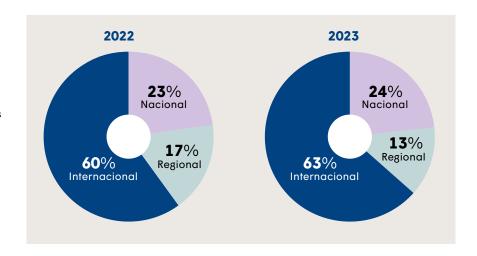
Al igual que en años anteriores, más de la mitad de los eventos registrados siguen siendo congresos, en concreto el 51%.



#### Ámbito

De los 175 eventos registrados (entre congresos, jornadas y convenciones) un 63% corresponden a eventos internacionales.

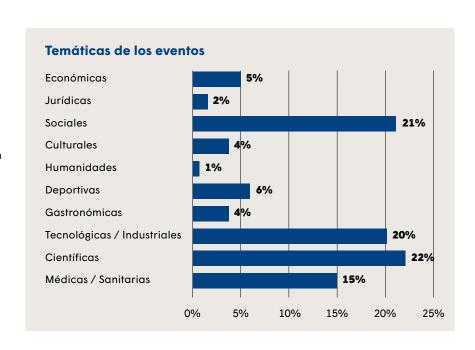
Este cómputo no contempla las ferias, a las que se dedica un **apartado separado en el punto 2.3.2.** 



#### **Temática**

Las temáticas predominantes en los eventos del año 2023 siguen siendo la científica, social, tecnológica/industrial y médico/sanitaria.

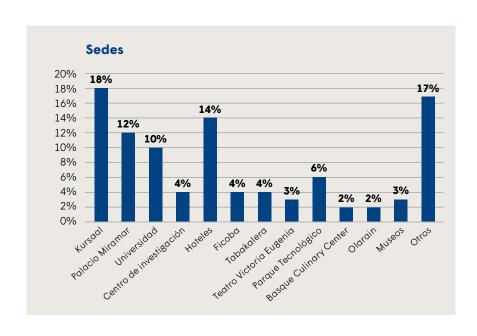
Estas temáticas coinciden con el buen posicionamiento y la especialización de Donostia / San Sebastián. La ciudad cuenta con numerosos agentes y promotores locales de talento en estas áreas capaces de atraer eventos de un alto nivel de especialización.





#### Sede

De los eventos registrados, las sedes más utilizadas (excluidas las ferias) en 2023 siguen siendo el Palacio de Congresos Kursaal (18%), los hoteles (14%), el Palacio Miramar (12%) y la Universidad (10%).



#### Distribución a lo largo del año

En el año 2023, el mes de octubre ha sido el periodo del año con mayor concentración de eventos (30) seguido por los meses de marzo, noviembre y junio.



#### 2.3.2. Ferias

En el año 2023 se han celebrado 24 ferias. Se observa un incremento en el número de ferias detectadas y registradas por DSS Turismoa con respecto al año anterior.

La sede que acoge la mayoría de este tipo de eventos profesionales sigue siendo el recinto ferial FICOBA.

	2023	
	Nº	Participantes
Ferias	24	83.894

# 2.3.3. Incentivos

Durante el transcurso del año 2023, se han recibido un total de 92 solicitudes de incentivos, siendo 82 de ellas de carácter internacional. De estas solicitudes de incentivos, 30 fueron confirmadas y se llevaron a cabo con éxito en la ciudad. Sin embargo, se estima que esta cifra podría ser mayor, ya que recabar información sobre este tipo de actividad puede ser difícil.

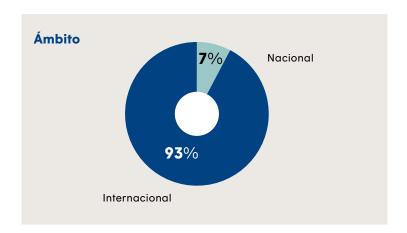
Cabe destacar que más de la mitad de los y las participantes proceden de Francia. El segundo mercado que ha recibido San Sebastián en viaje de incentivo es el mercado estadounidense.

#### **Incentivos celebrados**

	2022	2023
Incentivos	29	30
N.º Personas	1.393	2.051

#### Ámbito de los incentivos

	2022	2023
Internacional	21	28
Nacional	8	2



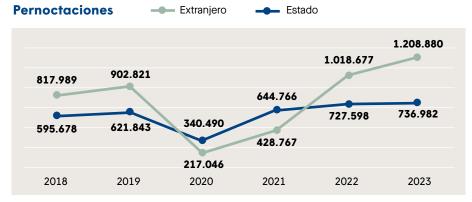




#### 2.4.

# Internacionalización del destino

En cuanto a la internacionalización del turismo en Donostia / San Sebastián, uno de los objetivos establecidos en el Plan Director de la Sociedad, la tendencia iniciada en el año 2020 da un vuelco debido al fin de las restricciones de movilidad y al cierre parcial de fronteras que dio como resultado un mayor porcentaje de pernoctaciones de turistas nacionales (60,06%) que de internacionales (39,94%) en 2021. Así pues, en 2023 son los y las visitantes internacionales (62.13%) quienes superan ampliamente a los y las nacionales (37.87%) en número de pernoctaciones.



Fuente: EUSTAT

→ Las visitas internacionales (62,13%) superan ampliamente a las nacionales (37,87%)

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

	2019	Dif. 18/19	2020	Dif. 19/20	2021	Dif.20/21	2022	Dif. 21/22	2023	Dif. 22/23
Nacionales	621.843	40,79%	340.490	61,07%	644.766	60,06%	727.598	60,06%	738.633	37,87%
Extranjeros	902.821	59,21%	217.046	38,93%	428.767	39,94%	1.018.677	39,94%	1.208.880	62,13%
TOTAL	1.524.664	7,85%	557.536	-63,43%	1.073.533	92,55%	1.746.275	62,67%	1.947.513	11,43%

Fuente: EUSTAT

Como sucedió en años anteriores, en 2023 el mercado madrileño lidera el ranking de pernoctaciones, seguido de Cataluña, C.A. de Euskadi, Andalucía y Comunidad Valenciana. En cuanto a las pernoctaciones extranjeras, Francia lidera el ranking, seguida de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Países Bajos. Cabe destacar la recuperación y crecimiento de mercados lejanos como Australia y Estados Unidos, que superan ya las cifras pre-pandemia.

#### Pernoctaciones. Top 10 estatales y extranjeros 2023

Pernoctaciones	2019	2021	2022	2023	
Estado	555.016	589.175	651.855	654.482	0,40%
Madrid	171.307	165.697	215.758	206.735	-4,18%
Cataluña	115.395	125.832	128.624	136.066	5,79%
C.A. de Euskadi	66.337	97.764	72.801	72.743	-0,08%
Andalucía	40.863	46.521	55.661	55.443	-0,39%
Com. Valenciana	35.613	31.807	38.653	43.445	12,89%
Castilla y León	35.046	37.523	38.485	40.034	3,57%
Aragón	36.644	28.18	31.651	30.996	-2,07%
Galicia	16.387	19.636	26.935	24.632	1,87%
Navarra	19.768	18.189	24.179	23.339	-13,35%
Castilla la Mancha	17.656	18.018	19.108	21.049	10,16%
Extranjero	606.754	320.576	753.532	881.335	17,46%
Francia	134.134	135.143	211.715	234.704	10,86%
Estados Unidos	154.321	41.463	152.467	182.138	19,46%
Reino Unido	89.505	24.445	115.343	124.588	8,02%
Alemania	66.021	29.519	69.821	82.835	18,64%
Países Bajos	25.179	28.782	42.636	52.452	23,02%
Italia	33.581	16.001	38.110	44.407	16,52%
Resto del mundo	18.800	15.356	27.614	43.199	22,47%
Australia	30.056	4.481	26.741	42.692	136,23%
Resto de América	14.414	14.853	22.784	39.168	8,84%
Irlanda	18.670	2.378	15.385	35.152	13,70%
TOTAL GENERAL	1.161.770	909.751	1.405.387	1.535.817	9,53%

(\*) Los datos del 2020 no se reflejan por ser el año de pandemia, covid-19.

#### 2.5.

# Donostia / San Sebastián, ciudad tractora del territorio

		2019	2020	2021	2022	2023	DIF.%
Pernoctaciones Donostia / San Sebastián	Estado	621.843	359.496	645.252	728.864	738.633	1,34%
	Extranjero	902.821	235.015	428.905	1.018.677	1.208.880	18,67%
		1.526.683	596.531	1.074.157	1.747.541	1.947.513	80,07%
Pernoctaciones resto de Gipuzkoa	Estado	320.281	320.281	513.184	663.487	707.944	6,70%
	Extranjero	110.125	110.125	149.923	293.926	327.124	11,29%
		430.406	430.406	662.513	957.413	1.035.068	8,11%

El 79% de
las y los turistas
internacionales
que acuden a
Gipuzkoa visitan
Donostia / San
Sebastián

Fuente: EUSTAT

# 2.6. Tipología y perfil de quienes nos visitan

Entre enero y octubre de 2023 se han realizado 1.210 encuestas a visitantes a la ciudad, que proporcionan datos para completar el perfil de las personas que nos visitan.

Según los datos extraídos de estas encuestas, el 66% de las personas encuestadas pernocta todas las noches de su viaje en Donostia / San Sebastián, el 23% alguna de las noches, el 3,6% no pasa ninguna noche en la ciudad, pero sí en la zona de influencia y el 6,8% son excursionistas (pernoctan en su residencia habitual).

Los datos más relevantes son:

#### El perfil de la persona turista es:

- Las personas que nos visitan son principalmente de una franja de edad comprendida entre los 45 y los 54 años, seguido de las de 34 a 44 años.
- Este segundo grupo representa un cambio respecto al año anterior, ya que en 2022 el segundo segmento de edad era de 55 a 34.
- 50,3% hombres, 49,7% mujeres. Este porcentaje también se ha invertido respecto al año 2022.
- El/la visitante a la ciudad cuenta con un nivel de renta familiar medio medio (55,6%) seguido del nivel de renta familiar medio alto (26,2%).
- · Origen: mercado estatal. Seguido del francés.
- · Viene en pareja o en grupo (familia y/o amigos).

#### 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.
- El 27% de los y las turistas que pernoctan pasan 2 días en la ciudad, seguido de los que pernoctan de 4 a 7 días (25,6%). El 22,9% pernoctan 3 días.

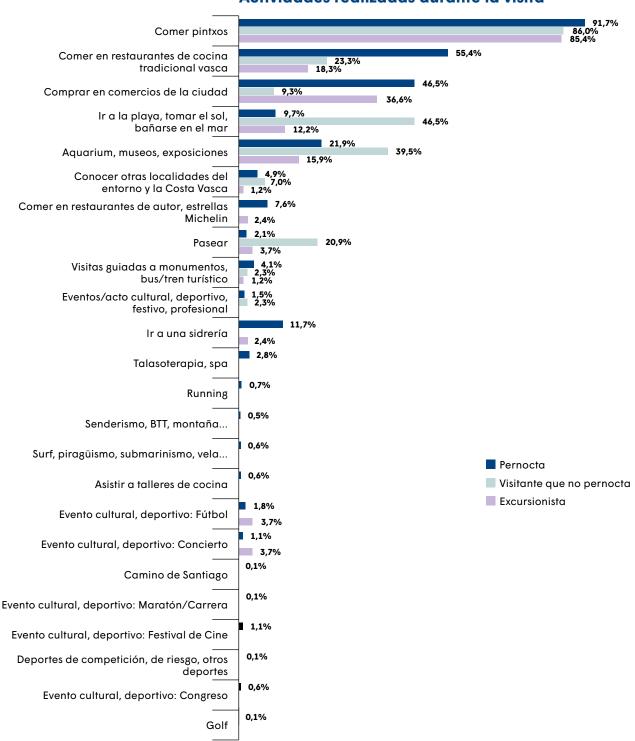
Ha habido un aumento de media de noches con respecto al año anterior, en el que el segundo grupo eran los que pasaban 3 noches (19,7%) y el tercero los que dormían de 4 a 7 noches (19%).

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

- · 42,4% city break.
- · 16,8% gastronomía.
- · 3,0% playa.



#### Actividades realizadas durante la visita



El grado de satisfacción global de la persona turista ha sido de: 8,93. Desciende ligeramente frente al año anterior (8,98).

Y el gasto medio por día realizado es de **232,09 €** frente a los 241,5 € de 2022.

Grado de satisfacción global 8,93

Mujer **8,89** 

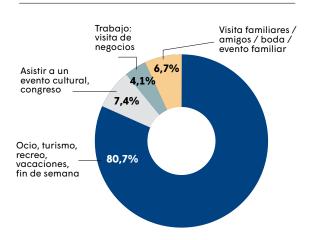
8,96

**Hombre** 

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

- 1. Comer pintxos
- 2. Comer en restaurantes de cocina tradicional vasca
- 3. Comprar en comercios de la ciudad
- 4. Ir a la playa, tomar el sol, bañarse en el mar
- 5. Visitar Aquarium, museos, exposiciones
- 6. Conocer otras localidades del entorno y la Costa Vasca

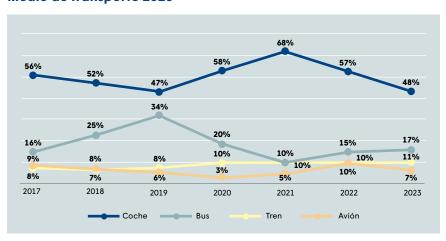
#### Motivo principal de la visita a Donostia / San Sebastián



# 2.7. 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 2023



Fuente: ITOURBASK

LLEGADAS AEROPUERTO	%
Biarritz	6
Bilbao	76
Hondarribia	19



#### 2.8. Índice de satisfacción de quienes nos visitan

#### Grado de satisfacción – Evolución

Globalmente, ¿cómo califica su visita a Donostia / San Sebastián? (Nota de O a 10)

	Global	Visitante que pernocta	Visitante que no pernocta en Donostia/San Sebastián	Excursionista
2012	8,87	8,88	8,76	8,89
2013	8,94	8,95	8,85	8,93
2014	9,04	9,13	8,72	8,91
2015	8,87	8,87	8,76	9,00
2016	8,93	8,97	8,50	8,63
2017	8,85	8,91	8,52	8,63
2018	9,12	9,11	8,62	8,75
2019	9,03	9,07	8,96	8,6
2020	9,00	9,00	9,00	9,00
2021	9,10	9,09	9,17	9,00
2022	8,87	8,98	8,71	8,92
2023	8,81	8,93	8,60	8,89

#### 2.9.

# Donostia / San Sebastián en los medios y rankings

En 2023 se ha colaborado con medios previamente seleccionados y alineados con los ejes estrategicos de la ciudad, bien organizando viajes de prensa o facilitando información del destino, sin ofrecer contraprestación económica.

Fruto de esta colaboración con los medios - a través de press trips o facilitándoles información online- y el posicionamiento del destino a nivel internacional, en 2023, se ha recogido la publicación de 1478 artículos sobre Donostia / San Sebastián en los medios más prestigiosos.

Algunos de los medios destacados que han publicado sobre la ciudad son: Forbes, The New York Times, Traveller, National Geographic, Condé Nast Traveler, Le Figaro, Les Hardis, The Thrillist, The Times, The Guardian, The Independent, Luxury Travel Magazine, Harper's Bazaar, The Telegraph, The Daily Mail, The USA news, ELLE, Vogue etc.

759 artículos se han publicado en medios internacionales y 719 artículos en medios estatales, con una suma total de OTS (Opportunity To See/oportunidades de visualización) de 3230 millones, y un valor AVE (Advertising Value Equivalent/valor publicitario equivalente) de 40,6 millones de euros.

— En 2023 se ha recogido la publicación de 1478 artículos sobre Donostia / San Sebastián en los medios más prestigiosos a nivel estatal e internacional, con un valor AVE de más de 40,6 millones € y un valor OTS (Opportunity to See) de 3230 millones.

## San Sebastián en los medios internacionales más prestigiosos

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



#### Forbes

 Looking For Sun? The Best European Destinations For The Sunniest Spring Break: #3 San Sebastian



#### The Times

- Pintxos, cider and surf: your San Sebastian city guide
- A family tapas tour of San Sebastian



#### **The New York Times**

In the Basque region of Spain:
 Art, culture and a puppy that blooms:
 San Sebastián & Bilbao



#### **Daily Mail**

 The 10 most "welcoming" destinations in 2023



#### Les Hardis

 Le top des trois étoiles Michelin, nos restaurants de Saint-Sébastien



#### **Thrillist**

 Make Like a Queen on This Hot Solo Travel Trip to San Sebastian



#### Surfers

 Surfen im Grünen Spanien - ein Roadtrip in Nordspanien



#### Irish Mirror

 Dazzling coastal city San Sebastian offers everything you want from a city break



#### **National Geographic**

 50 escapadas para viajar por España esta Semana Santa: 14 Donostia / San Sebastián



#### **USA News**

 San Sebastián, one of the most attractive getaways for brand new 2024



#### The Telegraph

• Europe's best twin-city breaks: two holidays for the price of one



#### Independent

 $\boldsymbol{\cdot}$  14 of the best beaches in Spain

▶ Ver San Sebastian en los medios más prestigiosos:

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

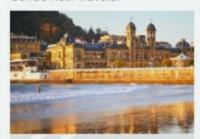
▶ Ver todos los artículos publicados sobre Donostia / San Sebastián por orden cronológico:



#### Donostia / San Sebastián en el top de los rankings de medios y guías de viaje

San Sebastián ha sido destacada en numerosas guías de viaje y ha aparecido en el top de diversos rankings como **The New York Times, The Times, Lonely Planet, National Geographic, The Telegraph, The Independent, Le Monde, Forbes...** 

#### Condé Nast Traveler



La Concha, tercera mejor playa del mundo según Tripadvisor

#### The Times



42 de los mejores viajes en temporada baja. #7 Surf en San Sebastián

#### The Times



Las mejores ciudades para visitar en España. #2 San Sebastián

#### Condé Nast



San Sebastián. Mejor ciudad del mundo para comer. Puntuación 96,67

#### Condé Nast



San Sebastián 2º mejor ciudad del mundo (categoría ciudades pequeñas)

Forbes



San Sebastián en el top 10 de destinos para viajar en 2024

#### Escape



Las 7 majores ciudades de España para tus próximas vacaciones #3 Donostia

#### The Guardian



Cinco escapadas urbanas europeas para disfrutar del arte y la cultura con poco presupuesto: #4 Donostia

#### PR Newswire



Andoni Luis Aduriz gana el premio Icon Award 2023 de los 50 mejores restaurantes del mundo

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

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



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

- D. Eneko Goia
   Presidente
- D. Raúl Fernández Vicepresidente
- Dª Duñike Agirrezabalaga
- · D<sup>a</sup> Nerea Aramburu
- D. Borja Corominas
- · D. Jon Insausti
- D<sup>a</sup> Cristina Lagé
- · Dª Laura Larrión
- · D. Victor José Lasa
- · Da Laura Mateos
- · D. Jon Markel Ormazabal
- · D<sup>a</sup> 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: D<sup>a</sup> Laura Larrión
- · ALOJAMIENTOS: D. Raúl Fernández
- · COMERCIOS: Da Nerea Aramburu
- · HOSTELERÍA: Da Laura Mateos
- · INFRAESTRUCTURAS: D. Iker Goikoetxea
- RECURSOS CULTURALES, MUSEÍSTICOS Y DE OCIO: Dª Pilar Pascual
- SERVCIOS COMPLEMENTARIOS:
   D. Alexis Mindegia
- · SERVICIOS TURÍSTICOS: D. Iñigo Ansa
- · TRANSPORTES: D. Oscar Iparraguirre



# 3.3. Establecimientos asociados a Donostia San Sebastián Turismoa

Donostia San Sebastián Turismoa ha contado con 309 empresas asociadas en 2023.

#### **Sectores**

Las empresas asociadas se dividen en 10 sectores:

Hostelería	24%
Alojamiento	23%
Comercio	17%
Servicios Turísticos	8%
Recursos museísticos, culturales y de ocio	10%
Servicios complementarios y de comunicación	6%
Agencias de Viajes y DMCs	4%
Infraestructuras	3%
Transporte	3%
Organizadores de reuniones, eventos e incentivos	2%

#### **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
- · DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- EMYRENT
- FEELFREE
- · FOREVER RENTALS
- · 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 CASUAL DE LAS OLAS
- · 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
- · KOBA 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 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
- · SERCOTEL EUROPA
- · THE RENTALS COLLECTION
- · UBA HOSTEL
- · VILLA MAGALEAN HOTEL & SPA

#### Agencias de Viajes y DMC

- BASK FOR ALL
- · 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

#### Comercio

- · 802 YOGA STUDIO
- · ABIAN SKATEBOARDS
- · AITOR LASA GAZTATEGIA
- · ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- · ALBOKA
- · ANHELO
- · ARAMENDIA PASTELERIA
- ARBELAITZ
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BIOBIZI
- · BOMBONERIA MAITIANA
- · BOX SAN SEBASTIAN
- · CALMA YOGA STUDIO
- · DOLLS
- EL TURISTA
- ELKAR
- · FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GARRARTE
- · GOIURI BIKINI DENDA
- · HAWAII
- · HONTZA LIBURUDENDA
- · IRANTZU JOYEROS
- IRULEA
- IZARBIDE
- · JOYERIA AYESTARAN
- JOYERIA CASA MUNOA
- · KBERBI NEW
- KOLOREKA
- · LA BICICLETA
- · MARIA KALA'S
- · MICHAEL'S
- · MINIMIL
- · MM MODA

- MUCHAS TELAS
- · NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- · OH MY BIKE!
- PAPELERÍA TAMAYO
- · PERFUMERIA BENEGAS
- PONSOL
- · REAL SOCIEDAD
- · REAL SOCIEDAD.
- · SAN MARTIN MERKATUA
- · SAN SEBASTIAN SHOPS
- · SANSE BIKES
- · SICOS
- SUPERDRY
- TESTONE
- TONI PONS
- · VIANDAS DONOSTIA
- · YO SALUD ESTÉTICA

#### Hostelería

- · ALTZUETA SAGARDOTEGIA
- · AMUITZ CERVECERIA
- ANTONIO BAR
- ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- · BAR AGUSTÍN
- · 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 ROJO Y NEGRO
- BAR TAMBORIL
- BAR TXALOTA
- BAR TXIRRITA
- BAR URTXORI BI
- BAR ZUMELTZEGI
- · 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
- 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 GANDARIAS
- · RESTAURANTE ITSASPE DONOSTI
- · 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 UBARRECHENARESTAURANTE VIA FORA
- · RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- · RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- · SAGARDOAREN LURRALDEA
- · SHARMA CATERING
- · SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA PETRITEGI 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 FICOBA / FICOBA EXHIBITION CENTRE
- TABAKAI FRA
- · TEATRO VICTORIA EUGENIA

## Organizadores de eventos, reuniones e incentivos

- · CONGRESOS DONOSTI
- · DANTZ
- · LANKOR, CONGRESOS Y EVENTOS
- PRESENCIA BY MA (Presencia Internacional)
- · TISA

## Recursos culturales, museísticos y de ocio

- · ALBAOLA
- AMAINA
- AQUARIUM DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- ARTEKO
- · BOAT TRIPS SAN SEBASTIAN
- · BODEGA KATXIÑA
- · BRAI KANTAURI
- · 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 PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- · 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
- · AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BASQUE MAGAZINE
- · BENGOA AUDIOVISUALES
- BITEZ
- · DIGITALAK
- DIMENSION
- DMACROWEB
- EUROSÍNTESIS
- KONTRALUZ
- · LARREA FOTOGRAFOS
- POLICLÍNICA GIPUZKOA GRUPO QUIRON SALUD
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- 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
- · JAI ALAI EVENTS
- · JUNE YAMAGUCHI
- · JUST FOLLOW ME
- · KAORI NUMAYAMA
- · LACUNZA IH SAN SEBASTIAN
- · LOURDES GORRIÑO
- MAREI AZAFATAS
- · OH MY WALK!
- PUKAS SURF ESKOLA
- · SAN SEBASTIAN GUIDES
- · SAN SEBASTIAN PINTXOS TOURS
- · TANDEM SAN SEBASTIAN
- · VIRGINIA GARCIA

#### **Transporte**

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





# 4.1. Marketing y comunicación

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

El objetivo general de las acciones de marketing para el destino sigue enfocado en posicionar el destino en los ejes marcados por el Plan de Turismo Sostenible, llegando a un público estratégico segmentado, y trabajando por preservar la autenticidad e identidad del destino, con el objetivo de conseguir un turismo más sostenible, 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:

- **1.** Posicionamiento y branding de ciudad para las y los visitantes.
- **2.** Atraer visitantes estratégicos/as y de calidad al destino.
- **3.** Promoción y visibilidad de empresas socias de DSS Turismoa.
- **4.** Aumentar las visitas a la oficina, a la web y a la shop-online.

Para ello, se han llevado a cabo numerosas acciones dirigidas tanto a visitantes como a la ciudadanía. En cuanto a los y las visitantes, además de mantener la promoción a mercados cercanos como el estatal o el francés y las campañas dirigidas a los públicos objetivos establecidos en el Plan de Turismo Sostenible, se han reforzado las acciones dirigidas a mercados estratégicos lejanos como los países nórdicos y mercado estadounidense.

Cabe destacar también que en 2023 se lanzó una nueva línea de trabajo de turismo sostenible, con su correspondiente sitio web, **Donostia Green Destination**, fruto del trabajo de colaboración de Gestión de Destino con el departamento de Medio Ambiente del Ayuntamiento de San Sebastián.

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 las siguientes medidas específicas para fomentar un turismo sostenible en todos los ámbitos:



# 4.1.1. Campañas y acciones destacadas

# Estrategia de posicionamiento. Acciones específicas y campañas promocionales

Con el objetivo de posicionar la ciudad como un destino sostenible, se ha reforzado la línea de trabajo con el departamento de Medio Ambiente del Ayuntamiento. Fruto de ello, se realiza un análisis de los diferentes aspectos del destino como Destino Sostenible.

"Donostia Green Destination" nace como símbolo que pretende aunar, dar visibilidad y promocionar todas las iniciativas relacionadas con la sostenibilidad medioambiental que se llevan a cabo en la ciudad.

#### Sostenibilidad: Donostia Green Destination



El objetivo es promover una ciudad y un turismo más sostenible, y animar a quienes nos visitan, a vivir la ciudad de una manera respetuosa, facilitándoles todo tipo de planes, actividades, iniciativas y consejos prácticos. Otro objetivo es visibilizar a los y las agentes del destino que mejor gestión están desarrollando en estos ámbitos.

Asimismo, dentro de esta iniciativa, se engloban buenas prácticas y programas medioambientales de las administraciones públicas, así como certificaciones reconocidas internacionalmente.

El símbolo o logo "Donostia Green



Destination" permite identificar todos los lugares, acciones, servicios, infraestructuras y planes sostenibles que podrás encontrar en la web de DSST.











Más de 12.600 personas se han interesado directamente por Donostia Green Destination, y se ha derivado al resto de planes de esta sección, donde se encuentran los planes sostenibles, así como empresas con iniciativas y programas sostenibles.

#### Cultura propia e identidad: Gynkana- Los misterios de Donostia y su lengua milenaria

En julio de 2023 se lanzó una gynkana o juego de pistas con el objetivo de dar a conocer los rincones y la historia de Donostia / San Sebastián, poniendo en valor su lengua ancestral, el euskera, su cultura y sus tradiciones, de una forma amena. Además, también se ha tratado de incentivar el pequeño comercio local.

La gynkana está dirigida tanto a los y las visitantes estatales e internacionales, como a los y las donostiarras que quieran conocer mejor su ciudad. La participación ha sido muy alta, con valoraciones muy positivas y una media de opiniones de 5/5.

El juego se ha difundido a través de las principales redes sociales, en las que además de incentivar la participación, se han creado periódicamente historias interactivas para aprender más sobre nuestra historia y nuestra lengua.







#### **RESULTADOS:**

1868 partidas jugadas (con uno o más miembros simultáneamente) Media opiniones: 5/5

90.144 personas alcanzadas

179.088 impresiones

1.313 visitas al perfil

49.236 reproducciones del reel

#### 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 campañas digitales, trabajando las líneas de producto enmarcadas en el plan director. Se trabajan en 2023 mercados cercanos y tradicionales, como España, Francia, mercados de medio recorrido como Reino Unido, Irlanda, Alemania, Bélgica y Países Bajos, y mercados más lejanos en Europa como Noruega, Suecia. Para el segmento foodie se realiza una campaña específica en EEUU 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.

En cuanto a las herramientas para las campañas, se utiliza un mix de medios y soportes de anuncios: Google Ads (Discovery, RRSS como Youtube, Twitter, Linkdn, Meta; Facebook, Instagram, etc.) y campañas en programática.



#### San Sebastián FOODIE

El objetivo de la campaña es reforzar el posicionamiento y la imagen de Donostia / San Sebastián como un referente internacional en el turismo gastronómico de alto nivel; una vista 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

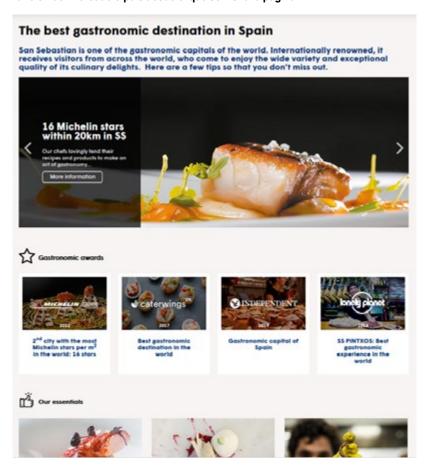
EEUU: Estados California y Nueva York

Australia: Melbourne y Sidney

Meses: Marzo, abril y mayo

Impresiones: 8 Millones de impresiones Visitas de calidad: 50.000 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.



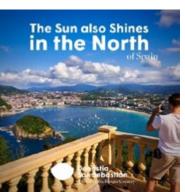
Landing personalizada para mercado UK.

#### San Sebastián **COSMOPOLITA**

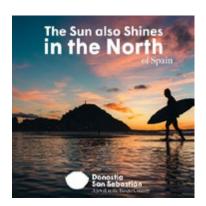
El objetivo de la campaña es transmitir la imagen de Donostia como un destino experiencial con gran variedad de recursos turísticos y de ocio de alta calidad: deporte, naturaleza, eventos culturales e identidad propia. Un destino de gran interés para personas que disfrutan de destinos con gran atractivo 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 un 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:** 5,4 Millones de impresiones Visitas de calidad:

65.000 visitas de calidad







Landings personalizadas para cada mercado con diferentes actividades y temáticas.









#### San Sebastián CITY BREAK

El objetivo de la campaña city break es posicionar la ciudad como un destino para una escapada urbana de 2-4 días. Nos dirigimos al 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, 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.









Original para Especial de viajes en prensa escrita.

#### **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:** Abril, mayo y junio. Octubre y noviembre **Impresiones:** 5,4 Millones de impresiones

Visitas de calidad:

65.000 visitas de calidad



Landing que ponen en valor las posibilidades que ofrece la ciudad para un city break.

#### San Sebastián PREMIUM

El objetivo de la campaña SS Premium es posicionar San Sebastián como un destino excelente de máxima calidad, para viajeros y viajeras 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, UK / Irlanda, Alemania, Noruega

Meses: Septiembre, octubre y noviembre

Impresiones: 6 Millones de impresiones

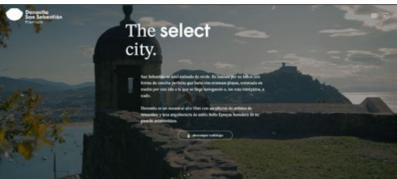
Visitas de calidad: 130.000 visitas de calidad

Fichas de socios/as vistas: 7.263 / Clicks a socios/as: +1.024

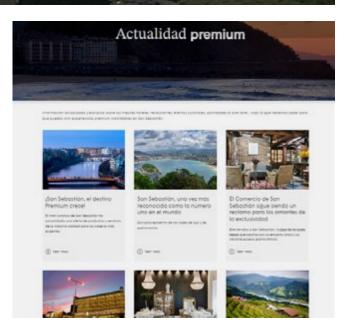








La campaña Premium tiene dos públicos diferentes, con soportes y creatividades diferenciadas. Una parte de la campaña va encaminada a posicionar el destino para el cliente final, con el objetivo de reforzar los valores de calidad del destino; la otra parte de la campaña, va dirigida al cliente profesional, intermediario, y trata de poner en valor el destino y las empresas asociadas al proyecto premium.



La web de SSPremium se actualiza con la creación de una nueva sección de noticias y actualidad. Se crean más de 10 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.

Sección de noticias actualizada en la web de Premium.



#### SS Ticketing / Venta de actividades Turísticas

La campaña publicitaria de la Shop de Donostia San Sebastián Turismoa tiene como objetivo la venta de tickets de actividades locales 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:

Junio a septiembre

#### Impresiones:

3 Millones de impresiones

Visitas de calidad: 60.000 visitas de calidad

**Productos vistos:** 

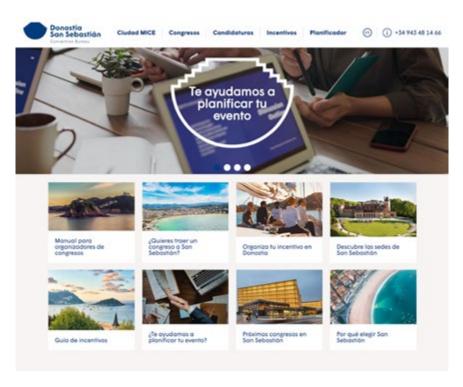
77.112

La campaña se lanza desde junio hasta octubre, época de mayor afluencia de visitantes 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.

#### San Sebastián destino eventos y congresos

El objetivo de la campaña de SS destino de congresos y eventos es reforzar el posicionamiento y la imagen de la ciudad y de la web de congresos para el público interesado en la organización de cualquier tipo de evento, incentivo o reunión en el destino.

Las campañas enfocadas a este segmento se realizan sobre todo **para tarjet preferencial** que estén buscando destinos o empresas relacionadas con eventos y para un público más general que busca temas relacionados con eventos, buscando reforzar el posicionamiento de ciudad como un destino de reuniones con gran cantidad de alternativas. Se busca generar visitas a la web y a los socios/as del sector que se dedican a esta área del turismo.



Los mercados para las campañas son áreas cercanas: España y Francia.

#### **Mercados:**

España y Francia

**Meses:** Octubre, noviembre y diciembre

#### Impresiones:

4 Millones de impresiones

#### Visitas de calidad:

70.000 visitas de calidad / Alcance y visibilidad muy alta de vídeos







# Patrocinios y apoyo a eventos y proyectos locales.Sostenibilidad

Donostia San Sebastián Turismoa ha apoyado diversos eventos y entidades locales firmando acuerdos de colaboración tanto económicos como promocionales: entrega de material, difusión online, etc. Estos acuerdos 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:

#### **IGUALDAD**

- · IMPACT HUB Mujeres emprendedoras
- · CARRERA DE MUJERES. LILATON

#### **ACCESIBILIDAD**

· KEMEN Kirol Elkartea

#### **NORMALIZACIÓN LENGUAS MINORITARIAS**

- BERRIALAGUN
- · EGUNEAN BEHIN



#### Gastronomía

- TALENTO GASTRO
- EZEGUI, Asociación de Celíacos y Familiares de Celíacos de Gipuzkoa

#### **Eventos culturales**

- · CROSS OVER
- SEMANA DEL CINE FANTÁSTICO Y DE TERROR
- ZINEMALDIA
- · PASEO CON SOMBRERO
- · MUSIKA PARKEAN
- · 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

#### **Eventos profesionales**

· CLUB DE CREATIVOS

#### Apoyo a socios/as 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.

# 3. Acciones de atracción y fidelización público final

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

#### Boletín promocional

El objetivo de este boletín es sugerir a personas que han mostrado interés por la ciudad o por Donostia San Sebastián Turismoa que nos visiten en las diferentes épocas del año. Estos boletines son enviados a principios de cada estación dando ideas de experiencias donostiarras para esa época concreta.

Fuente para obtener contactos:

- Participantes de sorteos que hemos realizado
- Compradores de la shop online
   Este tipo de boletín también se suele utilizar para promociones especiales y sorteos.

Se envía 4 veces al año a una base de datos de más de 33.000 personas con una tasa de apertura media del 13%.



# Boletín shop online

Todos los miércoles se envía este boletín a compradores/as de la shop online de DSST que disfrutarán de la experiencia en la siguiente semana. El objetivo es darle 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 65%.



# Agenda mensual para el sector

Boletín mensual enviado al sector turístico del entorno, oficinas de turismo de todo el País Vasco, asociados a Donostia San Sebastián Turismoa, 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, a una media de 494 contactos.





#### 4. Materiales para la atención a visitantes

Donostia San Sebastián Turismoa con el objetivo de ofrecer el mejor servicio de informacion y acogida, principalmente vía web o en las oficinas de información turística, actualiza y genera diferente material informativo.

#### **Publicaciones**

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

Donostia San Sebastián Turismoa con el objetivo de ofrecer el mejor servicio de informacion y acogida, principalmente vía web o en las oficinas de información turística, actualiza y genera diferente material informativo.

#### Agenda 2023

Publicación online en cuatro idiomas que reúne los principales eventos que tienen lugar en la ciudad.



#### Guía de alojamientos

Diseño de la publicación que reúne a las empresas asociadas a Donostia San Sebastián Turismoa del sector del alojamiento. Se imprimieron 1.500 ejemplares en 4 idiomas (castellano, euskera, inglés, francés).



# Tarjetas turísticas flyer y publicaciones

Diseño de la publicación que resume las ventajas de las tarjetas turísticas de Donostia San Sebastián Turismoa, 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 euskerafrancés.





#### **Basque Card**

Diseño de la publicación que detalla el funcionamiento de la tarjeta turística de Basque Card. Impresión de 2.400 ejemplares en 2 versiones: una de castellano- inglés y la otra de euskerafrancés.



#### Nueva guía gastronómica 2023

12.000 ejemplares en 4 idiomas presentando la oferta gastronómica de la ciudad, desde rutas de pintxos por barrios a los restaurantes Estrellas Michelin pasando por las sidrerías y txakolindegis.

Guía que invita a quien nos visita a degustar los auténticos bares de pintxos de los barrios para, por un lado, descentralizar los flujos turísticos, por otro, mezclarse con los y las donostiarras en una de sus actividades favoritas.



#### 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.

https://www.sansebastianturismoa.eus/images/ssturismo/venir/jasangarritasuna/docs/decalogo-buen-guia-SSTurismoa-ES.pdf







### 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 la persona que nos visita 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 escapaparate de la Oficina de Turismo del Boulevard se va actualizando dependiendo de la temporada del año y de la campaña o productos que se quieran promocionar en ese momento.

### 5. Producción de material gráfico y audiovisual

Una de las mejores formas de presentar el destino es retratándolo. Desde Donostia San Sebastián Turismoa se hace un esfuerzo por invertir en producción de fotos y vídeos de calidad que sirvan para posicionar el destino. Estos materiales se difunden y se comparten con las empresas asociadas de la entidad.

### **Vídeos**

### Donostia / San Sebastián destino accesible

Pieza audiovisual que presenta a DSS como un destino accesible, y que desea dar la bienvenida a toda persona que quiera visitar la ciudad.

Ver vídeo



### **Ticketing. Actividades locales**

Pieza audiovisual que da cuenta de las numerosas opciones que ofrece el destino para una escapada gastronómica, cultural y deportiva centrándose en los productos ofertados por DSST y de sus empresas asociadas.

Ver vídeo





### Producción fotográfica

### Gastronomía

Imágenes tanto de bares de pintxos y restaurantes de los barrios de la ciudad.







### **Recursos Turísticos**

Imágenes de las experiencias y actividades ofertadas por las empresas asociadas a DSST.







### San Sebastián accesible

Imágenes que muestran la diversidad de los públicos visitantes.







### Navidad

Imágenes de las festividades que muestran el destino durante el periodo navideño: mercados, atracciones, iluminación, etc.

### 6. Mejoras en Web

Donostia San Sebastián Turismoa con el objetivo de ofrecer el mejor servicio de informacion y acogida, principalmente vía web o en las oficinas de información turística, actualiza y genera diferente material informativo.

### Buscadores de Restaurantes y Hoteles

La web de de Donostia San Sebastián Turismoa es una web con un gran volumen de visitas y consultas. Unas de las secciones que más volumen de visitas reciben son las de alojamiento y de hostelería.

Analizando la demanda y las **tendencias de búsquedas** en el portal de DSST y en otros de referencia, se incluyen unos buscadores para facilitar la búsqueda del mejor alojamiento y o restaurante en base a diferentes criterios.

### **Buscador de Alojamientos**

Donostia San Sebastián Turismoa dispone de una base de datos de más de 215 alojamientos. Gracias al buscador las búsquedas se acotan y facilita encontrar alojamiento utilizando varios criterios.

El más utilizado es el tipo de alojamiento y la categoría, pero otros filtros como Gimnasio y parking también tienen muchas búsquedas.

Tipo de alojamiento	*	Categoria	Barrio	
Parking		wifi	Admite perros	
_ Spo		Piscina	Servicio comedor	
Gimnasio		Habitaciones climatizadas	Bañera	
Accesibilidad info		Sostenible		

### Buscador de Hostelería

Dado el volumen de restaurantes, bares, sidrerías, etc., que existen en la ciudad, se intenta facilitar la labor de búsqueda de establecimientos con un buscador práctico con criterios de búsqueda acumulativos.

En 9 meses se han realizado más de 2.500 búsquedas. Los filtros más utilizados son restaurantes y opciones vegetarianas.

Buscador de Restaurantes				
Total usuarios	1.396	100,00%		
España	722	51,72%		
Francia	518	37,11%		
UK	60	4,30%		
Alemania	16	1,15%		
Tipos alojamientos	1.236	100,00%		
Restaurantes	875	70,79%		
Pintxos y cafeterías	279	22,57%		
Sidrerías	117	9,47%		
Estrella Michelón	64	5,18%		
Txakolindegis	60	4,85%		
Otras opciones	2.368	100,00%		
Opción vegetariana	674	28,46%		
Terraza	586	24,75%		
Cocina todo el día	569	24,03%		
Admite perros	344	14,53%		
Opción celíaca	193	8,15%		
Sostenible	96	4,05%		
Accesibilidad	55	2,32%		

Buscador de Alojamientos				
Total usuarios	2.930	100,00%		
España	1.244	42,46%		
Francia	1.193	40,72%		
UK	131	4,47%		
Alemania	63	2,15%		
Tipos alojamientos	6.405	100,00%		
Hotel	3.149	49,16%		
Pensión	1.198	18,70%		
Apartamento	1.124	17,55%		
Agroturismo	616	9,62%		
Camping	390	6,09%		
Albergue	369	5,76%		
Vivienda turística	368	5,75%		
Categoría	1.843	100,00%		
5*	175	9,50%		
4*	494	26,80%		
3*	697	37,82%		
2*	487	26,42%		
1*	288	15,63%		
Otra	186	10,09%		
Barrio	1.268	100,00%		
Centro - Kontxa	712	56,15%		
Gros	233	18,38%		
Parte Vieja	193	15,22%		
Antigua	141	11,12%		
Igara - Igeldo	76	5,99%		
Amara	116	9,15%		
Aiete - Miramon	76	5,99%		
Otros	60	4,73%		
Fuera de la ciudad	83	6,55%		
Otras opciones	6.255	100,00%		
Gimnasio	3.298	52,73%		
Parking	3.187	50,95%		
Wifi	1.415	22,62%		
Admite perros	1.059	16,93%		
Hab. climatizada	934	14,93%		
Piscina	735	11,75%		
Comedor	622	9,94%		
Spa	592	9,46%		
Sostenible	561	8,97%		
Bañera	228	3,65%		
Accesibilidad	123	1,97%		



# 7. Plan de captación de nuevos asociados

Tras el 2020 se constata que en la ciudad hay un gran número de aperturas de nuevos establecimientos hoteleros y de hostelería.

Se visitan establecimientos de reciente apertura con el objetivo de dar a conocer la entidad, sus objetivos y aumentar el número de asociados de interés para el destino.

La labor comercial se centra en hoteles de 4 y 3 estrellas y en establecimientos de hostelería; en especial bares de pintxos de diferentes áreas, barrios de la ciudad, con el objetivo de crear nuevas rutas de pintxos para distribuir y ampliar el flujo de visitantes y descentralizarlos.

Se han relizado 14 visitas a hoteles y se asocian 2 hoteles de 4 estrellas.

- · One Shot Tabakalera\*\*\*\*
- · Hotel Antik \*\*\*\*

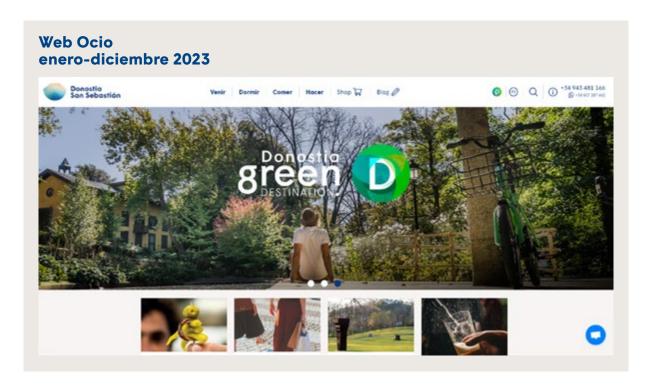
Se han realizado más de 30 visitas a restaurantes y bares de pintxos de la ciudad y se asocian 20 nuevos establecimientos. Gracias a esta labor, se crean 5 rutas de pintxos por la ciudad.

Bares de Pintxos y Restaurantes		
Aukera	AMARA	
Txirrita	AMARA	
Agustin	AMARA	
La Rebotika	ANTIGUO	
Oliyos	ANTIGUO	
La Cervecería del Antiguo	ANTIGUO	
Kikki	ANTIGUO	
Kata4	ZENTROA	
La Perla	ZENTROA	
Urtxori bi	GROS	
Gure Txoko	GROS	
Txalota	GROS	
Labrit Berri	GROS	
Martínez	PARTE ZAHARRA	
Muxumartin	PARTE ZAHARRA	
Casa Urola	PARTE ZAHARRA	
Ganbara	PARTE ZAHARRA	
Tamboril	PARTE ZAHARRA	
Kaskazuri	PARTE ZAHARRA	



# 4.1.2. Web y redes sociales

El año 2023 no ha sido tan bueno en datos web, como lo fue el 2022, debido a la fuerte inversión que se realizó el año anterior en campañas y acciones digitales. Debido a ello, no ha habido aumento en el número total de visitantes o de sesiones totales, pero si comparamos solo los datos de visitantes orgánicos, sin campañas, los datos sí son positivos. Además, el cambio de medición de datos por parte de Google Analytics ha generado muchos problemas a la hora de actualizar métricas y campañas y ha habido pérdida de información y "apagones" de datos durante los primeros meses del cambio de GA3 a GA4.



En general y a modo resumen podemos afirmar que ha sido un buen año en número de visitas, y sobre todo en visitas de calidad. Aumentan las personas usuarias que nos encuentran de forma orgánica, obteniendo una visita de gran calidad.

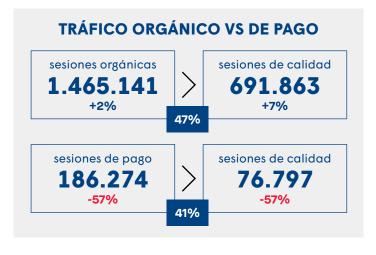
**Sesiones:** 1.646.090, lo que supone un 12% menos que 2022.

Sesiones de calidad: 751.426, -9% que en 2022.

**Descargas de publicaciones:** +155.000 unidades de publicaciones descargadas.

6.814 usuarios web.

Se registran más de 1.500 sesiones con compra.





### **Mercados**

Aumentan mercados tradicionales como el norteamericano y japonés, con fuertes subidas respecto a 2022. Y crecen mercados europeos como Países Bajos, Bélgica, Alemania o Italia.

Top 10 países	Sesiones	%
España	747.357	49,6%
Francia	502.150	33,3%
Reino Unido	124.846	8,3%
Irlanda	27.767	1,8%
Alemania	27.213	1,8%
Países Bajos	26.898	1,8%
Bélgica	15.763	1,0%
Italia	12.435	0,8%
Suiza	11.407	0,8%
Suecia	10.847	0,7%

<sup>\*</sup> EEUU no aparece en las estadísticas por un problema con Google 4, resuelto en noviembre, pero se estima sea el 3<sup>er</sup> o 4º mercado tras Reino Unido.

### Top 10 países

País	Sesiones	
España	747.357	
Francia	502.150	
Reino Unido	124.846	
Irlanda	27.767	
Alemania	27.213	
Países Bajos	26.898	
Belgica	15.763	
Italia	12.435	
Suiza	11.407	
Suecia	10.847	

Top 10 ciudades	Sesiones	%
Madrid	198.185	26,7%
París	117.198	15,8%
Donostia / SS	107.555	14,5%
Barcelona	86.540	11,7%
Bilbao	67.455	9,1%
Londres	66.019	8,9%
Burdeos	59.264	8,0%
Valencia	19.932	2,7%
Dublin	19.775	2,7%

### **Top 10 ciudades**

Sesiones
198.185
117.198
107.555
86.540
67.455
66.019
59.264
19.932

### Visitas por canal

Las visitas del canal de búsqueda orgánica suponen el 75% del total de tráfico. Entre todos los canales destacan la Publicidad en buscadores, que trae un 10% de las vistas.

Canales	2023
Canal Google orgánico	75%
Canal Google pago	9%
Canal RRSS orgánico	1%
Canal RRSS pago	2%
Canal email	0,4%
Canal directo	8%
Canal referencia	2%
Canal display	0,08%
Canal otros / desconocido	3%



La página web de la shop online también recibe menos visitas este 2023 y el impacto de la menor inversión en publicidad se nota especialmente en la venta de productos, que baja significativamente.

Se visita algo menos la web, se ven muchos productos, pero la venta online desciende.

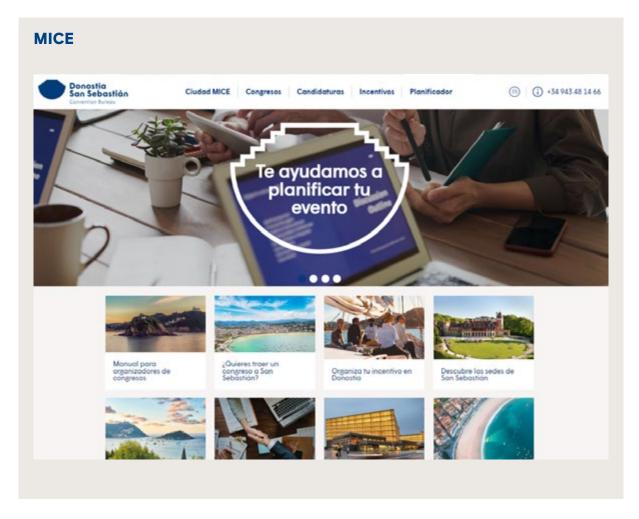


Top mercados por orden de importancia en % compras.

País	
España	
Francia	
Inglaterra	
Alemania	
Irlanda	
Países Bajos	
EEUU	
Australia	

España, Francia, e Inglaterra realizan prácticamente el 90% de compras online.





La web de MICE ha funcionado muy bien en 2023.

Suben las sesiones y las páginas vistas, respecto al 2022.

**Sesiones:** 33.276, +8.7% **Páginas vistas:** 74.581, +27%

# Sesiones Sesiones Conversiones 20.245 SEINTERESAN CUMPLEN OBJETIVOS Conversiones 14.278

Páginas vistas

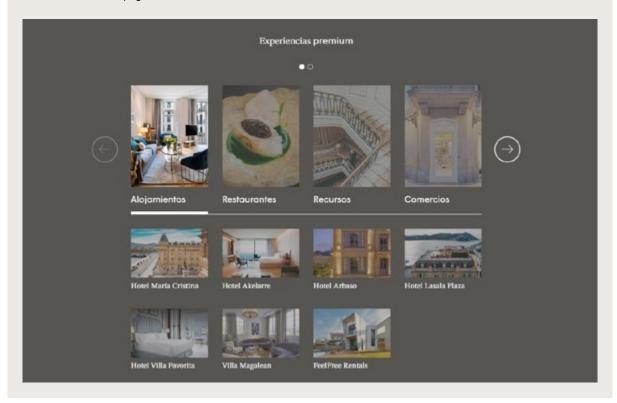
74.581

Top países	Sesiones	%
España	24.258	73,9%
Francia	5.446	16,6%
Reino Unido	1.199	3,7%
Alemania	660	2,0%
Países Bajos	360	1,1%

### **Web Premium**

La web dedicada al segmento premium recibe menos visitas en el 2023, pero de mucha mayor calidad.

Aumenta el número de páginas vistas, visualizaciones e interacción con las páginas de socios/as.



Sesiones: **35.387 sesiones de calidad**, con interacción. Descarga publicación/ visualización vídeo, etc..

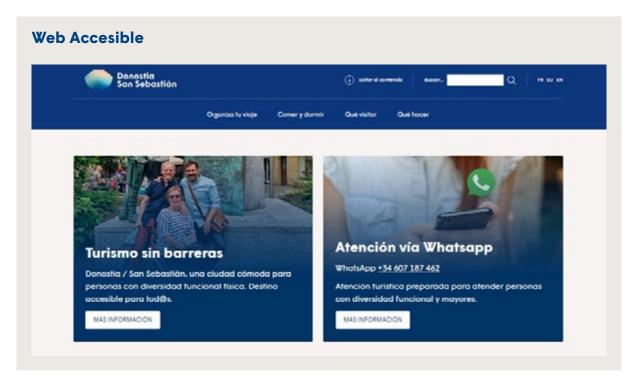
Más de 7.200 fichas de socios/as vistas.

+1.900 descarga del manual.

### Top países

Top países	Sesiones	%
España	10.173	29,9%
Francia	7.508	22,0%
Reino Unido	6.042	17,7%
Irlanda	5.093	14,9%
Alemania	2.687	7,9%
Países Bajos	2.577	7,6%





La web DSS accesible ha funcionado muy bien en 2023.

Suben las sesiones y las páginas vistas, respecto al 2022.

**Sesiones:** 70.745, +37% **Páginas vistas:** 119.264, +60%

Se visualizan 74.555 fichas de socios/as.

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



La página de members, intranet dedicada a los socios/ as de Donostia San Sebastián Turismoa, donde pueden ver y descargar información exclusiva para ellos/as recibe menos visitas, -26% que el año 2022, pero se ven muchas páginas de contenido. El área privada es visitada en 194 ocasiones, -39%.

### Visualizacion de socios/as en las webs de Turismo

Las fichas de socios/as aumentan significativamente en visibilidad. Se ven un gran número de fichas y la interacción con las mismas aumenta de forma considerable. El tráfico se deriva a los socios/as desde las diferentes páginas de SS Turismo.

### Ocio



### **Convention Bureau**



### **Premium**



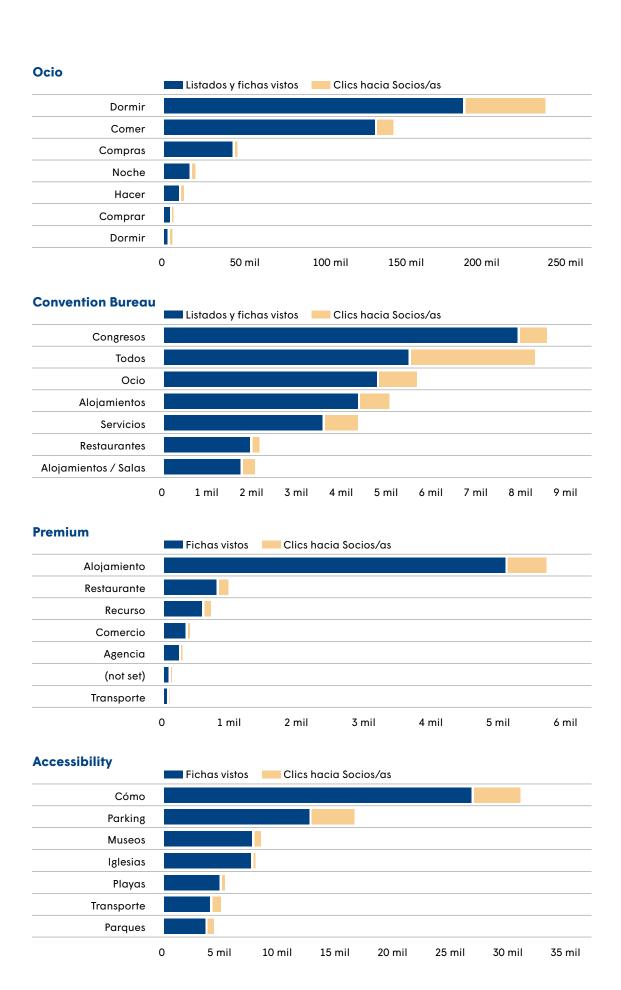
### **Accessibility**



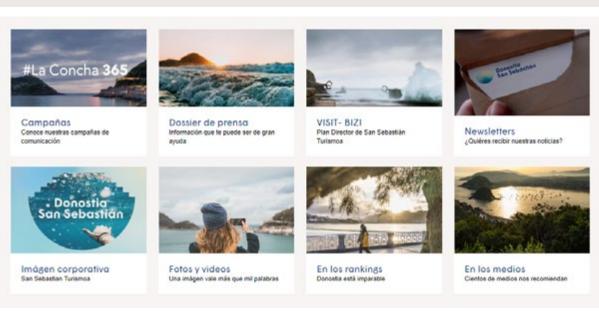
Listados se socios/as: +270.000 veces se visualizan los listados de socios/as. Fichas de socios/as: +260.000 visualizaciones de fichas únicas de socios/as. Clics en las fichas: +134.000 clics.

Visualizaciones de listados y clicks derivados por tipo de empresas.









Esta sección de la web está dedicada a los agentes profesionales y a periodistas, y crece en todos los apartados.

Sesiones: 7.026 (+14%)

Páginas vistas 2023 vs 2022: **26.843 (+130%)** 

### Principales mercados con su %.

Sesiones	%
5.344	76,06%
619	8,81%
353	5,02%
132	1,88%
87	1,24%
73	1,04%
53	0,75%
47	0,67%
40	0,57%
	5.344 619 353 132 87 73 53 47



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

Las redes sociales sirven de escaparate de la ciudad, sus atractivos, sus eventos... y son una forma inmediata de interacción tanto con los y las visitantes como con la ciudadanía. Por ello, se ha trabajado para generar constantemente contenido nuevo, atractivo y práctico, escuchar y promover la interacción con las personas usuarias, actualizar fotografías y vídeos de calidad etc.



La comunidad de Donostia Turismoa ha ido aumentando progresivamente en todas las redes sociales, y la tasa de interacción también ha aumentado, especialmente en las historias interactivas. Las temáticas que más se han trabajado han sido la sostenibilidad, el city break, la gastronomía y el premium.



### Instagram

Se ha cuidado mucho la imagen en esta red social y se ha trabajado intensamente en la interacción con la comunidad. Así, se ha aumentado el número de seguidores de 50.900 a 60.646 a lo largo del 2023.

### Algunos ejemplos:



22.889 impresiones, 2.602 interacciones

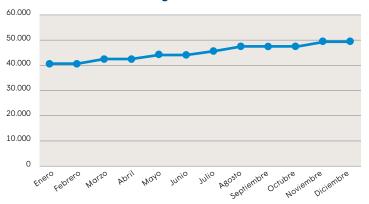


16.679 impresiones, 1.718 interacciones

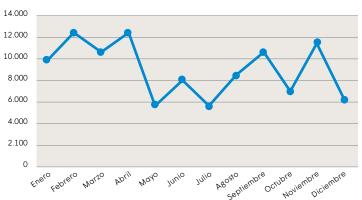


12.091 impresiones, 1.215 interacciones

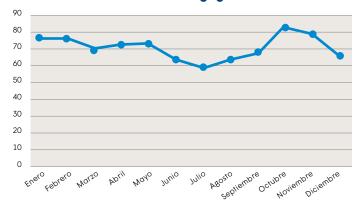
### Evolución de los seguidores 2023



### Evolución de la interacción 2023



### Evolución de la tasa de engagement 2023



### Mejor reel:



102.755 visualizaciones 1.580 interacciones





### **Facebook**

En Facebook se han trabajado publicaciones inspiracionales, y sugerentes, también con una imagen muy cuidada, añadiendo enlaces para ampliar la información en la página web y blog de Donostia San Sebastián Turismoa. Pequeñas píldoras audiovisuales para inspirar y mostrar todas las experiencias y posibilidades que ofrece Donostia San Sebastián como destino premium, foodie, cultural y de city break. La comunidad de Facebook ha aumentado de 37.925 a 39.643 a lo largo de 2023.

### Algunos ejemplos:



57.980 alcance, 2.185 interacciones

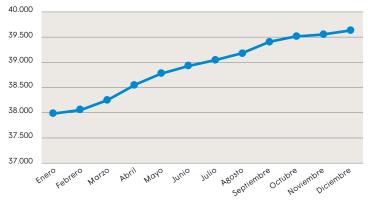


19.066 alcance, 505 interacciones

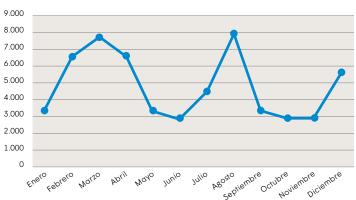


18.262 alcance, 450 interacciones

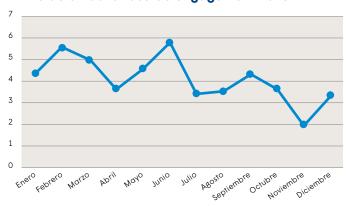
### Evolución de los seguidores 2023



### Evolución de la interacción 2023



### Evolución de la tasa de engagement 2023





# X (antes conocido como Twitter)

Twitter es el canal más informativo de DSSTurismoa, en el que además de mostrar los atractivos del destino, se muestra la actividad de la organización y se interactúa con el sector turístico, los establecimientos asociados, ciudadanos, visitantes... La comunidad ha aumentado de 14.322 seguidores a 14.831 a lo largo del año 2023.

### Algunos ejemplos:



1.040 impresiones 42 interacciones



869 impresiones 59 interacciones



808 impresiones 81 interacciones

### Evolución de los seguidores 2023



### Evolución de la interacción 2023



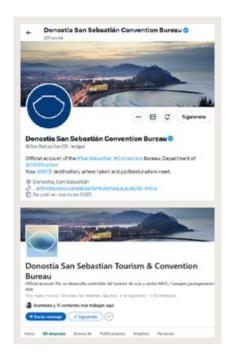
### Evolución de la tasa de engagement 2023





### Nuevas redes para el sector MICE

Como novedad, se ha creado un nuevo perfil en Twitter para MICE y se ha añadido también en Linked In contenido dirigido al sector MICE.



Los principales objetivos de ambas redes sociales son:

- · Posicionar el CB de DSSTurismoa como referente MICE en la ciudad.
- · Crear comunidad/interacción entre DSSTurismoa y el sector MICE/tejido profesional local, estatal e internacional.
- · Obtener y compartir información de interés para el sector y la ciudad.

### 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 2023:

#### Instagram:

60.646 seguidores/as

### Facebook:

39.643 seguidores/as

37.334 me gusta

### X / Twitter DSStourism:

14.832 seguidores/as

### X / Twitter SanSebastianCB:

155 seguidores

#### YouTube:

846.500 visualizaciones en 2023

### Pinterest:

7.352 seguidores/as

### Linkedin:

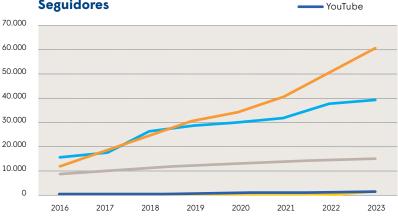
1.854 seguidores/as

TOTAL: 124.562 seguidores (+12,80%)

Facebook Instagram

> - Twitter Linkedin

### **Seguidores**



Desde 2016, el crecimiento ha sido de un 74,84% en Twitter, un 149,95% en Facebook y un 428,41% en Instagram, manteniendo siempre una tasa de interacción muy alta.

# 4.1.3. Colaboración con medios especializados

# Colaboración con medios de comunicación estatales e internacionales

DSST trabaja habitualmente en colaboración con medios de comunicación internacionales, con el objetivo de posicionar a Donostia como un destino de calidad a nivel mundial, seleccionando medios o influencers en los mercados prioritarios, con un perfil de audiencia que coincida con la segmentación de públicos objetivos del Plan Director de Donostia San Sebastián Turismoa (turistas responsables, preocupados por la sostenibilidad, de alto valor añadido...). En los contenidos se muestra tanto San Sebastián como otras opciones del territorio.

En 2023, de enero a diciembre se ha colaborado en 40 viajes de prensa y se ha atendido a 65 medios online. Entre los medios con los que se ha colaborado se encuentran The Guardian, The Times, la Guía Michelin, Lonely Planet, France TV, Vogue, Conde Nast Traveller, Deutsche Welle, Harpers's Bazaar, Lifestyle Luxury Magazine, Bloomberg, ELLE, Le Devoir, Les Hardis, Idéat, BMW Magazine, etc.

Entre los países con cuyos medios más se ha colaborado se encuentran UK, Francia, España, EEUU, Suecia, Noruega, Japón, Canadá o Irlanda.







### Colaboración con influencers

Además, se ha colaborado con varios influencers cuyo perfil y audiencia coinciden con los públicos objetivos de DSS Turismoa, para poner en valor la sostenibilidad y la accesibilidad del destino, mostrando tanto la ciudad como el territorio. El principal objetivo ha sido dar a conocer San Sebastián como una ciudad abierta y acogedora, que, apuesta por un turismo sostenible, respetuoso y de calidad.

Cuentas alcanzadas con las colaboraciones

485.361

Reproducciones totales

568.678

No seguidores alcanzados

381.949



Algunos ejemplos:

### Infuencer sostenibilidad: Victoria Vidal @Vicplusgreen

Cuentas alcanzadas: 63.020 21.287 seguidores / 41.733 no seguidores Visualizaciones: 87.114 ## granted and analysis of the control of the cont

### Influencer premium: Alicia Cooper @TheChaosDiaries

Cuentas alcanzadas: 61.562

9.785 seguidores / 51.777 no seguidores



Visualizaciones: 67.004

### Infuencer sostenibilidad: @HacemoslasMaletas

Cuentas alcanzadas: 113.016

20.090 seguidores / 92.926 no seguidores

Visualizaciones: 119.334



# 4.1.4. Acciones de comunicación

Además de la comunicación hacia la promoción exterior, también se diseñan una serie de acciones de comunicación para informar y formar a las **empresas asociadas a DSS Turismoa, al sector turístico 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 2023, sumando el número de **entrevistas, noticias y ruedas de prensa** organizadas, se han generado **136 impactos**, garantizando la presencia en los medios locales y regionales principales –EiTB, Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa, RTVE, Radio San Sebastián/ Cadena SER, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, COPE, Onda Vasca, Onda Cero, Basque Magazine, Donostiatik, RNE, Habla Radio, Gipuzkoa Gaur 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.





▷ Ver noticias relacionadas con el turismo de ocio: https://press.sansebastianturismoa.eus/es/prensa/notas-de-prensa

▷ Ver noticias relacionadas con el turismo MICE o de congresos: https://press.sansebastianturismoa.eus/es/prensa/notas-de-prensa



También se han enviado periódicamente **boletines** con una versión con información interna para los **socios y socias de DSS Turismoa** y otra versión para **medios de comunicación locales, agentes, stakeholders y otros suscriptores**. Los boletines recogen las noticias más relevantes del sector, las novedades y acciones de posicionamiento que se están llevando a cabo desde Donostia San Sebastián Turismoa, los congresos más destacados, los reportajes sobre la ciudad en la prensa internacional etc.



### Presentación de VISIT- BIZI. Plan de Turismo Sostenible de Donostia / San Sebastián 2023-2027

Destacamos la presentación del Plan Director de Turismoa, en un acto dirigido a **medios de comunicación y agentes** vinculados directa e indirectamente a la actividad turística; y por la tarde, en el Aquarium, en un **acto abierto a la ciudadanía**. Ambos eventos contaron con una **mesa redonda con personas expertas** estatales e internacionales, para reflexionar en torno al desarrollo sostenible del turismo.



## Publicación: VISIT- BIZI. Plan de Turismo Sostenible de Donostia / San Sebastián 2023- 2027





▶ Plan de Turismo Sostenible Visit – Bizi 2023-2027: https://press.sansebastianturismoa.eus/es/documentacion/plan-director Donostia San Sebastián Turismoa ha publicado un resumen de su Plan estratégico de Turismo Sostenible 2023-2027, en cuatro idiomas (euskera, castellano, inglés y francés). Un Plan que apuesta por la calidad de vida y de visita, frente a la cantidad de visitantes, con el objetivo de fomentar la prosperidad de la ciudad y el bienestar de los y las donostiarras.

El Plan Visit Bizi 2023-2027 es una continuación del plan de turismo anterior, pero con un mayor foco en la **gestión de la ciudad** como destino turístico, con una visión transversal, una hoja de ruta clara y medidas para promover un **equilibrio** entre la ciudadanía, los y las visitantes, y el sector.

El Plan ha sido elaborado gracias al esfuerzo de muchas personas de **perfil muy técnico**: personas expertas, profesionales del sector, todos los partidos políticos, la ciudadanía y Donostia San Sebastián Turismoa, que cuenta con 325 pymes locales asociadas.



Basado en

CALIDAD frente a CANTIDAD PROSPERIDAD frente a RENTABILIDAD PERSPECTIVA SLOW frente a ACELERACIÓN



02
EQUILIBRIO
Entre ciudadania,
visitantes, sector turistico.

03 CALIDAD De vida, visita y destino.



04 AUTENTICIDAD Identidad y cultura. euskara y tradiciones, singularidad. 05
PARTICIPACIÓN Y
COLABORACIÓN
Ciudadania, visitante,
sector público, sector
privado.

### 4.2. Sector MICE

El objetivo principal para el Turismo MICE es mejorar el posionacionamiento de la ciudad para este segmento a nivel nacional e internacinonal. Para conseguir este objetivo se dearrollan una serie de acciones:

- Liderar el sector MICE de Donostia, ser referentes para todos los agentes implicados en el sector, desde promotores y organizadores hasta proveedores de servicios.
- Colaborar con otras instituciones como la Diputación Foral de Gipuzkoa o el Gobierno Vasco para crear marcos de cooperación y apoyo al sector 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.
- 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.
- Trabajar en red con los agentes público-privados de Donostia / San Sebastián y Gipuzkoa.
- 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.
- Aumentar el reconocimiento del papel del sector MICE en el desarrollo económico, social y cultural del destino.



Fuente: Encuesta de Actividades de I+D en la CAE: Eustat 31 de diciembre de 2021.

### La I+D representa un 3,6% sobre el PIB

Superior a la del conjunto de la CAE (2,1%), Gipuzkoa (2,7%) y UE 27 (2,3%)

### Diversificación de disciplinas

Ingeniería, ciencias mádicas, ciencias sociales y ciencias exactas.

Aporta una mayor cualificación a la ciudad y un mejor posicionamiento estratégico a nivel internacional.

# San Sebastián es epicentro de talento e intercambio de Conocimiento

7° destino a nivel nacional por su capacidad de atraer congresos internacionales en 2023

63% de los congresos celebrados en 2023 fueron internacionales

Fuentes: ICCA y Convention Bureau de Donostia San Sebastián Turismoa.





### Congresos

Las principales áreas de conocimiento en Donostia / San Sebastián se concentran en los sectores científico/tecnológico y médico, con especialización en nanotecnología y en el ámbito biosanitario. Los y las profesionales de estos sectores provienen de entidades de referencia internacional como 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, Cidetec, 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.

Los congresos desempeñan un papel fundamental en el desarrollo y la proyección de Donostia / San Sebastián, por lo que una de las líneas de trabajo es la búsqueda y análisis de congresos con potencial para celebrarse en Donostia / San Sebastián. En

este sentido, colaboramos estrechamente con profesionales locales para fomentar su papel como promotores de estos eventos, lo que permite captar eventos de relevancia. Estos eventos no solo atraen a profesionales de diversas disciplinas, sino que también generan oportunidades para el intercambio de conocimientos, la colaboración, el desarrollo económico y la innovación.

Las empresas asociadas a DSS Turismoa juegan un papel crucial al garantizar el éxito de los eventos. Los congresos requieren infraestructuras y hoteles adecuados, así como personal cualificado en todos los servicios a lo largo de la cadena de valor, incluyendo agencias OPC, DMC, servicios de catering, transporte y otros servicios esenciales.

En resumen, los congresos no solo enriquecen el panorama profesional de Donostia / San Sebastián, fortaleciendo la imagen de la ciudad como un destino puntero a nivel profesional, sino que también contribuyen al crecimiento y la prosperidad de la comunidad local.

### **Convenciones**

El trabajo de Donostia San Sebastián Turismoa (DSST) no se limita únicamente a la captación de congresos, sino que también se enfoca en atraer eventos corporativos o convenciones. Aunque el proceso de captación sigue una línea similar, hay una diferencia clave: los/as promotores/as de estas convenciones son empresas privadas que buscan destinos que añadan valor a sus negocios.

En este tipo de eventos, las empresas asociadas a DSST juegan un papel crucial al garantizar un alto nivel de profesionalismo en la organización. Estas empresas no solo proveen servicios logísticos, sino que también ofrecen propuestas singulares que cumplen con las expectativas de las empresas organizadoras.

Las convenciones ofrecen una oportunidad única para promover el destino ya que cuando una empresa elige Donostia / San Sebastián para su evento, está contribuyendo a la visibilidad y reputación de la ciudad como un lugar idóneo para negocios y networking.

### **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 participa.





### 4.2.1.

# Captación de eventos profesionales

Donostia San Sebastián Turismoa 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 llevar un control y hacer 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 al CRM ha hecho que DSST cuente con una potente base de datos con el contacto de más de 4.000 entidades que de alguna forma han intervenido, intervienen o pueden llegar a intervenir en la generación de actividad dentro del sector 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 área como es el seguimiento del legado que dejan los eventos profesionales en la ciudad.

### Captación de eventos profesionales



Búsqueda, identificación, análisis y registro de:

Asociaciones, entidades promotoras y agentes a nivel local, nacional e internacional

susceptibles de atraer eventos profesionales de interés estratégico para Donostia/San Sebastián.

1.520
Asociaciones
profesionales
on la conexión o vínculo cooperativo
tre personas u organizaciones con un
Interés común.

1.513
Entidades
Promotoras
Universidad,
Centro de investigación, Hospital,
entidad pública y empresa privada
etc.

1.031
Agencias
OPC, DMC,
Agencia de eventos,
comunicación y RRPP.

Fuente: 4.064 registros - CRM San Sebastián Convention Bureau - Febrero 2024

# Candidaturas presentadas

A continuación, se aportan los datos correspondientes a la evolución de la labor de captación de eventos profesionales en los que ha intervenido Donostia San Sebastián Turismoa en el año 2023. En concreto, ha presentado 21 candidaturas, de las cuales 5 ya han confirmado la sede en Donostia / San Sebastián y dos están pendientes decisión. En 2022 se confirmaron 10 y en 2021 fueron 3 las confirmadas.

Congreso	Año celebración	Fechas de celebración	Participantes	Estado
INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOFT MAGNETIC MATERIALS (SMM)	2027	06-09 / 09-09	300	Fase de estudio
IEEE INTERNATIONAL MAGNETICS CONFERENCE (INTERMAG)	2026	04-05 / 08-05	1300	Perdida
INTERNATIONAL CONFERENCE ON MINIATURIZED SYSTEMS FOR CHEMISTRY AND LIFE SCIENCES (UTAS - MicroTAS)	2026	25-10 / 29-10	1100	Fase de estudio
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE SENOLOGÍA Y PATOLOGÍA MAMARIA (SESPM)	2026	15-10 / 17-10	800	Perdida
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE GLAUCOMA (SEG)	2025	06-03 / 08-03	500	Ganada
CONGRESO DE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE MATRONAS DE ESPAÑA (FAME)	2025	23-10 / 25-10	850	Ganada
GOLD CONFERENCE	2025	04-05 / 07-05	500	Ganada
JORNADAS ESPAÑOLAS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN (JEID-FESABID)	2025	15-05 / 16-05	400	Descartada
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ORTODONCIA (SEDO)	2025	04-06 / 07-06	1200	Perdida
JOINT EUROPEAN MAGNETIC SYMPOSIA (JEMS)	2025	02-06 / 06-06	750	Descartada
REUNIÓN BIENAL DE LA REAL SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FÍSICA (RSEF)	2024	15-07 / 19-07	350	Ganada
THERMO FISHER - COMMERCIAL MEETING	2024	06-02 / 08-02	1400	Perdida
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	2024	29-05 / 30-05	550	Ganada
EUROPEAN ASSOCIATION OF ARCHITECTURAL EDUCATION ANNUAL CONFERENCE AND GENERAL ASSEMBLY (EAAE)	2024	27-08 / 31-08	150	Descartada
EUROPEAN ASSOCIATION OF INSTITUTES IN HIGHER EDUCATION ANNUAL CONFERENCE (EURASHE)	2024	22-05 / 25-05	250	Descartada
TETRAHEDRON SYMPOSIUM	2024	18-06 / 21-06	400	Perdida
COMMON LANGUAGE RESOURCES AND TECHNOLOGY INFRASTRUCTURE - CLARIN ANNUAL CONFERENCE	2024	21-10 / 23-10	200	Perdida
CONFERENCE OF THE EUROPEAN CHAPTER OF THE ASSOCIATION FOR COMPUTATIONAL LINGUISTICS (EACL)	2024	17-03 / 21-03	650	Perdida
IPFS CAMP (Interplanetary File System)	2024	21-03 / 23-03	1000	Perdida
SEMINARIO EMPRESA FRANCESA	2023	17-10 / 18-10	200	Perdida
JORNADAS SNOEZELEN-ISNA ESPAÑA	2023	27-10 / 28-10	200	Perdida



# Eventos procedentes de candidaturas ganadas

En el año 2023 se han celebrado 12 congresos procedentes de candidaturas de Donostia / San Sebastián presentadas en años anteriores, que finalmente confirmaron la sede en la ciudad. En 2022 fueron 14 y en 2021 la cifra de 4.

Congreso	Fecha inicio	Fecha fin	Delegados
GLOBAL WORDNET CONFERENCE (GWC-GWA)	23-01-2023	27-01-2023	97
SIDRALYTICS	28-01-2023	28-01-2023	40
REUNIÓN ANUAL DE LA SOCIEDAD DE NEUROLOGÍA DEL PAÍS VASCO	03-03-2023	04-03-2023	110
FORMACIÓN MÉTODO SCHWIDERSKI - LA NUEVA TERAPIA (LNT)	27-04-2023	30-04-2023	150
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA DE FAMILIA Y COMUNITARIA (SEMFYC)	11-05-2023	13-05-2023	1350
CONGRESO ESPAÑOL E IBEROAMERICANO DE PULVIMETALURGIA (CEIPM)	29-05-2023	31-05-2023	150
119th ANNUAL MEETING OF THE NEW YORK SECTION OF THE AMERICAN UROLOGICAL ASSOCIATION (AUA)	27-08-2023	02-09-2023	150
X CONGRESO INTERNACIONAL DE SALUD DIGITAL	11-09-2023	15-09-2023	107
WEB 3D CONFERENCE	09-10-2023	11-10-2023	160
III CONVENCIÓN TURESPAÑA	23-10-2023	25-10-2023	680
CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ASESORES FISCALES (AEDAF)	26-10-2023	28-10-2023	350
CONGRESO CONAIF (Confederación Nacional de Asociaciones de Instaladores y Fluidos)	26-10-2023	27-10-2023	400

# Congresos con edición múltiple

En el año 2023 se han celebrado 11 congresos cuyos promotores escogieron Donostia / San Sebastián para ser sede permanente de varias ediciones de sus eventos. Tres de estos eventos provienen de candidaturas que la ciudad presentó y que posteriormente se confirmaron. En 2022 fueron 9 congresos de este tipo.

(\*) Congreso procedente de candidatura ganada

- 1. DFERIA ARTES ESCÉNICAS 30 ediciones en San Sebastián
- DÍA C CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD y ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES – 6 ediciones en San Sebastián (\*)
- 3. SOL-SKYMAG INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS 8 ediciones en San Sebastián (\*)
- 4. MEDICAL LASER CONGRESS TOP100+ 8 ediciones en San Sebastián
- 5. SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA 25 ediciones en San Sebastián (\*)
- 6. UHINAK, CONGRESO TRANSFRONTERIZO SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y LITORAL - 6 ediciones en San Sebastián
- 7. FORMACIÓN MÉTODO SCHWIDERSKI 7 ediciones en San Sebastián
- 8. CONGRESO DE SALUD DIGITAL 10 ediciones en San Sebastián
- 9. AZTI SUMMER SCHOOL GES4SEAS 20 ediciones en San Sebastián
- 10. INTERNATIONAL ONCOLOGY CONGRESS 4 ediciones en San Sebastián
- 11. ZINEMALDIA FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE ENCUENTRO DE LA INDUSTRIA 71 ediciones en San Sebastián

### 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, en algunos de manera individual y en otros, en colaboración con el Dpto. de Turismo de Diputación Foral de Gipuzkoa y/o Palacio de Congresos Kursaal, 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.

### **Enbaxadore**

El programa Donostia / San Sebastián Enbaxadore, promovido por DSS Turismoa junto con el Palacio de Congresos Kursaal, tiene como objetivo reconocer el esfuerzo personal y laboral que los profesionales del ámbito médico, científico y/o tecnológico y universitario realizan al presentar una candidatura para atraer un congreso a la ciudad, buscando subrayar esta labor y su repercusión, tanto a nivel económico como generadora y difusora del conocimiento, en nuestro entorno.

Tenemos el honor de contar con más de 82 profesionales que conforman este prestigioso "club", creado en 2012 para distinguir a los profesionales que han organizado reuniones, eventos o congresos de más de 450 delegados (en caso de citas nacionales) y de más de 200 asistentes (en caso de foros internacionales).

En febrero de 2023 se celebró el evento de nombramiento de siete nuevos "Enbaxadore" en Tabakalera. El evento reconoció la labor realizada por profesionales de diversas áreas que han conseguido celebrar con éxito congresos de relevancia para la labor que desarrollan en Donostia / San Sebastián a lo largo del año 2022:

- YAGO TORRE-ENCISO ENCISO -International Conference on Ocean Energy (ICOE) & Ocean Energy Europe (OEE)
- MARCOS SUÁREZ GARCÍA -International Conference on Ocean Energy (ICOE) & Ocean Energy Europe (OEE)
- JESÚS IBARLUZEA
   MAUROLAGOITIA Reunión
   Científica Anual de la Sociedad
   Española de Epidemiología (SEE)
- BORJA MUGABURE BUJEDO -28ª Reunión Anual de la Sociedad Europea de Anestesia Regional y Tratamiento del Dolor (ESRA)
- CARLOS YÁRNOZ RUIZ -28ª Reunión Anual de la Sociedad Europea de Anestesia Regional y Tratamiento del Dolor (ESRA)
- IÑAKI AIZPURU ZUBITUR Cilect Congress Centre
   International de Liaison des
   Ecoles de Cinema et de Television
- PABLO GARCÍA ASTRAIN -Europan 16, Forum of Cities and Juries



### 4.2.2. Captación de incentivos

Otra de las líneas de captación de eventos profesionales en las que se trabaja, son los grupos de incentivo. De hecho, el 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 o promotoras de los grupos de incentivo pueden ser organizadores/ as de otro tipo de eventos profesionales (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 de DSST (ver apartado Ferias y Workshops 4.2.3).

La información obtenida en estas acciones comerciales se registra en el CRM junto con la que nos aportan las agencias DMC asociadas a DSST.



### 4.2.3.

# Acciones de promoción y comercialización

Se describen las acciones de promocion y comercialización llevadas a cabo.

### Ferias y Workshops:

En el año 2023 Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en 6 acciones de promoción organizadas por entidades privadas:

Fechas	Ferias / Workshop
23-25 mayo	IMEX Frankfurt (Frankfurt)
26 junio	BBT Online (Bruselas)
27-28 junio	THE MEETING SHOW (Londres)
17-19 octubre	IMEX América (Las Vegas)
19 octubre	PURE SPAIN (Paris)
28-30 noviembre	IBTM (Barcelona)

**FERIA IMEX - Frankfurt & América.** Una de las ferias internacionales del sector MICE más importantes del mundo. Cada año celebra dos ediciones en dos destinos fijos: Frankfurt y Las Vegas. Reúne a planificadores de reuniones y proveedores de todos los sectores de la industria mundial de reuniones. Domina la presencia de agentes del mercado europeo en la edición que se celebra en Frankfurt (3.000) y del mercado americano y canadiense en la de Las Vegas (4.200).

- · Contactos realizados en IMEX Frankfurt: 34
- · Contactos realizados en IMEX América: 35

**BBT Online - Bruselas.** Workshop con empresas, asociaciones y agencias del mercado belga y holandés.

· Contactos realizados: 5

**THE MEETING SHOW - Londres.** Principal evento de la industria de reuniones del Reino Unido organizado por la empresa Northstar Meeting Group. La participación en esta feria estaba prevista para Basquetour (Agencia Vasca de Turismo del Gobierno Vasco) que cedió su participación a los Convention Bureau de Bilbao y San Sebastián.

· Contactos realizados: 9

PURE SPAIN - Paris. La empresa Globe Network es un organizador de encuentros B2B encargado del evento Pure Meetings en el mercado francés. Este año 2023, la Oficina de Turismo Española (OET) en Paris ha colaborado con esta empresa para la organización de la primera edición del salón Pure Spain, una edición especial dedicada a España.

· Contactos realizados: 20

**IBTM- Barcelona.** Feria Internacional del sector MICE con presencia de 7.000 compradores/as internacionales y 1.200 empresas procedentes de 70 países.

· Contactos realizados: 44

### **Presentaciones**

Evento de presentación de las tres capitales vascas como destinos MICE en la ciudad alemana de Munich organizado por Basquetour (Agencia Vasca del Turismo del Gobierno Vasco). La convocatoria se hizo a agentes del mercado corporativo y asociativo.

Fecha	Acción
14 septiembre	Presentación Euskadi MICE (Munich)

# Acciones de asociaciones del sector MICE

El departamento Convention Bureau de DSS Turismoa es miembro del Spain Convention Bureau (SCB), una red formada por 63 Convention Bureau de distintos destinos españoles. Anualmente el SCB propone un calendario de acciones y en el año 2023 DSS Turismoa ha participado en la siguiente:

Fecha	Acción
12-16 junio	Jornada Directa – mercado americano

# Participación en foros MICE

En el año 2023 Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en dos foros de la asociación internacional ICCA (International Congress and Convention Association) de la que es miembro:

Fecha	Foro
19-21 abril	ICCA Iberian Chapter (Portugal)
11-13 septiembre	ICCA Global Association Forum (Islas Feroe)

### Fam-trips

### FAM-TRIP MERCADO NORTEAMERICANO

18-19 mayo

Famtrip organizado con la colaboración de las Oficinas Españolas de Turismo (OET) de las principales ciudades norteamericanas, Basquetour (Agencia Vasca de Turismo del Gobierno Vasco) y el área de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa. La gestión del viaje ha corrido a cargo de la agencia DMC local Hagoos.



### Visitas de Inspección

Título del evento	Nº delegados	Ámbito	Confirmado
48th PSA OFFSHORE REFRESHER CONFERENCE - PHARMACEUTICAL SOCIETY OF AUSTRALIA	220	Internacional	10-15 mayo 2024
INCENTIVO HERSHEYS	53	Internacional	2-7 mayo 2024
TBEX	550	Internacional	29-30 mayo 2024
INTERMAG CONFERENCE 2026	300	Internacional	Perdida
MICROCONF	150	Internacional	Pendiente de respuesta

### **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.

### **MONDRAGON UNIBERTSITATEA**

Desde 2008 han sido 26 los congresos registrados por DSS Turismoa que han sido organizados por Mondragón Unibertsitatea.

Presentación al personal de administración y dpto. de Marketing de Mondragon Unibertsitatea que son los encargados de organizar las reuniones/congresos.

### HITZ ZENTROA Facultad de Informática

Con motivo de la presentación de la candidatura de la ciudad para optar a sede de un congreso, DSS Turismoa visita el Centro Vasco de Tecnología de la Lengua.

Presentación de los servicios del departamento Convention Bureau de DSS Turismoa a dos miembros del equipo de dirección. Se aprovecha la reunión para analizar las necesidades de tres eventos potenciales.



### Acciones con socios/as

### **IMEX - FRANKFURT**

23-25 mayo 2023

**Participantes:** Basque Destination, Hagoos, Inbasque, Hotel María Cristina.

Total: 4 empresas asociadas.

### **IBTM - BARCELONA**

28-30 noviembre 2023

### Participantes:

- DMC: Basque Destination, Gs Incoming, Hagoos, Inbasque, Mimo Bite The Experience.
- Hoteles: Hotel María Cristina, Hotel Arrizul Congress, Hotel de Londres y de Inglaterra, Hotel Silken Amara Plaza, Hotel 3 Reyes.
- Sedes de Reuniones: Aquarium, Ficoba, Palacio de Congresos Kursaal.

Total: 13 empresas asociadas.

### FAM TRIP EEUU y CANADÁ

18-19 mayo 2023

Gestión a cargo de HAGOOS

### Participación en el workshop:

- DMC: GS Incoming, Inbasque, Basque Destination, Hagoos
- Hoteles: Barceló Costa Vasca, Silken Amara Plaza, María Cristina, Tres Reyes, Villa Favorita, Londres, Ilunions, Arrizul Congress, Mercure Monte Igueldo, Zinema 7, Lasala Plaza, Arbaso.

Total: 16 empresas asociadas.

### Sostenibilidad

Conscientes de la imperiosa necesidad de preservar nuestro entorno y promover prácticas sostenibles, se han implementado una serie de medidas destinadas a mitigar el impacto negativo de los eventos en nuestro destino. Entre estas medidas, destaca la iniciativa dirigida a reducir el consumo de material turístico impreso. En este sentido, Donostia San Sebastián Turismoa ofrece un servicio de información turística en congresos con más de 200 delegados.

Este servicio no solo ofrece atención personalizada en un stand dentro de la sede del congreso, sino que también limita el suministro de material impreso, fomentando así un enfoque más ecoresponsable entre las y los asistentes.

Congresos con punto de información	Nº de delegados
Conferencia Europea de la Economía Social	550
30th Annual Conference of CIRCOM Regional	220
Congreso de la Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria (SEMFYC)	1.350

Además, y siguiendo esta línea de respeto al medio ambiente y teniendo en cuenta las características de Donostia / San Sebastián, se ha establecido una política que incentiva a los/as organizadores/ as de eventos y a los/as delegados/as a utilizar medios de transporte sostenibles, como caminar por el centro de la ciudad o utilizar la eficiente red de transporte público disponible en Donostia / San Sebastián.



### Intermediación institucional

Además, el departamento Convention Bureau de DSS Turismoa actúa como intermediario en la gestión de presencia institucional en aquellos eventos que así lo requieran, y facilita cartas de apoyo institucional a los/as promotores/as de eventos profesionales que lo necesiten.

Fecha	Nº de delegados	Tipo de apoyo
DIÁLOGOS DE COCINA (DdC 2023)	200	Convenio
20º DÍA C - CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD Y ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES	1.908	Convenio
X CONGRESO NÁUTICO (ANEN)	600	Convenio
ARCHITECTURES AND MECHANISMS OF LANGUAGE PROCESSING (AMLaP)	188	Convenio
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA DE FAMILIA Y COMUNITARIA (SEMFYC)	1.350	Convenio
CONGRESO CONAIF (Confederación Nacional de Asociaciones de Instaladores y Fluidos)	400	Convenio + Folletos turís- ticos + Presencia institu- cional
23. JORNADAS TÉCNICAS DE SOLDADURA Y TECNOLOGÍAS DE UNIÓN - CESOL	390	Convenio
VISIT OF AICHI DELEGATION TO THE BASQUE COUNTRY	15	Folletos turísticos
REUNIÓN FIARE BANCA ÉTICA	30	Folletos turísticos
COLLAGEN VI - INTERNATIONAL RESEARCH SUMMIT	60	Folletos turísticos
STREETR - Volkswagen	70	Folletos turísticos
GAT COURSES - GAMBORENA DENTAL	15	Folletos turísticos
II INTERNATIONAL CONFERENCE ON AEROGEL INSPIRED MATERIALS	40	Folletos turísticos
EDU4ALL: ERASMUS+, MANAGEMENT MEETING	29	Folletos turísticos
ENCUENTRO INTERNACIONAL DEL OBSERVATORIO DE AMERICA LATINA Y CARIBE CONTRA LA LGTBI-FOBIA	40	Folletos turísticos
XXVI CONGRESO NACIONAL DE BANCOS DE ALIMENTOS (FESBAL)	100	Folletos turísticos
NEAR-FIELD OPTICAL NANOSCOPY SUMMER SCHOOL	92	Folletos turísticos
WEB 3D CONFERENCE	160	Presencia institucional
X CONGRESO INTERNACIONAL DE SALUD DIGITAL	107	Presencia institucional

### Intermediación sector privado

Dentro del servicio de asesoramiento se ofrece a los/as organizadores/as de congresos, facilitamos contactos directos de los asociados y las asociadas a DSST que mejor se adecúan a las necesidades de los y las solicitantes.

### 4.3. Turismo de ocio

El objetivo principal es posiconar Donostia San Sebastián como destino de turismo de ocio a nivel nacional e internacional.

Para alcanzar este 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. Creación y comercialización de productos turísticos.

Sector privado

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.









### **CITY BREAK**

### **VISITAS GUIADAS Y CITY TOURS**

Donostia Esencial (mañana y tarde) y su salida privada

Bus Turístico y tren turistico

Ebike Tour (mañana y tarde, posibilidad de castellano o inglés) y su salida privada

Ebike 3 Playas (mañana y tarde)

Basque by Bike (mañana y tarde)

Sanse Bike + pintxo

Sanse E-Scooter Tour

Sanse E-Scooter Tour + pintxo

#### **GASTRONÓMICAS**

4 pintxo tour castellano y 4 pintxo tour inglés (mañana y tarde)

Bodegas Rioja inglés/ castellano y su salida privada

Bodega de txakoli castellano/ inglés y su salida privada

Express Spanish cooking Class

Clase de cocina en familia

Clase de cocina de comida Vasca

Gilda tour inglés/ castellano

#### EXCURSIONES

Tour Hondarribia y Pasaia 1/2 día castellano/ inglés y su salida privada

Grupo reducido tour Hondarribia/ Pasaia castellano/inglés

Bilbao Gaztelugatxe Castellano/ inglés y su salida privada

Grupo reducido tour Bilbao Gaztelugatxe castellano/inglés

Tour Costa Francesa castellano/ inglés y su salida privada

Grupo reducido tour Costa Francesa castellano/ inglés

Tour Zarautz, Getaria, Zumaia castellano/ inglés y su salida privada

Camino de Santiago por la costa Castellano/ inglés

Tour 3 templos salida privada

### 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 linea azul

Alquiler body board

Alquiler piragua

Alquiler Tabla SUP

Alquiler tabla SUP XL

Catamarán experiencia VIP salida privada

Navega en SS Velero clásico 2h y 4h

Sunset velero puesta de sol 2h

Descenso rio Oria en Kayak

#### **CULTURA VASCA**

Caserío Vasco + bodega de sidra con y sin transporte

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

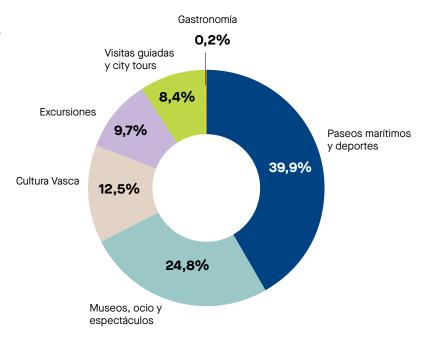
### Clasificación de ventas por unidades

Paseos marítimos y deportes: 39,9% Museos, ocio y espectáculos: 24,8%

Cultura vasca: 12,5% Excursiones: 9,7%

Visitas guiadas y city tours: 8,4%

Gastronomía: 0,2%



### **Procedencias** General



-uente: aatos recogiaos solo en ventas web y Olicinas de Turismo de Donostia / San Sebastian

<sup>\*</sup>La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.



### 4.3.2.

### Creación y comercialización de productos turísticos. Productos propios de DSST

Donostia San Sebastián Turismoa elabora una serie de productos para mejorar y facilitar la experiencia del turista en destino.

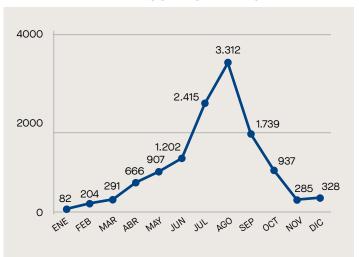
### 1. Tarjetas turísticas

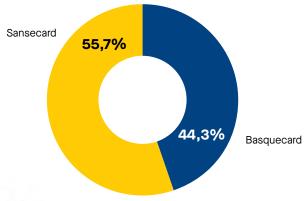
Dos líneas de tarjetas turísticas ofrecen al visitante la posibilidad de profundizar en el conocimiento del destino, beneficiándose de importantes descuentos y ventajas que ofrecen tanto las empresas asociadas a la entidad (museos, restaurantes, comercios, etc) como las líneas de transporte público:

- San Sebastián Card (2 tarjetas), para conocer Donostia / San Sebastián.
- 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 2023 Clasificación mensual y por tipo de tarjeta





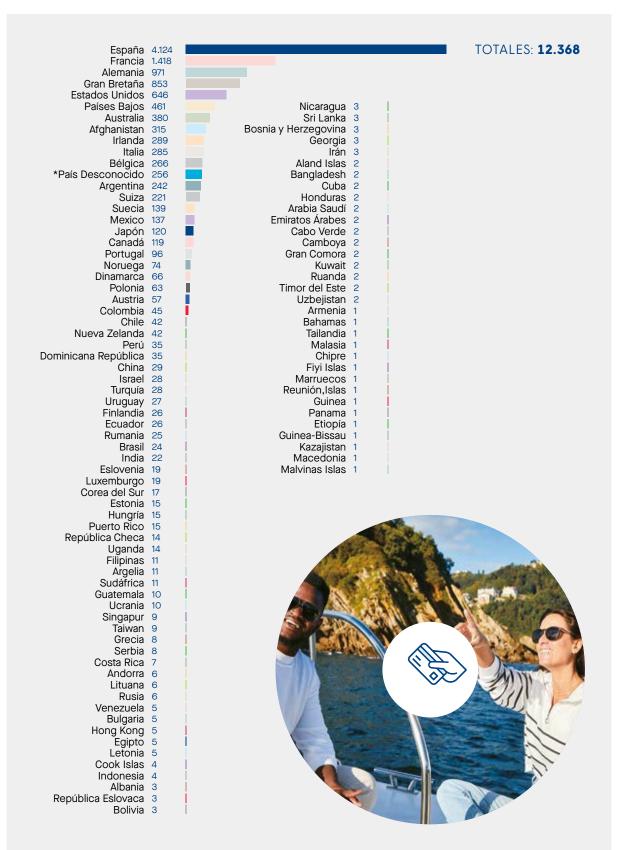








### **Procedencias**



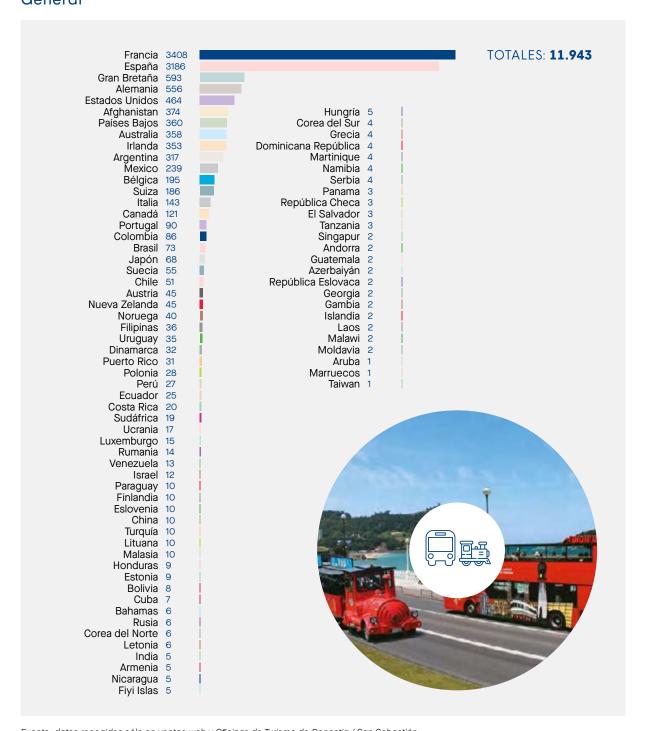
Fuente: datos recogidos sólo en ventas web y Oficinas de Turismo de Donostia / San Sebastián \*La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.



### 2. Transporte turístico

Dos tipos de transporte: **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 conocer diferentes episodios históricos y curiosidades de la misma a través de sus diferentes rutas.

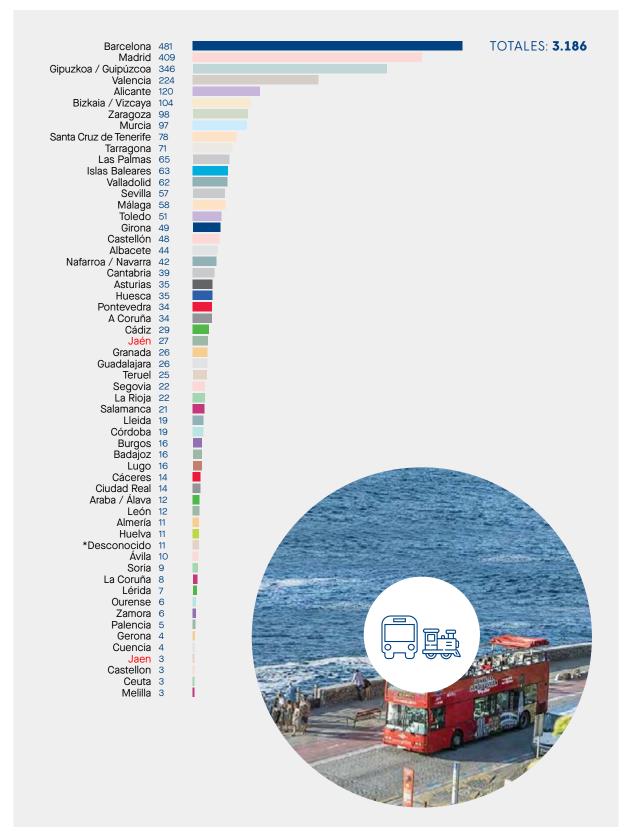
### **Procedencias** General



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

<sup>\*</sup>La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.

### **Procedencias** Nacionales



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

<sup>\*</sup>La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.

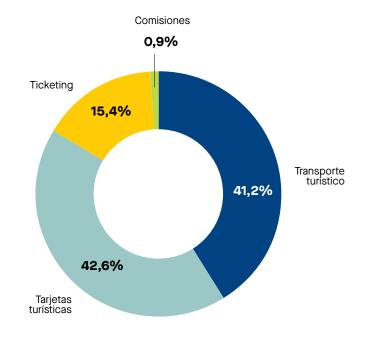


# 4.3.3. Acciones de promoción y comercialización

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: 41,2% Tarjetas turísticas: 42,6% Productos de Empresas asociadas

(Ticketing): 15,4% Comisiones: 0,9%



### 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 Diputación Foral de Gipuzkoa.

Se ha participado en 6 ferias (3 nacional y 3 internacionales) y 7 workshops internacionales.

Fechas 2022	Feria / Workshop	Agentes contactados	Pax atendidas
18-22 enero	FITUR (Madrid)	12	1.444
7-9 marzo	ITB (Berlín)	24	42
18-20 abril	Jornadas inversas Turespaña mercados EEUU y Canadá (Mallorca)	74	
18 abril	B2B "Spain Premium Coast & More" Workshop (Amsterdam)	72	
5-7 mayo	Expovacaciones (Bilbao)	-	296
21 septiembre	"Luxury and Charm" Webinar (Alemania y Austria)	94	
6 octubre	Meet Basque Country (Bilbao)	16	
16 octubre	Jornadas promoción y comercialización de Euskadi en Japón (Tokio)	67	
6-8 noviembre	WTM (Londres)	10	_
16-19 noviembre	Intur (Valladolid)	-	660
13-17 noviembre	Jornadas promoción y comercialización de Euskadi en EEUU (Miami y Chicago)	128	-
4-7 diciembre	ILTM (Cannes)	40	_
10-13 diciembre	Jornadas Profesionales Turespaña (México)	59	-

### FITUR, Madrid, 18-22 enero

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en la feria FITUR, 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 18 de enero, se realizó la presentación oficial del nuevo proyecto de Donostia San Sebastián Turismoa: Donostia San Sebastián Premium. Una apuesta por un turismo de calidad y de altor valor añadido, alejado del turismo de masas y dirigido a aquellas personas que se interesan por lo auténtico, local, cuidado, y, sobre todo, experiencia.

Esta nueva línea de trabajo busca posicionar la ciudad y desarrollar una oferta turística de productos y servicios con empresas locales del sector que se dirigen a este tipo de cliente. La presentación tuvo lugar en el espacio Euskadi, de la mano de Cristina Lagé, concejala de Turismo Sostenible, junto con las empresas asociadas al proyecto Chillida Leku y Navegavela.



### ITB, Berlín, 7-9 marzo

Donostia San Sebastián Turismoa ha estado presente en la feria ITB de Berlín, de la mano de Basquetour, con el objetivo de promocionar San Sebastián como destino turístico urbano y sostenible. También han participado en la feria las empresas asociadas a DSST Local Expert Tours, Basque Destination y los hoteles Amara Plaza y Tres Reyes San Sebastián.

Las visitas a San Sebastián procedentes del mercado alemán han crecido un 137% en 2022, siendo el cuarto país que más nos visita.



DSS Turismoa ha participado en unas jornadas de apoyo a la comercialización de los mercados de EEUU y Canadá que se han celebrado en Mallorca. Durante las jornadas se han mantenido reuniones de 13 minutos entre compradores y vendedores, y reuniones B2B con empresas y destinos. En total se han realizado 74 contactos.







### B2B "Spain Premium Coast & More" Workshop -Amsterdam, 18 Abril

Donostia San Sebastián Turismoa participó en un evento B2B organizado por el principal medio profesional de viajes de Holanda, con la colaboración de la OET de la Haya. En total se han obtenido 72 contactos.

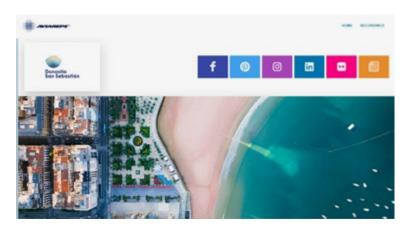


### Expovacaciones, Bilbao, 5-7 mayo

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en la Feria Expovacaciones, celebrada en el BEC de Bilbao como parte del stand de Euskadi. La edición número 43 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 300 personas que se han interesado sobre todo por actividades, planes culturales y gastronómicos y conectividad en transporte público de la ciudad.

### "Luxury and Charm" Live Webinar - Alemania y Austria, 21 septiembre

DSS Turismoa participó en un webinar organizado por Aviareps, dirigido a agencias de viaje de Alemania y Austria, especializadas en el segmento premium. Tras una presentación de 30 minutos del destino y su oferta premium, hubo un espacio para responder en directo a todas las preguntas que pudieran surgir.





### MEET Basque Country, Bilbao, 6 octubre

DSS Turismoa ha tenido presencia en MEET Basque Country. Un evento de networking con compradores turísticos internacionales, que tuvo lugar en la Torre lberdrola de Bilbao.

### Jornadas promoción y comercialización de Euskadi en Japón, Tokio, 16 octubre

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en la jornada de promoción y comercialización de Euskadi en Japón, organizada por la Agencia Vasca de Turismo, Basquetour, en Tokio. La jornada se engloba dentro de la programación de la Basque Week in Japan, un evento de promoción y comercialización de diferentes sectores económicos vascos, entre ellos el turismo, organizado por el Gobierno Vasco.



### WTM, Londres, 6-8 noviembre

DSS Turismoa ha estado presente en la Feria World Travel Market Londres, una de las citas más importantes del sector turístico a nivel mundial. El ente turístico donostiarra y 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.



### Intur, Valladolid, 16-19 noviembre

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado en la feria de turismo de interior más importante del estado, la 26ª edición de INTUR. Durante 4 días, 660 personas se han acercado al mostrador de Donostia San Sebastián, ubicado en el Stand de Euskadi, invitando al visitante a una experiencia turística inolvidable complementando ciudad, mar y montaña.

### Jornadas promoción y comercialización de Euskadi en EEUU - Miami y Chicago, 13-17 noviembre

DSS Turismoa asistió, de la mano de BasqueTour, a unas jornadas realizadas en Chicago y Miami para la promoción y comercialización del destino en América. En total, 128 turoperadores, 65 en Miami y 63 en Chicago, se reunieron con una docena de empresas y destinos vascos.

El mercado estadounidense ocupa el 2º puesto en el ranking de mercados emisores internacionales, con una cuota del 3,5% en Euskadi y un impacto económico de 135 millones de euros. El turismo estadounidense se caracteriza por ser de alto valor añadido, siendo estratégico para Donostia/San Sebastián.





### **ILTM - Cannes, 4-7 diciembre**

DSS Turismoa ha participado en la Feria ILTM en Cannes, dedicada en exclusiva al turismo Premium. La ILTM se presenta como punto de encuentro entre los diseñadores de viajes exclusivos y las más prestigiosas marcas de hostelería del mundo. DSS Turismoa ha mantenido 40 reuniones profesionales con el fin de forjar relaciones duraderas dentro de un sector estratégico como el Premium. La participación se ha realizado de la mano de Turespaña, contando con un velador dentro del Stand de la Institución española.



### Jornadas Profesionales Turespaña - México, 10-13 diciembre

En diciembre han tenido lugar en la Riviera Maya las Jornadas Directas de apoyo a la comercialización del turismo estatal en los mercados de México y Centroamérica. DSS Turismoa ha participado en ellas, posicionándose como un destino turístico de calidad, seguro y sostenible en los mercados de esta zona geográfica.

En las Jornadas se han mantenido reuniones con 59 agentes de viajes y profesionales del sector turístico de los siete mercados emisores: México, como mercado principal, y los centroamericanos de Panamá, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua.



### Fam Trips, AAVV y TTOO atendidos

Donostia San Sebastián Turismoa ha organizado y colaborado en 4 viajes de familiarización, mostrando el destino directamente a 12 agentes y ha atendido consultas de 76 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.

	Fecha fam	Pax	Via contacto	Petición	Pais origen	Organizador
CREATIVE DESTINATIONS	16-18/04/2023	5	Directo	Visita histórica y ruta gastronómica	USA	DSS Turismo
ITC	16-20/09/2023	3	Spain Collection	Visita histórica y ruta gastronómica	UK	DSS Turismo
JAI WAY TRAVEL	18-21/09/2023	1	Directo	PROGRAMA Y GASTOS	USA	DSS Turismo
SMOOTHRED	12-14/11/2023	3	Directo	PROGRAMA Y GASTOS	UK	DSS Turismo

### Contacto con agencias

	City Break	Premium	Cultural	Gastronomía	MICE	Sport	Total Países
ESPAÑA	21	3	3	1	2	1	31
FRANCIA	8	1	1				10
ITALIA	3	2	1				6
JAPON	1	1	2				4
EEUU	3	1					4
REINO UNIDO	3				1		4
Otros países	11	3	2	1			17
TOTAL por productos	50	11	9	2	3	1	76



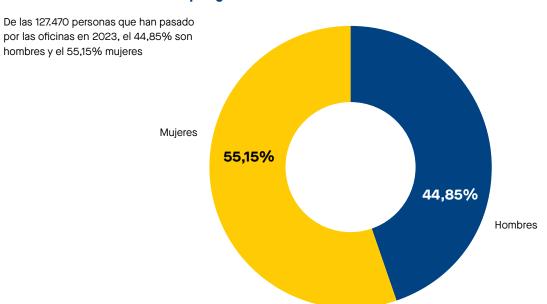
### 4.3.4. Atención a la persona visitante

En 2023 sigue creciendo el número de personas atendidas en oficina con respecto a los años anteriores, rompiendo la tendencia de los años previos 2020 (-82,97%) y 2021 (-68,97%). La "vuelta a la normalidad" se ha reflejado en datos y flujos similares a los previos a la pandemia.

### OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN

Total visitantes	2021	2022	2023
ENERO	<b>↓</b> 431	<b>1</b> 1.763	<b>1</b> 1.982
FEBRERO	<b>1</b> 234	<b>1</b> 3.141	<b>1</b> 3.362
MARZO	<b>↓</b> 685	<b>1</b> 3.813	<b>1</b> 3.472
ABRIL	<b>↓</b> 876	<b>1</b> 8.791	10.120
MAYO	<b>1</b> .345	<b>1</b> 9.250	<b>1</b> 9.586
JUNIO	<b>↓</b> 5.665	<b>\</b> 11.344	<b>1</b> 15.187
JULIO	<b>1</b> 4.319	<b>1</b> 21.841	<b>1</b> 22.167
AGOSTO	<b>1</b> 20.054	<b>1</b> 28.530	<b>1</b> 29.474
SEPTIEMBRE	<b>1</b> 2.624	<b>1</b> 17.959	<b>1</b> 17.173
OCTUBRE	<b>↓</b> 9.115	<b>1</b> 10.297	<b>↓</b> 9.199
NOVIEMBRE	<b>№</b> 4.010	<b>1</b> 4.017	<b>1</b> 2.539
DICIEMBRE	↓ 3.183	<b>1</b> 4.338	<b>↓</b> 3.209
TOTAL	72.541	125.084	127.470

### Visitantes oficina de turismo por género



### 4.4. 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 púbicos, tanto municipales, como supramunicipales, en el diseño, impulso e implantación de diferentes programas y proyectos de: conocimiento, innovación, sostenibilidad medioambiental, competitividad, formación, etc.

### 4.4.1.

### 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/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: se está trabajando con el área de Presidencia del Ayuntamiento y la consultoría que está gestionando las condiciones en las que se otorgarán las licencias de actividad de los nuevos alojamientos, según 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: durante el 2023 se ha trabajado con diferentes departamentos del Ayuntamiento para articular y poder aplicar una ordenanza ya existente para poder limitar el tamaño de los grupos de visitas guiadas a 25 más una persona guía.

### 4.4.2. 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.





## 4.4.2.1. 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.

En el 2023 se ha dado un paso más, y se ha creado la marca "Donostia Green Destination" con el propósito de dar visibilidad y poner en valor a las empresas que están participando en estos programas y a aquellas que ya acreditan alguna certificación medioambiental.

Donostia Turismoa, así mismo, ha participado en jornadas y mesas redondas, organizadas por el Hub de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa, en relación a "Buenas Prácticas sostenibles en alojamientos de Gipuzkoa".

### Economía circular

El segundo semestre del año, SEGITTUR (Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas) invitó a Donostia San Sebastián Turismoa a participar en la segunda edición del proyecto "Transición del Sector Turístico a la economía circular, en su aplicación directa a empresas turísticas a través de los destinos", junto a otros destinos como Valladolid, Sitges, Isla de Tenerife y Comarca del Somontano.

Este proyecto, de tres meses de duración, tuvo como objetivo obtener un diagnóstico de la situación de la economía circular en el destino y permite además realizar diez diagnósticos piloto a empresas turísticas.

Se formó un grupo motor, compuesto por el área de Medio Ambiente del Ayuntamiento, Fomento San Sebastián, Donostia Turismoa, Hoteles de Gipuzkoa (Adegi), Asociación de Hostelería y Turismo de Gipuzkoa.

El grupo motor consensuó las líneas generales a analizar dentro del amplio espectro que contempla la economía circular:

- Estrategia, gestión y planificación del turismo circular
- Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de emisiones de CO2
- Gestión Eficiente de residuos y del agua
   Producción y consumo responsable y oferta turística circular

Se han realizado los diagnósticos, que a su vez servirán para alimentar la Guía de Buenas Prácticas en economía circular que Segittur presentará a nivel estatal.

A raíz de los resultados, se plantea seguir trabajando durante el 2024, con el grupo motor para desarrollar ayudas y sensibilizar al sector en materia de economía circular.

## 4.4.2.2. Actuaciones de sostenibilidad social

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, se han mantenido varias reuniones con las empresas de servicios turísticos asociados a Donostia San Sebastián Turismoa, para analizar cómo limitar el número de componentes de los grupos turísticos guiados.

Se ha trabajado en un sistema de Declaración Responsable que todo guía deberá obtener para poder ejercer la actividad en la ciudad, comprometiéndose a no guiar grupos mayores a 25 personas.

Se prevé que el sistema de obtención de dicha Declaración Responsable esté en funcionamiento en 2024.

### Responsabilidad social corporativa

Durante el 2023 se han llevado a cabo diferentes acciones 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.

### Iniciativa "Volverte a ver"

Donostia Turismoa ha puesto a disposición de una residencia de ancianos el tren turístico para que los los usuarios/as alojados en el mismo pudieran realizar una salida.

El objetivo era dar la oportunidad a las personas alojadas en estos centros, que tienen muy pocas posibilidades de salir del barrio donde se encuentra su centro, de volver a ver aquellos lugares más representativos de la ciudad que todos ellos tienen en sus recuerdos.

En esta iniciativa participaron 41 usuarios/ as, acompañados de 5 personas cuidadoras.

### 2% al Banco de alimentos de Gipuzkoa

Donostia San Sebastián Turismoa se ha comprometido a realizar una acción global y sostenida en el tiempo a lo largo del año 2023 para colaborar con una ONG local.

El objetivo es que las personas que visitan la ciudad puedan tener un impacto económico y social positivo más allá del sector turístico. Por ello y durante 12 meses, empezando en junio 2023, el 2% del importe de las ventas de actividades y tarjetas turísticas de DSST se han entregado al Banco de Alimentos de Gipuzkoa.

Se han realizado diferentes acciones para la promoción de esta actividad, se incluye la acción del 2% en todas las creatividades de la campaña de venta de actividades: Web, escaparte, publicaciones, vídeos, boletines a socios/as, etc.

En diciembre se hace entrega de la primera cantidad semestral al BAG, 3.565€ recaudado por la venta de actividades y por la aportación de empresas asociadas a la entidad.





## 4.4.2.3. 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

En 2023, se siguen manteniendo en standby por parte de Basquetour los programas SICTED y Smart Business, en espera de desarrollar un nuevo programa piloto más actualizado y ambicioso, del que forma parte el programa del Código Ético del Turismo de Euskadi. Es un programa que tiene como fin el promover un turismo más responsable y sostenible entre las entidades públicoprivadas, y conseguir así que Euskadi sea un destino responsable, sostenible y comprometido. 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 tercer año en el que Donostia San Sebastián Turismo participa y gestiona la participación de las empresas privadas del sector. En concreto se ha revalidado todas las empresas participantes en las tres temporadas anteriores (41 empresas) y se ha conseguido el alta de nuevas empresas en el Registro de Empresas de Código Ético (9 empresas).

### Grupo de trabajo sectoriales

Las Jornadas multisectoriales que se venían haciendo en los últimos años, bajo el formato de "Haciendo Equipo", se han empezado a sustituir por jornadas y/o reuniones sectoriales, en función de los proyectos que se estén trabajando en el momento.

En 2023 se han realizado reuniones con el sector de Servicios Turísticos, como continuación a las reuniones iniciadas en 2022 y principalmente para tratar cómo controlar y limitar el crecimiento de las visitas guiadas en la ciudad.



#### **Talleres formativos**

En cuanto a los talleres, se han realizado algunas formaciones, en coordinación o como sesiones complementarias al Hub de Turismo de Gipuzkoa (Diputación de Gipuzkoa).

Este año 2023, tras las ediciones de los dos años anteriores en los que los talleres se hacían en formato online, a causa de las restricciones impuestas por la crisis del Covid-19, se ha recuperado con éxito las formaciones presenciales, propiciando así el networking entre las empresas.

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

 Redes Sociales: formación enfocada a conocer los formatos que más visibilidad consiguen en las redes sociales: vídeos destinados a Reels y Stories en Instagram. Qué son, qué beneficios aportan al posicionamiento de la empresa, ejemplos y medición de resultados para conocer su impacto entre la audiencia.



Foto: Jornada Haciendo Equipo en el Hotel Barceló Costa Vasca (29/3/22)

### · Formación en Google Analytics Universal

4: tras las dos formaciones realizadas en 2022 sobre el sistema Google Analytics, imprescindible para medir el impacto, comportamiento y flujos en las webs de las empresas, el drástico cambio que el sistema ha experimentado en verano de 2023 requería una nueva formación.

Jornada	Lugar	Fecha	Asistentes		Valoración
			Empresas	Personas	
Redes Sociales	Hotel Zenit	22/02/2023	23	32	8,90
Google Analytics 4	Hotel Zenit	17/10/2023	28	30	8,82

### 4.4.3.

## Actuaciones de mejora del destino

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

### Destino Turístico Inteligente (DTI)

Donostia / San Sebastián ha conseguido ser reconocido como miembro de pleno derecho del nuevo sistema de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) de SEGITTUR (Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas), tras cumplir un 83% de los requisitos exigidos. Donostia / San Sebastián a nivel nacional y Medellín a nivel internacional son las únicas ciudades que han alcanzado este distintivo en 2023.

Donostia / San Sebastián, gracias a su trabajo en favor de la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología, se convierte así en el primer "Destino Turístico Inteligente" de Euskadi, y se suma al reducido listado de destinos considerados DTI, que también obtuvieron con la antigua metodología Benidorm, Gijón, Málaga, Tenerife y Santander.

En 2023 se han establecido las acciones de mejora y mantenimiento de los estándares requeridos por el sistema, para implementarlo antes del 2025.

### Destino Turístico Inteligente (DTI)

Además, Donostia / San Sebastián ha sido seleccionada en 2023 como una de las seis ciudades finalistas de la competición European Capital of Smart Tourism, organizada por la Comisión Europea, en la que reconocen ciudades que demuestran un compromiso extraordinario hacia un turismo Smart: sostenible, respetuoso, innovador, cultural.

Donostia / San Sebastián ha sido una de las ciudades que mayor puntuación ha obtenido en los cuatro ejes que valora el premio europeo: sostenibilidad, accesibilidad, digitalización y patrimonio cultural & creatividad.



## Actuaciones para mejorar la accesibilidad (diversidad funcional)

Durante el año 2023 se han realizado 12 nuevas visitas a establecimientos turísticos, para desarrollar la información sobre los aspectos de accesibilidad y publicarlos en la web <a href="https://accessibility.sansebastianturismoa.eus/es/">https://accessibility.sansebastianturismoa.eus/es/</a>. En concreto, cuatro alojamientos, cinco establecimientos de hostelería, dos empresas de servicios turísticos y la nueva estación provisional de Adif.

También se ha firmado un convenio con la Asociación de Celíacos de Gipuzkoa EZEGUI, para fijar el compromiso de publicitar o promocionar como establecimientos hosteleros seguros para celíacos, sólo aquellos que estén certificados por la asociación.

### Actuaciones para mejorar la movilidad

### Señalización estación provisional de Adif

Se ha trabajado para conseguir que Eusko Trenbideak (entidad subsidiaria en la ejecución de las obras de la nueva estación de Tren de Alta Velocidad) colocara una señalización indicando a los usuarios de la nueva estación provisional de Adif, en la plaza Nestor Basterretxea, los itinerarios y servicios necesarios: itinerario a la estación de autobuses, itinerario al centro, taxis...

### Instalación de tótems de monumentos o recursos turísticos

Dentro de los proyectos diseñados y enmarcados en las ayudas del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (Next Generation), se han instalado 9 nuevos tótems con información de monumentos o recursos turísticos ubicados en barrios de la ciudad. Además, se han renovado otros dos tótems que estaban en mal estado y se les ha añadido a todos los existentes un código QR para que el visitante o usuario/a pueda escanearlo y obtener información adicional sobre dicho monumento/recurso en la web. La información de los nuevos tótems está enmarcada en cuatro rutas: ciudad marítima, mujeres, arte/naturaleza e industria.







### 4.4.5. Observatorio

En 2023 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.

### 4.4.4. Gobernanza

### 4.4.4.1. 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 2023, se han realizado 118 interrelaciones bidireccionales de diversa índole entre DSST y sus empresas asociadas

También se ha desarrollado un sistema conectado con la CRM de las empresas asociadas, para que ellas mismas puedan editar algunos de sus datos, que se actualizarán en la web de forma automática.

### Revisión del sistema de socios/as

En este ejercicio se ha iniciado un profundo proceso de reflexión sobre el sistema de empresas asociadas a la entidad, en el que se revisarán los servicios que se le ofrecen a la empresa asociada, si están alineados con 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.

### 4.4.4.2. Sector público

### **Nivel municipal**

Donostia Turismoa se relaciona y coordina con diferentes departamentos y entidades municipales para coordinar e impulsar diferentes programas y proyectos estratégicos tanto para la ciudad, como para las empresas turísticas.

### **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, descentralización y/o promoción turística.



Su misión consiste en el diseño, planificación, desarrollo y seguimiento de los procesos vinculados a la gestión de recursos humanos y materiales, gestión financiera y mejora continua de DSST.

Los principales objetivos:

- Asegurar el buen funcionamiento de todos los aspectos transversales que inciden en el desarrollo y la consecución de objetivos de todas las áreas de la organización.
- Adecuación de los recursos (humanos, económicos y materiales) a las necesidades de la organización.
- · Mejorar la satisfacción del personal.
- · Asegurar y velar por el cumplimento legal.

## **5.1.** Balance económico

Ingresos 2023				
Diputación	110.000,00			
Gobierno Vasco	219.000,00			
Recursos propios	356.305,42			
Aportación socios	210.000,00			
Subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	24.828,64			
Ayuntamiento aportación capital para gasto corriente	3.150.000,00			
Ayuntamiento aportación capital para inversiones	0,00			
	4.070.134,06			
Gastos 2023				
Gastos personal	2.225.294,88			
Gastos corrientes	1.820.010,54			
Inversiones Reales	24.828,64			
	4.070.134,06			

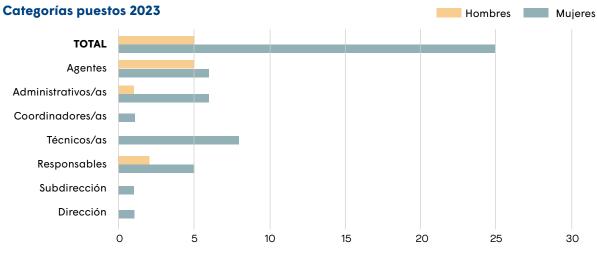


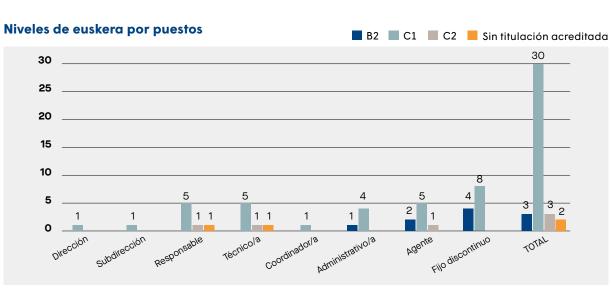
## 5.2. Personas de DSST

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

### Categorías puestos y nivel de euskera

Puestos 2023	Mujeres	%	Hombres	%	
Dirección	1	2%	0	0%	
Subdirección	1	2%	0	0%	
Responsables	5	12%	2	5%	
Técnicos/as	8	19%	0	0%	
Coordinadores/as	1	2%	0	0%	
Administrativos/as	4	9%	1	2%	
Agentes	15	35%	5	12%	
TOTAL	35	81,40%	8	18,60%	
TOTAL	43				

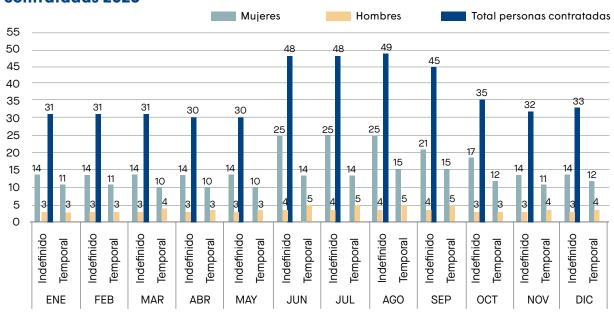




### Tipos de relación laboral

Número de personas			2023		
	ratadas	Mujeres	Hombres	Total personas contratadas	
Enero	Indefinido	14	3	31	
Ellelo	Temporal	11	3	31	
Febrero	Indefinido	14	3	31	
rebielo	Temporal	11	3	31	
Marzo	Indefinido	14	3	31	
Marzo	Temporal	10	4	31	
Abril	Indefinido	14	3	30	
ADIII	Temporal	10	3	30	
Maura	Indefinido	14	3	30	
Mayo	Temporal	15	3	30	
Junio	Indefinido	25	4	48	
Julio	Temporal	14	5	40	
Julio	Indefinido	25	4	48	
Julio	Temporal	14	5	40	
A = = = t =	Indefinido	25	4	49	
Agosto	Temporal	15	5	49	
Septiembre	Indefinido	21	4	45	
Sephembre	Temporal	15	5	45	
Octubre	Indefinido	17	3	35	
Octubre	Temporal	12	3	<b>35</b>	
Noviembre	Indefinido	14	3	32	
noviembre	Temporal	11	4	32	
Diciembre	Indefinido	14	3	33	
Diciembre	Temporal	12	4	33	

### Número de personas contratadas 2023





### **Absentismo**

ABSENTISMO	2023	ABSENTISMO	2023	ABSENTISMO	2023
*calculado en base a las jornada de baja por Incapacidad Temporal por enfermedad	5,42%	*MUJERES *calculado en base a las jornada de baja por Incapacidad Temporal por enfermedad	6,26%	*calculado en base a las jornada de baja por Incapacidad Temporal por enfermedad	1,91%

### Acciones formativas realizadas por las personas de DSST

IDIOMAS INGLÉS Y FRANCÉS

LINKEDIN, LA RED SOCIAL PARA LAS EMPRESAS. FORMATOS ORGÁNICOS Y DE PAGP

INTRODUCCION A TIK TOK APLICADO A LA EMPRESA

ANALISIS DE DATOS CON EXCEL POWER QUERY\_POWER PIVOT Y POWER BI

ICCA SKILLS MODULE\_CERTIFIED INTERNATIONAL CONVENTION SPECIALIST

MINDFULNESS

HOSPITALITY MEETS DIVERSITY

TALLER REELS

CONTRATACIÓN PÚBLICA

### **VISITAS A RECURSOS - COMARCAS:**

BIZKAIA: Bilbo, Gaztelugatxe

FAM TRIP: Arrikrutz, Oñati, Lentz Gatzaga

FAM TRIP: Goierri



### Satisfacción laboral interna

#### Encuesta satisfacción laboral 2023



### Encuesta satisfacción laboral PERSONAL VERANO 2023





### 5.3. Plan de 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 2023, 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:**

### · Divulgación sobre la lengua

Tal y como se recogió en el análisis ELE (Evaluación de Impacto Lingüístico) realizado en 2022, se ha creado contenido web en 4 idiomas para sensibilizar sobre la situación del euskera. El objetivo es 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.

### · Gynkana: "Los misterios de Donostia y su lengua milenaria"

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 a nivel internacional.

Por ello, con la ayuda del departamento de Euskera del Ayuntamiento, DSST ha creado un juego de pistas o gynkana digital, en 4 idiomas, para que tanto visitantes como ciudadanía puedan aprender sobre la ciudad, su historia, su cultura y su lengua, de una manera divertida.

### **Acciones internas:**

- Informar a las empresas asociadas de DSST sobre formaciones públicas de euskera y sobre subvenciones para traducir el paisaje lingüístico.
- Traducción de las nóminas de la plantilla a euskera.



### 5.4. Plan de igualdad

Durante el año 2023, Donostia San Sebastián Turismoa ha continuado con la puesta en marcha de las acciones de intervención **definidas** en su I **Plan para la Igualdad de mujeres y hombres**.

### Podemos señalar:

- Realizar reuniones de seguimiento de la comisión de igualdad para dar continuidad al proceso de implantación del plan de igualdad.
- Utilizar las herramientas comunicativas (difusión interna y externa) de Donostia Turismo como vehículos de información y comunicación sobre cuestiones clave en la Igualdad, por ejemplo, días internacionales referentes a la mujer.
- Garantizar una comunicación interna y externa inclusiva.

Además, se ha creado la Comisión Negociadora para trabajar en la definición del II **Plan para la Igualdad de mujeres y hombres** y se ha empezado a realizar el diagnostico de situación.

Durante el año 2023 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 perso	№ de personas que se acogen en 2023			
Medidas de conciliación	Mujeres	Hombres	TOTAL		
Permiso de maternidad y paternidad	2 (5,71%)	1 (12,50%)	3 (6,98%)		
Permiso de lactancia	1 (2,86%)	1 (12,50%)	2 (4,65%)		
Reducción de jornada por guarda legal (menores de 16 años)	4 (11,43%)	0 (0,00%)	4 (9,30%)		
Excedencia por cuidado de familiares	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)		
Excedencia voluntaria	2 (5,71%)	0 (0,00%)	2 (4,65%)		
Permiso sin sueldo	1 (2,86%)	2 (25,00%)	3 (6,98%)		
Flexibilidad de tiempo y espacio de trabajo	Mujeres	Hombres	TOTAL		
Flexibilidad de entrada y salida	35 (100%)	8 (100%)	43 (100%)		
Flexibilidad de parada del mediodia	35 (100%)	8 (100%)	43 (100%)		
Posibilidad de elegir vacaciones de forma fragmentada	35 (100%)	8 (100%)	43 (100%)		
Abandono del puesto por emergencias familiares	0 (0,00%)	8 (100%)	8 (18,60%)		
Posibilidad de cambio de turnos	15 (42,86%)	5 (62,50%)	20 (46,51%)		
Trabajo a distancia	11 (31,43%)	0 (0,00%)	11 (25,58%)		

Ayudas sociales	Número de personas que se acogen en 2023				
	Mujeres	Hombres	TOTAL		
Médico	10 (28,57%)	0 (0,00%)	10 (23,26%)		
Estudios propios	2 (5,71%)	0 (0,00%)	2 (4,65%)		
Estudios hijos/hijas	10 (28,57%)	1 (2,86%)	10 (23,32%)		
Préstamos consumo	1 (2,86%)	0 (0,00%)	1 (2,33%)		



### 5.5. Compromiso medioambiental

Donostia San Sebastián Turismoa es una entidad altamente sensibilizada con la problemática medioambiental, y por ello, se ha decidido incorporar el respeto por el medio ambiente en todas sus 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

	2021	2022	2023
Consumo de papel (hojas)	34.500	51.500	43.000
Consumo de papel (gramos)	172.000	255.000	212.500

### Consumo de electricidad (kWh)

2021	2022	2023
46.296	39.842	39.052

### Consumo de agua (litros)

2021	2022	2023
148	181	200



### Master turismo gastronómico del Basque Culinary Center -Donostia

17/03/2023

Módulo Gestión de Destinos Gastronómicos. Turismo gastronómico en Donostia / San Sebastián. Presentación a cargo de Eider Calderón, subdirectora de DSS Turismoa en el Ayuntamiento de Donostia San Sebastián.

### Segittur - Donostia

29/09/2023

Evento sobre La transformación digital del sector turístico con participación en mesa redonda de Isabel Aguirrezabala, directora de DSS Turismoa, con el tema "El reto de la digitalización de los destinos turísticos".

### Economía social y turismo: una alianza para la sostenibilidad - Donostia

19/10/2023

Jornada en torno a la sostenibilidad turística, en el marco de la designación de Donostia como Capital de la economía social en el turismo.
Participación en mesa redonda de Isabel Aguirrezabala, directora de DSS Turismoa, con el tema "El sector Turismo como palanca de cambio y sostenibilidad".



### San Sebastián ciudad de ciencia e innovación: Estrategias para la atracción y generación de eventos -Donostia

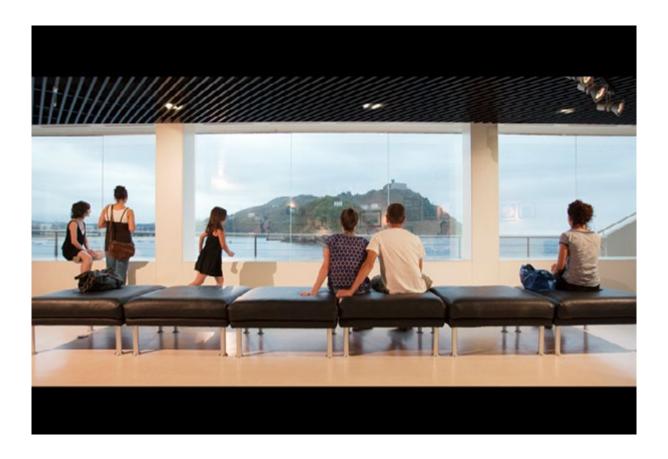
27/10/2023

Evento en torno a las estrategias para la atracción y generación de eventos. Participación en mesa redonda de Isabel Aguirrezabala, directora de San Sebastián Turismo, con el tema "Diagnóstico del turismo MICE en Donostia/San Sebastián".

### Jornada Caixa Bank: Alojamiento - Donostia

15/11/2023

Encuentro con 80 profesionales del sector del turismo para analizar Gipuzkoa, y más concretamente Donostia, como caso de éxito turístico. Organizada por Hotels&Tourism, la línea de negocio del sector turístico de CaixaBank, ha contado con agentes de la cultura, la gastronomía y el deporte guipuzcoano. Participación en mesa redonda de Isabel Aguirrezabala, Directora de DSS Turismoa.





### **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**

Anteriormente conocida como ECM -European Cities Marketing-, su objetivo sigue siendo una red de Entidades de Turismo y Convention Bureaux de capitales europeas para compartir conocimiento, trabajar conjuntamente desde el punto de vista operacional y en la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades, y en los últimos años ha ido incorporando dentro de sus ejes de trabajo 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.





sansebastianturismoa.eus