



**Donostia  
San Sebastián**

# memoria 2019

ESP



**memoria**  
**2019**

# índice

<b>1.- INTRODUCCIÓN</b>	
<b>2.- BALANCE TURÍSTICO DEL DESTINO</b>	<b>05</b>
2.1 Evolución de las pernoctaciones	05
2.2 Grado de ocupación en San Sebastián	07
2.3 Evolución eventos MICE (Congresos, Convenciones, Incentivos, Eventos)	08
2.4 Internacionalización del destino	12
2.5 San Sebastián, ciudad tractora para el turismo en el territorio	13
2.6 Medios de transporte utilizados para llegar a la ciudad	13
2.7 Tipología y perfil del turista actual	14
2.8 San Sebastián en los medios de comunicación y rankings internacionales	16
<b>3.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</b>	<b>20</b>
3.1 Consejo Administrativo	20
3.2 Consejo Consultivo	20
3.3 Establecimientos Asociados	21
<b>4.- BALANCE ECONÓMICO</b>	<b>25</b>
<b>5. ACTUACIONES DE DONOSTIA SAN SEBASTIÁN TURISMOA</b>	<b>26</b>
<b>5.1 Marketing y Comunicación</b>	<b>26</b>
5.1.1 Renovación de la marca	27
5.1.2 Campañas publicitarias	30
5.1.3 Web y redes sociales	41
5.1.4 Press trips o viajes de prensa	45
5.1.5 Ruedas de prensa y boletines	46
<b>5.2 Turismo MICE</b>	<b>47</b>
5.2.1 Acciones a nivel local	48
- Candidaturas presentadas	48
- Programa Enbaxadore	49
5.2.2 Acciones a nivel nacional e internacional	50
- Ferias y Work Shops	50
- Fam trips, viajes de inspección y visitas comerciales	54
- Acciones especiales con socios	56
- Publicaciones específicas	57
- Publicidad y prensa MICE	61
<b>5.3 Turismo de Ocio</b>	<b>63</b>
5.3.1 Productos turísticos	63
- Productos propios	63
· Tarjetas Turísticas	63
· Visitas guiadas	64
· Transporte Turístico	65
- Productos de asociados	66
- Comercialización Productos Turísticos	69
5.3.2 Atención al visitante	69
5.3.3 Ferias y workshops	70
5.3.4 Fam trips	70
5.3.5 Publicaciones	71
<b>5.4 Gestión del destino turístico</b>	<b>75</b>
5.4.1 Actuaciones con el sector	75
5.4.2 Sostenibilidad Turística	77
- Actuaciones en favor de la accesibilidad (diversidad funcional)	77
- Actuaciones de mejora en las infraestructuras: (movilidad, accesibilidad, señalización)	77
- Actuaciones innovadoras	78
- Observatorio	78
5.4.3. Encuesta de destino. Índice de satisfacción	79
<b>6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS</b>	<b>80</b>
6.1 Certificación de Calidad Turística	80
6.2 Premios y participación en ponencias	82
<b>7. PARTICIPACIÓN EN REDES NACIONALES E INTERNACIONALES</b>	<b>83</b>
<b>8. VISITAS DE DELEGACIONES</b>	<b>85</b>

# 1.

## Introducción

Donostia San Sebastián Turismoa alcanza en 2019 el **ecuador de su Plan Director Donostia / San Sebastián Visit- Bizi 2017-2021**, con unos datos que acompañan el esfuerzo realizado por avanzar hacia la desestacionalización, la internacionalización y la sostenibilidad del destino, con el objetivo de consolidar la marca turística de calidad de San Sebastián y preservar su autenticidad.

Durante el año 2019, el turismo ha evolucionado de manera sostenible en Donostia / San Sebastián, con un crecimiento ligeramente mayor **fuera de temporada alta**, y con un claro aumento en la **internacionalización** del destino, especialmente en los mercados seleccionados como prioritarios o estratégicos. El principal mercado internacional es por primera vez el estadounidense, y destaca el alto crecimiento del mercado japonés.

DSS Turismoa se aleja de la promoción masiva y define mercados y ejes estratégicos claros con el objetivo de promover un **turismo sostenible y de calidad**. Siguiendo este criterio selectivo, ha seguido trabajando a lo largo del año por atraer reuniones, congresos, fam trips e incentivos de carácter internacional, ha colaborado con influencers y medios de comunicación de prestigio, ha estado presente en las ferias y eventos más estratégicos, ha lanzado campañas promocionales dirigidas a sus mercados prioritarios, ha potenciado nuevos ejes y nodos turísticos fuera de las zonas con mayor afluencia, propuestas y experiencias para disfrutar de la ciudad fuera de temporada alta... Todo ello ha contribuido a posicionar Donostia / San Sebastián como un **destino de calidad en el ámbito internacional**.

—→ **DSS Turismoa se aleja de la promoción masiva y define mercados y ejes estratégicos claros con el objetivo de promover un turismo sostenible y de calidad**

Las actuaciones puestas en marcha para promover la sostenibilidad y las acciones marcadas en el Plan Director han sido reconocidas a través del **Premio a la Innovación y la Sostenibilidad de la OMT** (Organización Mundial del Turismo) y el premio a la **Mejor Estrategia de Comunicación Digital** de **El Diario Vasco**.



## 2. Balance turístico del destino

### 2.1. Evolución de las pernoctaciones

Durante el año 2019 se ha producido un **incremento sostenido**, con un **aumento ligeramente mayor fuera de temporada alta** (8,04%) que en la temporada estival (7,25%). El crecimiento acumulado durante todo el ejercicio del 7,85%.

#### Pernoctaciones

<b>Evolución en el nº de pernoctaciones</b>	2015	Increment. 14/15	2016	Increment. 15/16	2017	Increment. 16/17	2018	Increment. 17/18	2019	Increment. 18/19
<b>TOTAL</b>	<b>1.165.489</b>	<b>12,23%</b>	<b>1.265.546</b>	<b>8,58%</b>	<b>1.293.857</b>	<b>2,24%</b>	<b>1.413.667</b>	<b>9,26%</b>	<b>1.524.664</b>	<b>7,85%</b>

Fuente: EUSTAT

El mes con **mayor crecimiento** es **octubre**, con un **11,51%** (sin tener en cuenta abril, ya que la Semana Santa del 2018 fue en marzo/abril y en 2019 a finales de abril, desvirtuando los datos), pero lo más destacable es que las pernoctaciones han subido todos los meses, en comparación al año 2018.

—→ **el turismo crece un 7,75%, el mayor crecimiento se da fuera de la temporada alta (8.04%)**

## Pernoctaciones

Evolución en el nº de pernoctaciones	2018	Increment. 17/18	2019	Increment. 18/19
Enero	64.791	3,39%	71.263	9,99%
Febrero	64.704	1,94%	69.996	8,18%
Marzo	98.937	25,84%	102.448	3,55%
Abril	116.450	-2,35%	132.523	13,80%
Mayo	133.913	13,50%	143.059	6,83%
Junio	138.290	6,95%	153.080	10,69%
Julio	160.784	7,01%	174.329	8,42%
Agosto	175.720	12,47%	186.562	6,17%
Septiembre	144.081	9,67%	155.466	7,90%
Octubre	132.795	8,35%	148.086	11,51%
Noviembre	96.905	14,16%	99.577	2,76%
Diciembre	86.297	11,73%	88.275	2,29%
<b>TOTAL</b>	<b>1.413.667</b>	<b>9,26%</b>	<b>1.524.664</b>	<b>7,85%</b>

Fuente: EUSTAT

## Crecimiento fuera de la temporada estival

	Año	TOTAL	%
<b>Pernoctaciones exceptuando julio y agosto</b>	2010	672.006	-
	2011	679.769	1,16%
	2012	708.839	4,28%
	2013	730.831	3,10%
	2014	772.659	5,72%
	2015	872.943	12,98%
	2016	959.777	9,95%
	2017	987.399	2,88%
	2018	1.077.163	9,09%
	2019	1.163.773	8,04%

Fuente: EUSTAT

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

## 2.2. Grado de ocupación en San Sebastián por habitación, mes y día de la semana

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

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

Municipio	Mes	TOTAL			Laborales			Fin de semana		
		2018	2019	Dif.	2018	2019	Dif.	2018	2019	Dif.
Donostia / San Sebastián	Enero	49,0	48,6	-0,4	44,9	43,9	-1,0	60,7	61,8	1,1
	Febrero	54,0	53,1	-0,9	47,1	45,2	-1,9	71,3	72,8	1,5
	Marzo	63,9	65,1	1,2	57,3	57,3	0,0	77,2	81,5	4,3
	Abril	73,5	77,9	4,4	69,7	75,0	5,3	84,0	85,9	1,9
	Mayo	82,8	84,3	1,6	80,4	81,9	1,5	89,7	90,3	0,6
	Junio	86,0	89,0	3,0	84,2	87,2	3,0	89,6	93,1	3,5
	Julio	89,1	90,8	1,7	87,8	89,6	1,8	92,9	94,2	1,3
	Agosto	94,5	93,5	-1,1	94,2	93,3	-0,8	96,4	93,7	-2,7
	Septiembre	89,7	90,2	0,5	87,9	88,4	0,4	93,9	95,1	1,2
	Octubre	80,8	86,2	5,4	77,1	84,1	7,0	91,5	92,3	0,8
	Noviembre	63,6	67,8	4,2	54,5	60,4	5,9	84,3	82,4	-2,0
	Diciembre	53,0	55,6	2,6	46,6	48,9	2,3	68,5	74,3	5,8

Fuente: EUSTAT

En el **balance anual de 2019**, el **precio medio** de los hoteles ha sido de 149€ en día laboral y 182€ en fin de semana (+5,4% frente a 2018).

La **ocupación media anual** ha sido de **62,67%entre semana** y **76% el fin de semana**. La ocupación muestra un descenso mínimo respecto al año anterior (63,33% entre semana y 76,17% el fin de semana).

**Anual 2019:**

**149€** entre semana

**182€** fin de semana

**↑+5,4%**

**(anual 2018-2019)**

**Anual 2019:**

**62,67%** entre semana

**76%** fin de semana

Fuente: Booking. Estudio realizado por Lurmetrika para Donostia San Sebastián Turismoa

## 2.3. Evolución de los eventos MICE (congresos, convenciones, incentivos, eventos)

Se cataloga como MICE todo viaje motivado por la realización de actividades por la asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y cualquier otro evento organizado con **motivos profesionales**.

Existen, por lo tanto, diferentes tipos de eventos MICE dependiendo del ámbito de la reunión y el número de participantes, clasificados como sigue:

**Los congresos** tienen vocación pública y no están orientados al negocio. Se trata de reuniones sobre un tema establecido, con una duración mínima de 2 días, siendo las temáticas más comunes las médico-sanitarias, científica, tecnológica, etc.

**Las convenciones** son reuniones corporativas orientadas a los negocios que están organizados por empresas privadas, grupos empresariales.... es decir, tienen vocación privada. También en este caso la duración mínima es de 2 días.

Por su parte, **las jornadas y seminarios** son reuniones especializadas de una naturaleza técnica que se realizan con el objetivo de profundizar sobre un tema concreto. Para poder ser computadas, además de reunir a un mínimo de 50 participantes, deben tener una duración mínima de 6 horas.

Por otro lado, el viaje de **incentivo** es un tipo de evento que ha experimentado un gran incremento en años recientes. Se trata de premios para la motivación de los empleados de una empresa, los cuales cuentan con actividades de ocio. Normalmente el organizador tiende a dedicar un presupuesto generoso a la organización del mismo.

DSS Turismoa registra también otros eventos, como por ejemplo, presentaciones, reuniones deportivas, ferias etc. para tener constancia del volumen de actividad en el destino. De cualquier modo, éstos únicamente computan cuando se cumplen unos mínimos relativos al número de participantes, procedencia de los mismos y duración del evento. En el caso de las Ferias, sólo computan aquéllas que atraen a participantes de fuera del territorio, ya que de otro modo se considera que el impacto económico no es relevante.

A la hora de **analizar** la evolución del turismo MICE en Donostia, se aprecia que sigue la tendencia de años anteriores, esto es, el turismo MICE ha seguido **creciendo en 2019**. De hecho, 2019 ha sido un año de **resultados muy positivos** en este segmento del turismo. Así, sin tener en cuenta los incentivos (que analizaremos más adelante), el crecimiento del turismo de reuniones ha sido del **13,5%**.

→ **el turismo MICE  
crece un 13,5%**

### Nº Eventos 2019 / 2018:



### Variación:



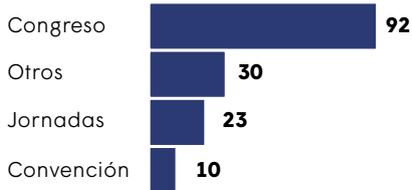
• Excluidas Ferias e Incentivos

El análisis de este crecimiento **por tipo de evento**, según la clasificación previamente indicada, nos proporciona los siguientes resultados:

**Comparativa evolución turismo MICE por tipo de evento:**

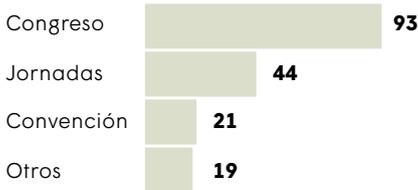
**2018**

**Tipo Evento**



**2019**

**Tipo Evento**



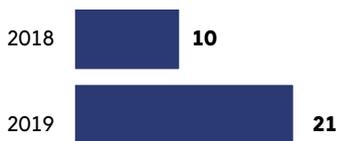
Como se observa en el cuadro, mientras que el número de congresos se ha mantenido prácticamente constante (crecimiento del 1,1%), cabe destacar que el incremento del turismo MICE se sustenta en el ascenso del número de **Convenciones** (110%) y de **Jornadas** (91,3%) registrado.



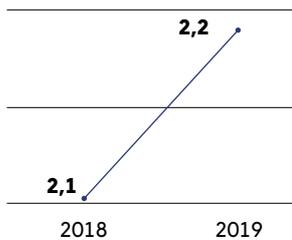
Analizando en más detalle las **Convenciones** (reuniones corporativas orientadas a los negocios) se aprecia otro aspecto positivo, que ha aumentado la **duración del evento**, pasando de 2,1 días en 2018 a **2,2 días** en 2019.

**Convenciones:**

**Variación**



**Variación Duración Media**

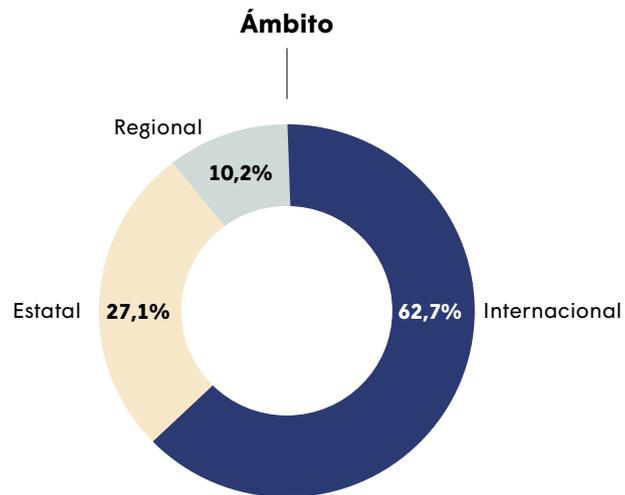


**Tipo Evento**



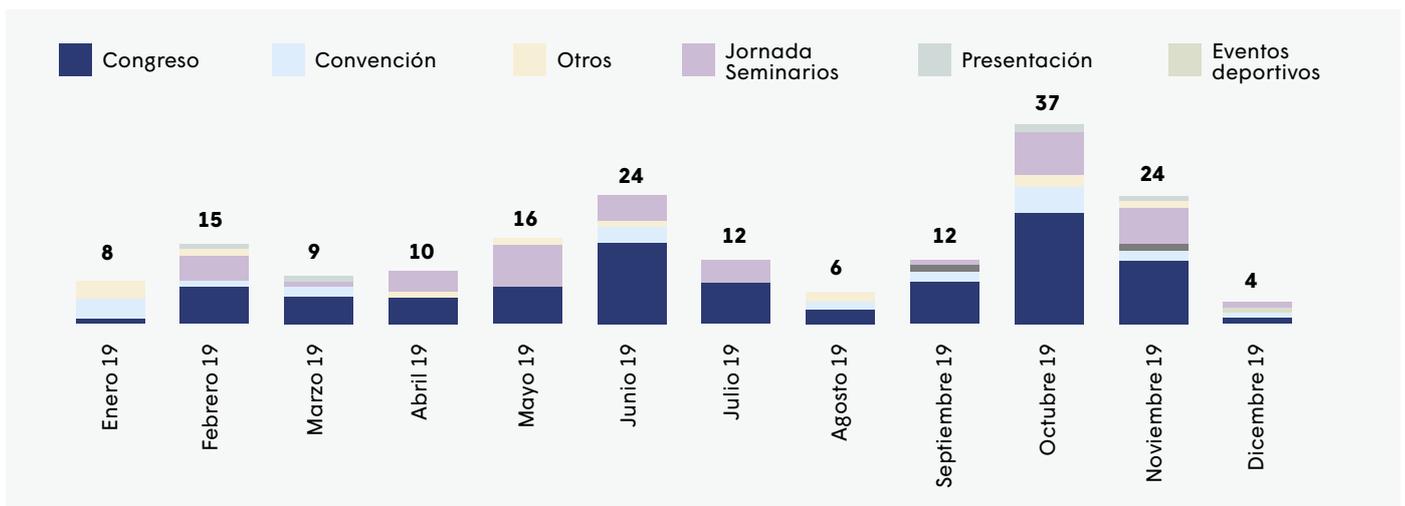
La duración media de los **Congresos** ha pasado de 2,0 a **2,2 días**, un dato que junto con el incremento de la estancia media de los participantes en **Convenciones**, puede tener importantes **repercusiones económicas** en relación al gasto que los delegados hacen en el destino, ya sea a nivel de pernoctaciones, gastos en restaurantes, etc,

En lo referente al **ámbito** de las reuniones, se diferencian los eventos regionales, nacionales e internacionales. Teniendo en cuenta que la **internacionalización** es un pilar básico en la estrategia del departamento, se ha trabajado para atraer este tipo de eventos. Los resultados, un año más, avalan el trabajo realizado. El **62%** de los eventos que se celebraron en San Sebastián en 2019 fueron de **ámbito internacional**. Este tipo de eventos otorgan a San Sebastián un **posicionamiento y notoriedad** importantes en los **mercados extranjeros**.



A continuación se indica la distribución mensual de los eventos registrados por el Departamento de Congresos y Eventos. En un intento por **desestacionalizar**, se concentran los esfuerzos en captar evento fuera de la temporada alta de

ocupación en la ciudad. En concreto, el **76,28%** de los eventos se celebran entre **enero-mayo** y **septiembre-diciembre**, es decir, fuera de la temporada alta del turismo. Destaca la gran concentración en los meses de **octubre y noviembre**.



El importante número de eventos registrados en junio, 24, se debe en gran medida a las actividades organizadas por la Universidad del País Vasco (UPV) dentro de los **Cursos de Verano**. Muchos de ellos se celebran en el Palacio de Miramar, lo que nos lleva al tema de **las infraestructuras**.

La ciudad cuenta con una variedad de lugares donde celebrar eventos MICE, que van desde el Palacio de Congresos Kursaal hasta diferentes auditorios, pasando por las salas de hoteles de la ciudad.

El reparto de eventos teniendo en cuenta su lugar de celebración sería como sigue:

Infraestructuras	% Eventos	% Congresos
Kursaal	26,83	22,1
Palacio de Miramar	7,32	20,00
Universidades	3,66	15,77
Hoteles	24,39	7,35
Parque Tecnológico	1,22	5,26
BDD	3,65	5,26
Centros Científicos tecnológicos y de Innovación (Cidetec; Vicomtec, Biomagune...)	14,63	5,26
Tabakalera	4,87	5,26
Otros (Aquarium, Teatro Victoria Eugenia...)	13,43	13,74
<b>TOTALES</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

San Sebastián es un destino que, a pesar de su tamaño, tiene un gran reconocimiento internacional por su **gran labor de investigación**. Uno de los campos en los que se investiga más es en el de los materiales, siendo locales muchos investigadores de renombre mundial.

La labor de nuestros investigadores tiene su reflejo en la **temática** de los eventos que prevalece. Estos investigadores son los que actúan como promotores de congresos, y por lo tanto se observa que **el 24,85 de los eventos son de carácter científico**.

### Temática



Como hemos mencionado ya, los **viajes de incentivo** han crecido de forma exponencial en los últimos años. Su importancia radica en que generan un impacto económico aún más alto que los congresos y además gran parte del gasto se queda en la ciudad.

A lo largo del año 2019 el Departamento de Congresos y Eventos de Donostia San Sebastián Turismo ha registrado la realización de **44 viajes de incentivo** que han atraído **a más de 2.000 personas**.

El 18% de estos viajes los han protagonizado empresas estatales

mientras que el **82%** restante han sido empresas **internacionales**. Los países que más han elegido Donostia / San Sebastián para premiar a sus empleados han sido Francia, UK, Alemania, EEUU, Suecia, Japón, China.

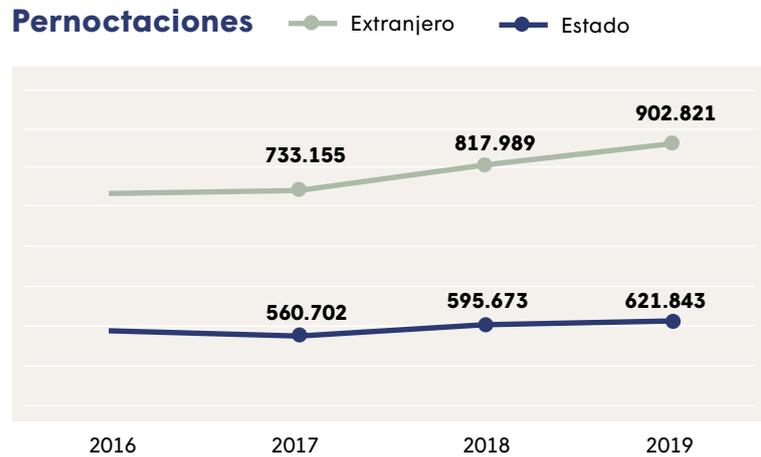
El 20% de estos viajes vienen de la mano de DMCs locales y la mayor parte del resto de por **DMCs estatales**.

Al 55% de estos incentivos el Departamento de Congresos y Eventos les ha facilitado el contacto de sus socios para la organización de su estancia en la ciudad.

## 2.4. Internacionalización del destino

→ en 2019 un 59,21% del número de pernoctaciones procede del extranjero

La internacionalización del turismo en San Sebastián, uno de los objetivos establecidos en el Plan Director de la Sociedad, sigue aumentando gracias a las acciones de promoción desarrolladas. En 2013 la tendencia se invierte y el porcentaje de pernoctaciones internacionales supera al de las estatales. Esta tendencia aumenta año a año, siendo en 2019 un 59,21% el número de pernoctaciones procedentes del extranjero y un 40,79% las procedentes del Estado.



En 2019 **Estados Unidos** se convierte en el **mercado número uno** en cuanto a pernoctaciones internacionales, con un aumento del 21,67% frente al 2018. Destaca la evolución de **Japón** que sube un 66,61% y se **entra** por primera vez en el **Top 5** en cuanto a pernoctaciones internacionales.

### Pernoctaciones Top 5 estatales y extranjeros 2019

Pernoctaciones	2018		2019	
<b>Estado</b>	<b>532.587</b>	<b>22,91%</b>	<b>552.908</b>	<b>23,79%</b>
Madrid	163.599	7,04%	171.307	7,37%
Cataluña	110.621	4,76%	115.395	4,96%
C.A. de Euskadi	65.075	2,80%	66.337	2,85%
Andalucía	40.196	1,73%	40.863	1,76%
Aragón	33.264	1,43%	36.644	1,58%
<b>Extranjero</b>	<b>585.508</b>	<b>25,19%</b>	<b>653.443</b>	<b>28,11%</b>
Estados Unidos	126.837	5,46%	154.321	6,64%
Francia	136.129	5,86%	134.134	5,77%
Reino Unido	85.381	3,67%	89.505	3,85%
Alemania	58.769	2,53%	66.021	2,84%
Japón	25.197	1,08%	41.981	1,81%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1.118.095</b>	<b>48,10%</b>	<b>1.206.351</b>	<b>51,90%</b>

### Relación pernoctaciones estatales / extranjeros

	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
<b>Nacionales</b>	504.730	48,00%	557.060	47,80%	573.337	45,30%	560.702	43,34%	595.678	42,14%	621.843	40,7%
<b>Extranjeros</b>	533.733	51,40%	608.429	52,20%	692.209	54,70%	733.155	56,66%	817.989	57,86%	902.821	59,2%
<b>TOTAL</b>	<b>1.038.463</b>		<b>1.165.489</b>		<b>1.265.546</b>		<b>1.293.857</b>		<b>1.413.667</b>		<b>1.524.664</b>	

## 2.5.

### San Sebastián, ciudad tractora para el turismo en el Territorio

San Sebastián se confirma como ciudad tractora a la hora de atraer el turismo a Gipuzkoa, especialmente el internacional. El 60.15% del total de los turistas de Gipuzkoa visitan San Sebastián y un 39.85% el resto del territorio. En cuanto al turismo internacional, el 89.3% de los turistas extranjeros que acuden a Gipuzkoa visitan San Sebastián, frente a un 11.7% que visita el resto de Gipuzkoa.

		2018	2019	INCR.%
PERNOCTACIONES DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN	Estado	595.678	621.843	4,39%
	Extranjero	817.989	902.821	10,37%
		<b>1.413.667</b>	<b>1.524.664</b>	<b>7,85%</b>
PERNOCTACIONES RESTO DE GIPUZKOA	Estado	679.683	691.533	1,74%
	Extranjero	297.025	318.447	7,21%
		<b>976.708</b>	<b>1.009.980</b>	<b>3,41%</b>

## 2.6.

### Medios de transporte para llegar a la ciudad

La siguiente tabla muestra, entre los visitantes atendidos en las oficinas de turismo de San Sebastián, el medio de transporte en el que han llegado a la ciudad. La mayoría, especialmente españoles y franceses, llegan a San Sebastián en coche. En los últimos años, desde que se ha centralizado la llegada de buses de largo recorrido y discretionales a la estación central, ha habido un incremento importante de visitantes que llegan a la ciudad en este medio.

Se mantiene la tendencia de los últimos años con la llegada de muchos turistas a pie, realizando el Camino de Santiago.

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO 2019	TOTAL	%
Coche	43.027	47
Bus	31.166	34
Tren	7.279	8
Avión Biarritz	322	0
Avión Bilbao	3.751	4
Avión Hondarribia	1.236	1
Autocaravana	2.065	2
A pie	2.803	3
Bicicleta	181	0
Otros	507	1
<b>TOTAL</b>	<b>92.337</b>	

Fuente: Donostia San Sebastián Turismoa

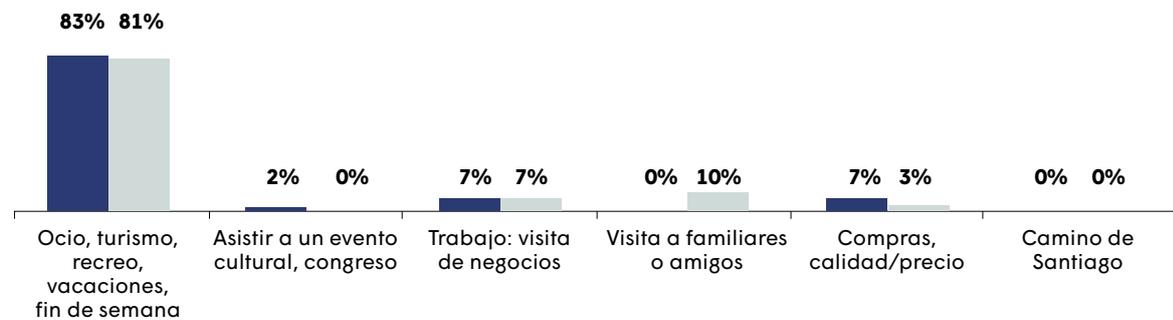
## 2.7. Tipología y perfil del turista actual

### Motivo principal de la visita (según temporada)

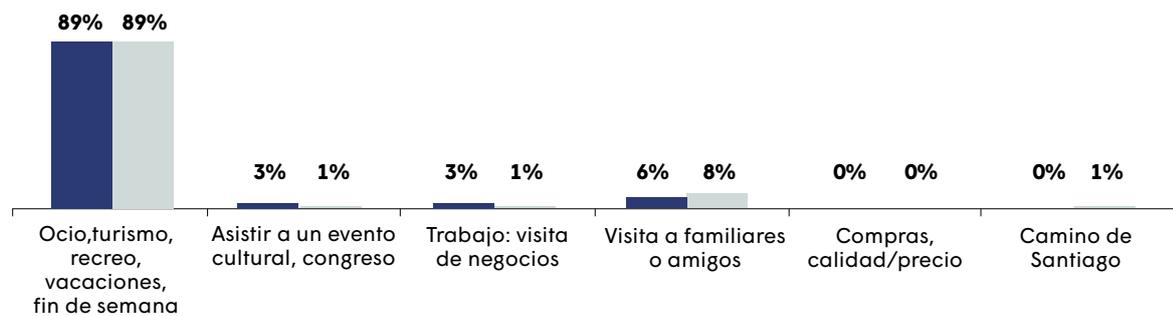
Según el estudio realizado por Datakey, los motivos principales de la visita de los excursionistas y turistas a Donostia son los siguientes.

■ Temporada Media - Baja    ■ Temporada Alta

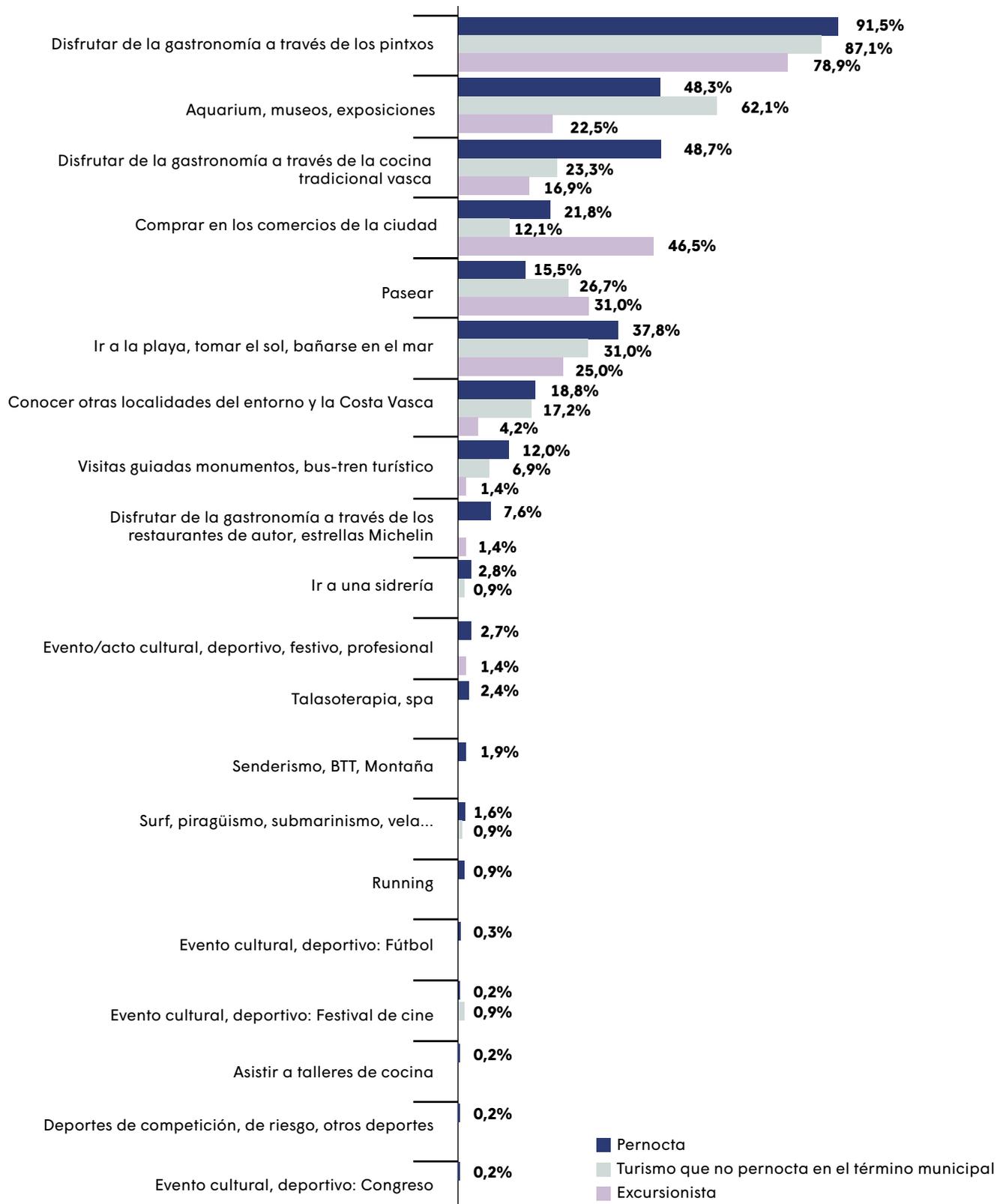
#### Excursionista



#### Turista



## Actividades realizadas durante su visita a Donostia/San Sebastián



## 2.8. San Sebastián en los medios de comunicación y rankings internacionales

Fruto de los viajes de prensa y la colaboración con los medios, en 2019 se ha recogido la publicación de **219 reportajes** sobre Donostia / San Sebastián en los medios internacionales más prestigiosos. Algunos de los medios destacados que han publicado sobre la ciudad son: **BBC, Forbes, Bloomberg, Luxury Lifestyle Magazine, National Geographic, The Telegraph, De Telegraaf, The Times, The Guardian, Vogue, Conde Nast Traveller, The Independent, Traveller, The Sunday Times Travel Magazine...**

**62 artículos** se han publicado en medios estatales que han sumado una cifra de **OTS** (Opportunity to See u oportunidades de visualización) de **60 millones, y un valor AVE** (Equivalent Advertising Value o valor económico equivalente) **de 1,34 millones de euros**. En cuanto a medios internacionales, se han publicado **157 artículos**. El sistema de clipping aún no recoge los datos de difusión de los medios internacionales, pero extrapolando el valor económico de los medios estatales, aun sabiendo que sería notablemente más elevado, se podría calcular una suma de OTS de más de **151 millones y un valor económico equivalente (AVE- Advertising Economic Value) de más de 3,4 millones de euros**, aunque la cifra real es considerablemente mayor. El valor total sumaría un valor AVE de más de 5 millones de euros.

DSS Turismoa **solo colabora con medios previamente seleccionados**, coincidiendo con **sus ejes, target y mercados prioritarios**. Se apoya a los medios con alguna noche de hotel, visita guiada a la ciudad, información, contactos etc., pero nunca se ofrece una retribución económica.

Teniendo en cuenta el impacto y visibilidad que generan los medios de comunicación, es importante procurar que la información que publiquen sea de la mayor **calidad** posible y que coincida con la apuesta de la ciudad por un **turismo sostenible**. Por ello, DSS Turismoa ofrece información a todos los medios que se ponen en contacto con la oficina, trasladando un mensaje de sostenibilidad. Se fomenta la desestacionalización y la desconcentración proponiendo a los periodistas/ bloggers planes para hacer en San Sebastián fuera de la temporada estival, se les invita a conocer lugares fuera del circuito habitual del centro y la Parte Vieja (recursos repartidos por los barrios de la ciudad, excursiones por el territorio...), se les informa sobre nuestra lengua y cultura etc.

—→ **Se han publicado 219 artículos sobre Donostia San Sebastián, que han generado un Valor Económico Equivalente (AVE) de más de 5 millones de euros**



## San Sebastián en los medios internacionales más prestigiosos



### The Telegraph

- 7 sumptuous hotels for a luxury stay in San Sebastián
- Pintxos and pensiones: where to stay on a budget in San Sebastián



### National Geographic

- San Sebastián, La Dama del Cantábrico
- Enciclopedia sabrosa de la Gilda
- Piscinas perfectas para bañistas cultoretas



### The Guardian

- "Utterly delicious": top chefs on the best thing they ate in 2019
- Five great interrail itineraries across Europe



### The Independent

- San Sebastián City Guide: Where to eat, drink, shop and stay Spain's foodie capital
- The 10 best under-the-radar European cities, from Malmö to Tallinn



### Forbes

- The 10 Coolest Places to Eat in 2020
- Go To Spain's Basque Country For Legendary Restaurant Arzak
- 9 Great European Food And wine Destinations For Fall



### The Times

- San Sebastián: the Big Weekend
- A weekend in...San Sebastián



### The Sunday Morning Herald

- Balenciaga - couture's liberating dark horse - comes to town



### The Sunday Independent

- Awakening the senses in San Sebastián



### BuzzFeed

- Here Are 9 Underrated Alternatives To Overcrowded Beach vacations



### Traveller

- The world's best local food: How to avoid tourist food and eat what the locals eat
- How Gros! San Sebastián as it used to be



### Vogue

- Balenciaga entre bastidores: así es la nueva exposición que estudia el trasfondo del genio



### The New York Times

- Stone Lifting as Sport in the Basque Country
- Five Places to Shop in San Sebastian

---

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

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

---

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

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

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

Además, San Sebastián ha sido destacada en numerosas guías de viaje y ha aparecido en el top de diversos rankings de viajeros como Tripadvisor, Family Traveller, The Independent, Travel + Leisure, The Guardian, El Tenedor, OAD, Guía Michelin...

### The Independent



*San Sebastián:  
la capital gastronómica de España*

### Travel + Leisure



*San Sebastián entre las 15  
mejores ciudades de Europa*

### Family Traveller



*San Sebastián uno de los mejores  
destinos familiares de España*

### Traveller



*San Sebastián entre los mejores  
destinos pasados por alto en 2019*

### The Guardian



*La Concha, la mejor playa de  
Europa, según The Guardian*

### Tripadvisor



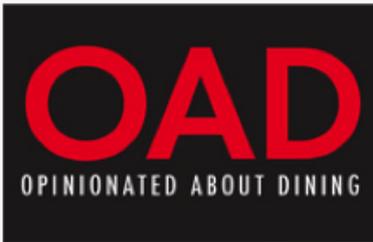
*La Concha, la mejor playa de  
España, de acuerdo con los  
Travelers'Choice Playas 2019*

### El tenedor



*San Sebastián, segundo destino  
gastronómico preferido por los  
españoles, según El Tenedor*

### Opinionated About Dining (OAD)



*El mejor restaurante de Europa + 5  
restaurantes del top 100 europeo  
se ubican en San Sebastián*

### Guía Michelin



*San Sebastián, la 2ª ciudad con  
más estrellas Michelin, por m² del  
mundo (18 estrellas)*

—> **Ver todos los rankings  
en los que destaca  
Donostia/San Sebastián:**

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



## 3. Estructura Organizativa

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

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

El 14 de noviembre **Isabel Aguirrezabala** es nombrada **nueva directora de DSS Turismoa** en sustitución a Manu Narvaez. Isabel Aguirrezabala ha ocupado el puesto de subdirección desde 2006 y ha sido clave en la elaboración del Plan Director Donostia San Sebastián-Visit Bizi 2017-2021. Por lo tanto, la entidad continua trabajando en la misma dirección estratégica, hacia un turismo sostenible, equilibrado, auténtico y de calidad.

### 3.1. Consejo Administrativo

- D. Eneko Goia  
*Presidente*
- D<sup>a</sup> Hutsune Mendiburu  
*Vicepresidenta*
- D. Ernesto Gasco
- D. Juan Ramón Viles
- D<sup>a</sup> Cristina Lagé
- D. Jon Markel Ormazabal
- D. Borja Corominas
- D<sup>a</sup> Haizea Garay
- D. Paul Liceaga
- D. José Joaquín Martínez
- D<sup>a</sup> Laura Larrión
- D<sup>a</sup> Nerea Aramburu

### 3.2. Consejo Consultivo

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

#### Sectores representados y miembros

- D. Iker Goikoetxea  
*Infraestructuras*
- D<sup>a</sup> Laura Larrión  
*AA. VV y de Receptivo*
- D<sup>a</sup> Nerea Aramburu  
*Comercios*
- D<sup>a</sup> Hutsune Mendiburu  
*Organización de Eventos, Reuniones e Incentivos*
- D. Xabier Lasaga  
*Recursos Museísticos, Culturales y de Ocio*
- D. Paul Liceaga  
*Alojamientos*
- D. Oscar Iparraguirre  
*Transportes*
- D. José Joaquín Martínez  
*Hostelería*
- D. Andoni Zubillaga  
*Servicios Complementarios*
- D. Iñigo Ansa  
*Servicios Turísticos*

### 3.3. Establecimientos asociados a Donostia San Sebastián Turismoa

Donostia San Sebastián Turismoa cuenta con 332 empresas asociadas.

Empresas asociadas a San Sebastián Turismo Donostia Turismoa, S.A. 2009-2019



### Sectores

Las empresas asociadas se dividen en 10 sectores:

Hostelería	<b>20%</b>
Alojamiento	<b>22%</b>
Comercios	<b>23%</b>
Servicios Turísticos	<b>8%</b>
Recursos museísticos, culturales y de ocio	<b>9%</b>
Servicios complementarios y de comunicación	<b>7%</b>
Agencias de Viajes y de Receptivo	<b>4%</b>
Infraestructuras	<b>3%</b>
Transportes	<b>2%</b>
Organizadores de reuniones y eventos deportivos	<b>2%</b>



## Recursos museísticos, culturales y de ocio

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

## Hostelería

- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MUGARITZ
- GANDARIAS JATETXEA
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BIARRITZ
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE BOKADO MIKEL SANTAMARIA
- RESTAURANTE CASINO KURSAAL
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE FOODOO
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE MESÓN PORTALETAS
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE XIBARIS
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO BAR
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR ZUMELTZEGI
- CAFE KURSAAL
- CAFETERIA AVENIDA XXI
- CASA GANDARIAS
- DAKARA BI
- LA PEPA TABERNA FRUTAL
- LA VIÑA BAR
- SM CAFE BAR
- VICTORIA CAFÉ
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA PETRITTEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- AZERI JANA CATERING
- BOKADO EVENTOS
- DIVINUS CATERING
- RESTAURANTE LA PIAZZETTA DE GROS
- ARAETA SAGARDOTEGIA
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- DIONI'S BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- DISCOTECA BATAPLAN

- DISCOTECA GU
- ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- SAGARDOAREN LURRALDEA

## Alojamientos

- HOTEL MARIA CRISTINA
- ARIMA HOTEL
- HOTEL ARBASO
- HOTEL ARRIZUL CONGRESS
- HOTEL ASTORIA 7
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL HESPERIA DONOSTI
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL NH COLLECTION SAN SEBASTIAN ARANZAZU
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL VILLA SORO
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- LASALA PLAZA HOTEL
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL CODINA
- HOTEL NIZA
- SERCOTEL HOTEL EUROPA
- HOTEL CASUAL DE LAS OLAS
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL PARMA
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL OKAKO
- HOTEL RECORD
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL WELCOME GROS
- ATOTXA ROOMS
- COMPLEJO AMETZAGAÑA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALEMANA
- PENSION ALTAIR
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION BIKAIN
- PENSION DONOSTIARRA
- PENSION GARIBAI

- PENSION GROSEN
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION ITXASOA
- PENSION KURSAAL
- PENSION UR-ALDE
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION IRUNE
- PENSION IZAR BAT
- PENSION KOXKA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION SAN MARTIN
- A ROOM IN THE CITY
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- KOB A ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- RESIDENCIA UNIVERSITARIA M. AGUD QUEROL
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN

- DUPLEX PLAYA DE ONDARRETA
- EMYRENT
- FEELFREE
- FOREVER RENTALS
- MILAGROS
- CASA RURAL KAXKARRE
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales
- HOTELES DE GIPUZKOA

- GOURMET
- IZARBIDE
- LA SEVILLANA
- SICOS
- ANHELO
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL
- BOUTIQUE LOOK
- DOLLS
- GOIURI BIKINI DENDA
- HAWAII
- IRULEA
- MANUELA VA DE FIESTA
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- PONSOL
- SASTRERIA ALDABALDETRERU
- SKUNKFUNK
- SUPERDRY
- SWING
- ZERGATIK
- JACARANDA LORADENDA
- PERFUMERIA BENEGAS

## Comercios

- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE
- ESPARTIN
- KOLOREKA
- LITTLE IRELAND
- MARIA KALA'S
- MICHAEL'S
- AITOR LASA GAZTATEGIA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- GARRARTE
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT



- ANTONELLA
- AYESTARAN
- BIKONDO JOYEROS
- CASA MUNOA
- IRANTZU JOYEROS
- KBERBI NEW
- TESTONE
- TORRUBIA & TORRUBIA
- BRONTE OPTIKAK
- ZINKUNEGI OPTIKA
- BOX SAN SEBASTIAN
- EL TURISTA
- ELKAR
- FNAC DONOSTIA.
- HONTZA LIBURUDENDA
- PAPELERÍA TAMAYO
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- ARTEKO
- CIBRIAN
- EKAIN ARTE LANAK
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- KUR ART GALLERY
- IZADI CAMP BASE
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- LA BICICLETA
- OH MY BIKE!
- SANSE BIKES
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- MARTA G. ESTILISMO
- MILK PELUQUERIA
- ORTOPEDIA SUMISAN
- CALMA YOGA STUDIO
- YO SALUD ESTÉTICA
- GARBERA
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- RENTAL MOTO DONOSTIA

## Infraestructuras

- AUDITORIO AQUARIUM
- BASQUE CULINARY CENTER
- CAMARA DE GIPUZKOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA.
- KURSAAL - PALACIO DE CONGRESOS AUDITORIO
- OLARAIN
- PALACIO DE MIRAMAR

- RECINTO FERIAL FICOBA / FICOBA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- TEATRO VICTORIA EUGENIA

## Organizadores de reuniones y eventos deportivos

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

## AAVV - Agencias de receptivo

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

## Transporte

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

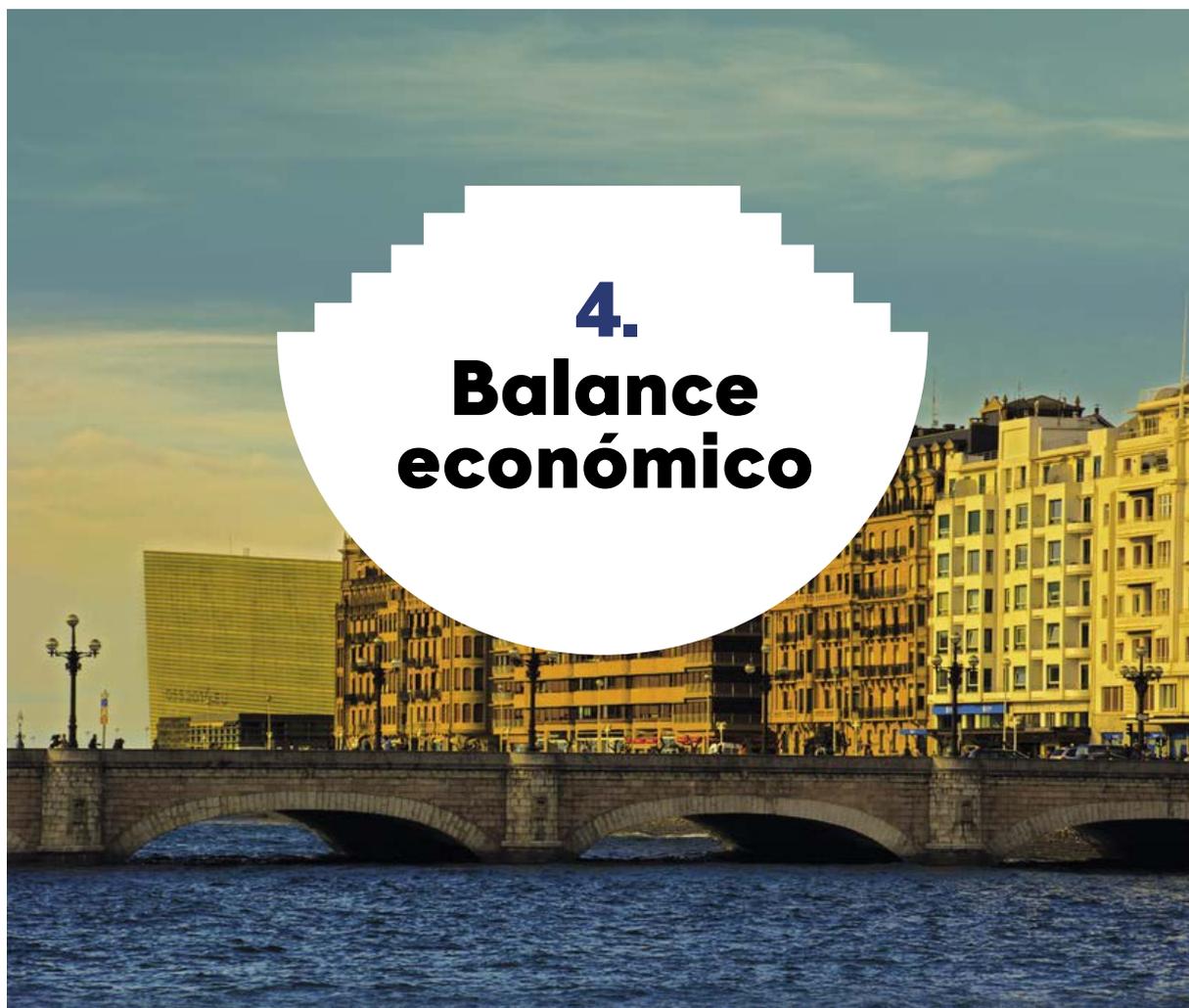
## Servicios complementarios y de comunicación

- MONTAJES INTEGRALES LANKOR
- AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BENGUA AUDIOVISUALES

- DMACROWEB
- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- DIGITALAK
- DIMENSION
- EUROSINTESIS
- TOUR MAGAZINE
- TYPO 90
- DIGITALAK.
- JESUS Mª PEMAN FOTÓGRAFO
- JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- LARREA FOTOGRAFOS
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- POLICLÍNICA GIPUZKOA
- BITEZ
- MONDRAGON LINGUA
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- BIKASI
- TROFEOS TXAPELDUN

## Servicios turísticos

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



## 4. Balance económico

### Resumen ejecución 2019

Gastos personal	-1.903.362,60
Gastos corrientes	-1.769.901,49
Aprovisionamientos	8.134,35
Amortización inmov.	-37.320,24
Diferencias cambio	0,00
	<b>-3.702.449,98</b>
Diputación	60.000
Gobierno Vasco	173.525,35
Recursos propios	424.879,94
Aportación socios	209.074,99
Otros ingresos (comisiones, aportaciones, etc...)	21.259,52
Subvenciones de capital transferidas al resultado del ejercicio	32.025,98
Ayuntamiento	2.821.086,00
	<b>3.741.851,78</b>



## 5.1. Marketing y comunicación

La estrategia de marketing y comunicación de Donostia San Sebastián Turismoa responde a la apuesta de su **Plan Director Donostia / San Sebastián VISIT- BIZI 2017-2021** por un modelo de turismo sostenible, situando a las personas en el centro. Sus principales ejes son la **sostenibilidad** – social, medioambiental, económica-, el **equilibrio** – entre ciudadanos, visitantes, empresas- la **calidad** – de vida, de visita, de destino- y la **autenticidad** – identidad, cultura, lengua propia, tradiciones, singularidad...

Las acciones de marketing y comunicación tienen como objetivo promover las tres grandes líneas estratégicas de la entidad enmarcadas en su plan director:

### 1./ Gestión del destino

Mejorar la comunicación de la movilidad y la accesibilidad turística, la desconcentración (repartir el flujo turístico por distintas áreas de la ciudad y alrededores), la desestacionalización (atraer visitantes fuera de temporada alta), la información del sistema de inteligencia del destino etc.

### 2./ Promoción del destino y sus ejes estratégicos en los mercados prioritarios

Se prioriza la calidad frente a la cantidad, por lo tanto, no se realizará una comunicación de masas si no acciones estratégicas para atraer a los públicos objetivos: cosmopolita, foodie, premium y MICE,

procedentes de los mercados prioritarios: España, Francia, Reino Unido, Benelux, Alemania, Escandinavia, Estados Unidos, Canadá, Japón o Australia.

### 3./ Comunicación institucional, sensibilización ciudadana y sector turístico

Comunicación de las acciones de sensibilización frente a los ciudadanos, los turistas y el sector turístico, presencia online de los socios de Donostia San Sebastián Turismoa, comunicaciones institucionales etc.

### 5.1.1. Renovación de marca

---

2019 ha sido un año de cambios. Se ha desarrollado la nueva marca e imagen para el destino turístico y para la entidad de Donostia San Sebastián Turismoa.

Uno de los principales retos del Plan Director Donostia / San Sebastián Vízit Bizi 2017-2021 es el de posicionar el destino a nivel internacional como uno de los líderes en turismo urbano; para ello se recomendaba una renovación de marca como herramienta imprescindible para transmitir una imagen actual y atractiva.

La agencia de comunicación ACC fue la encargada de crear la nueva imagen corporativa al resultar la ganadora del concurso público que se resolvió a principios de año.

A lo largo del 2019 se ha creado todo un universo de elementos gráficos recogidos en el **Manual de marca** y, entre las novedades, cabe destacar el haber unificado el logotipo de la entidad y el de destino para contar con una sola imagen que cohesionase todos los elementos mencionados.

La nueva marca, pretende ser un conjunto de atributos con los que nos identificamos y con los que queremos que el público nos identifique.

La entidad turística, también ha adaptado su denominación, para alinearse con las exigencias municipales del Plan de Normalización de Euskera, pasando a denominarse **Donostia San Sebastián Turismoa**.



# Donostia San Sebastián

El logotipo, la marca, simboliza y sintetiza nuestro icono máspreciado: **La playa de la Concha**. Pero la nueva marca no es sólo el símbolo y el logotipo. Es, ante todo, el conjunto de atributos y valores que ofrecemos, con coherencia, a las personas para que puedan identificarse con ellos.

—> **para posicionar el destino a nivel internacional como uno de los líderes en turismo urbano se recomendaba una renovación de marca como herramienta imprescindible para transmitir una imagen actual y atractiva**

Y en nuestro caso los atributos, la esencia que queremos mostrar de San Sebastián es que se trata de una ciudad:

**Bella, Abierta de espíritu, Amistosa, Sutil y Vasca con estilo propio.**



La nueva marca se presentó de forma escalonada, empezando por los **socios** que conforman la sociedad de Donostia San Sebastián Turismoa en una presentación en el Aquarium, pasando por **instituciones, medios de comunicación**, con envíos de información y newsletters, así como a la **ciudadanía y visitantes extranjeros**, con campaña publicitaria local y campaña de banners online respectivamente.

Durante el 2019 se han adaptado todos los soportes de comunicación tanto offline como online a la nueva imagen del destino: desde la actualización de las oficinas físicas, pasando por la papelería, el merchandising, todo el entorno web, así como los originales para las campañas publicitarias y las publicaciones impresas que reciben nuestros visitantes.

He aquí algunas muestras de todo el material adaptado:

## Papelería

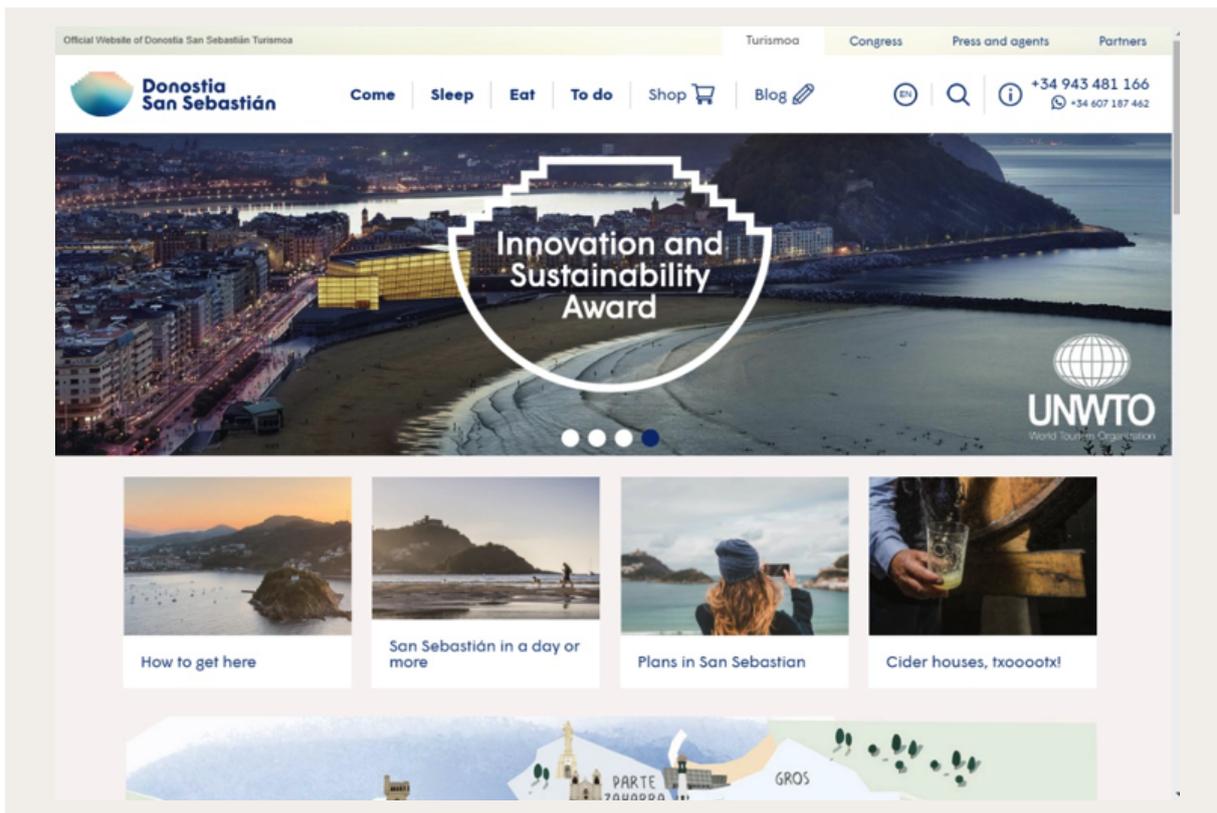


### Merchandising



### Web

Se ha actualizado todo el diseño de las diferentes páginas de **sansebastianturismoa.eus**, además de actualizar el dominio, pasando de un **.com** a un **.eus**.



A continuación, se analizan las diferentes herramientas de promoción que se utilizan para la difusión del destino turístico, sus recursos y los socios de Donostia San Sebastián Turismoa.

## 5.1.2. Campañas publicitarias

### Posicionamiento y Promoción exterior mediante web y campañas publicitarias

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

Dentro de este último eje, la internacionalización, se han definido como **mercados prioritarios** donde realizar una mayor incidencia: Francia, UK, Alemania, Países Nórdicos, Holanda, Bruselas, EEUU, Canadá, Japón y Australia. En el ámbito del **turismo de ocio**, la promoción y comercialización de la ciudad se basa en un **posicionamiento de destino urbano Citybreak**, escapadas y estancias cortas de 2 a 4 días de duración, haciendo especial hincapié en **3 públicos objetivos**:

—> **los 3 ejes principales son la sostenibilidad, la desconcentración y una mayor internacionalización**



El cuarto público objetivo coincide con el Eje del Sector MICE o turismo de negocios, de especial relevancia para la ciudad. Donostia San Sebastián pretende ser un referente internacional dentro del Turismo MICE, o Turismo de congresos, reuniones e incentivos.

Para atraer a estos públicos se ha trabajado el **posicionamiento del destino** mediante la ampliación y mejora de contenidos específicos de la web, así como en las publicaciones, y comunicaciones específicas.

## Mejora de contenido web para PPOO

Se ha creado contenido adaptado a estos cuatro públicos objetivos, empezando por la web: se han desarrollado landings específicas para cada tipología reuniendo propuestas y planes para cada tipo de visitante.

### Viajero Cosmopolita

para el viajero incansable que no quiere perderse nada

#### San Sebastián para viajeros incansables

San Sebastián es una ciudad que hay que visitar al menos una vez en la vida. Por su gastronomía, cultura, costumbres y paisajes, esta ciudad debe ser un imprescindible en tu guía de viajes.

**La playa de la concha. Una de las más premiadas del mundo**

Ubicada en el corazón de la ciudad, la playa de la concha es año tras año galardonada como una de las mejores playas urbanas del Mundo.

[Más información](#)

**Corazón y alma de San Sebastián**

Descubre la historia más antigua de una ciudad que fue fuerte militar, puerto comercial, y hoy en día una pequeña joya turística. Visita el Museo Uquill y las espectaculares salidas de su gran Viga, terrazas de Etxe de pintos y teatro cultural...

[Parte viaje y Uquill](#)

[Vamos de pintos](#)

**¿Quiénes son los VASCOS?**

San Sebastián sigue manteniendo la esencia de la cultura vasca. En sus calles, su gente, su gastronomía y sus fiestas populares se reflejan las tradiciones de este pueblo mixto...

[El Museo de la Cultura Vasca](#)

**Deporte y aventura**

Por tierra, mar y aire el deporte y la aventura son sus imperiales en su costa a San Sebastián. Surfear las olas en una de las mejores costas del mundo para la práctica de este deporte...

[Surfea las olas](#)

[Descubre Running](#)

[Conoce nuestro entorno en bici](#)

### Premium

para el viajero exigente

#### San Sebastián para los paladares más exigentes

San Sebastián lleva años caracterizándose por ser un destino selecto para los viajeros más exclusivos, aquellos que demandan el máximo en servicios y calidad.

**Servicios a medida**

San Sebastián te ofrece una ciudad repleta de naturaleza, mar y montaña, tradición y cultura, en la que te será posible vivir experiencias auténticas con locales y donostiarres. Para disfrutar la mejor estancia posible y descubrir nuestra región de forma más auténtica y amigable, una empresa local espera la oportunidad para tu próximo viaje.

**Gastronomía**

El ambiente de la ciudad te dice todo. La ciudad que más estrellas Michelin por año. 10 Estrellas Michelin en un radio de 10 minutos hacen que San Sebastián sea reconocido mundialmente por sus ligeros, sus platos, y sus maravillosas experiencias gastronómicas.

**Alojamiento y confort**

Hoteles de lujo, boutiques, restaurantes elegantes, la magnífica y exclusiva estación desde de su estancia en la ciudad, una estancia cómoda y acogida.

[Alojamiento premium](#)

## Foodie

para el viajero con intereses gastronómicos

### Experiencia gastronómica San Sebastián

San Sebastián es una de las capitales gastronómicas del mundo. Reconocida internacionalmente, cuenta con viajeros de todo el mundo que vienen a disfrutar de la gran variedad y calidad de sus restaurantes y de sus encantos gastronómicos. Aquí encontrarás algunas pistas para preparar tu próxima escapada gastronómica.



#### Mercados

Los mercados tradicionales de Donostia / San Sebastián y de su provincia. El secreto de una exquisita cocina.

Más información



#### Estrellas Michelin

En San Sebastián se esperan 7 restaurantes con estrellas Michelin. 3 de ellas con el máximo galardón, las 3 estrellas.

Restaurantes con Estrellas Michelin en San Sebastián



#### Pintxos

Uno de los tesoros gastronómicos de Donostia / San Sebastián son sus famosos pintxos, minúsculas coqueatas.

De pintxos por Donostia

Reserva tu experiencia



#### Txotxi

De enero a abril disfruta de nuestro máximo exponente de tradición gastronómica. Las sidrerías... ¡Txotxi!

Aquí son los Sidrerías de Donostia

Haz tu reserva

## MICE

para el organizador de un evento o un congreso

### Razones para elegir San Sebastián como ciudad de congresos



#### San Sebastián, la Perla del Cantábrico

Donostia no es una ciudad, es un homenaje a la vida; desde la icónica banderilla de San Sebastián se contempla la gran bahía de La Concha. Con sus 3 playas, 3 montes y una isla - la de Santa Clara, a la que los más valientes se atreven a llegar nadando - esta joya recibe cada año reconocimientos internacionales y visitantes de todo el mundo.

Hay veces que necesitas un respiro de tantas reuniones, visitas y pintxos, para poner los pies en la arena y dar una vuelta por cualquiera de las tres excelentes playas, a poca distancia de los principales espacios congresuales.



Mejor playa de Europa y 4ª del mundo



Expert's Choice - TripExpert (2018)



European Best Destinations (2017)



#### Gastronomía de estrellas Michelin

San Sebastián cuenta con una oferta gastronómica en la que caben propuestas de lo más variadas: desde las sociedades gastronómicas más exclusivas hasta los bares más casuales, de la cocina tradicional vasca a la más moderna. Todas ellas ofrecen la más alta calidad en sus recetas, ya que utilizan producto local y de temporada que sostienen en mercados tradicionales o directamente de los productores.



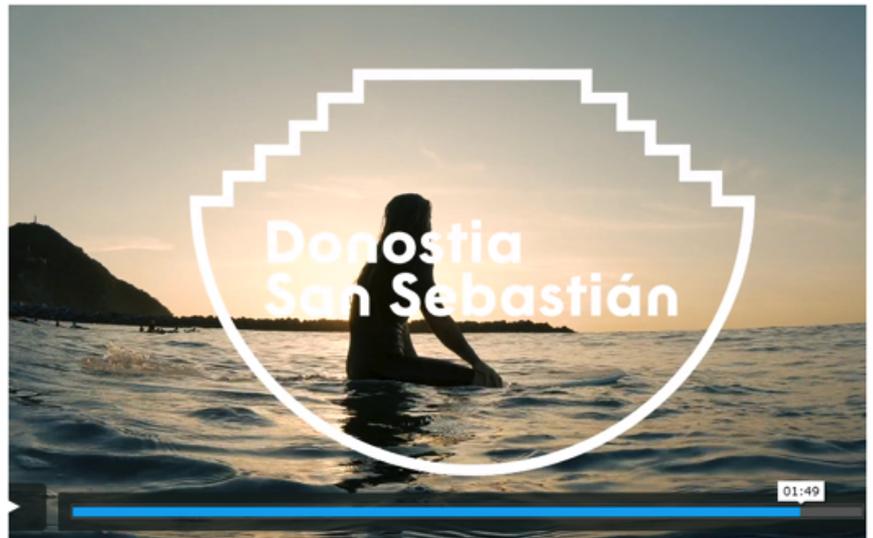
#### Referente cultural a nivel europeo

Donostia / San Sebastián respira cultura, sabe a cultura y promueve la cultura. Su título cultural resuena en toda Europa por su designación como Capital Europea de la Cultura 2016.



Para terminar con la actualización y renovación de grandes contenidos y soportes, junto con la empresa local Morgancrea, se realizaron 5 piezas de vídeo de cuidada producción en varias versiones, cuatro de ellas adecuadas a cada PPOO.

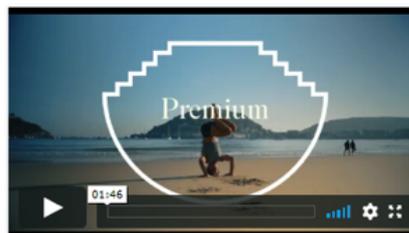
### **Piezas de vídeo de Donostia San Sebastián Turismoa**



DSS-Cosopolitan



DSS-Foodie



DSS-Premium



DSS-Congress & Meetings

<https://www.youtube.com/user/sansebastianturismo/videos>

—> **estas piezas se podrán utilizar en diferentes medios para la promoción del destino: web, RRSS, workshops, ferias etc.**

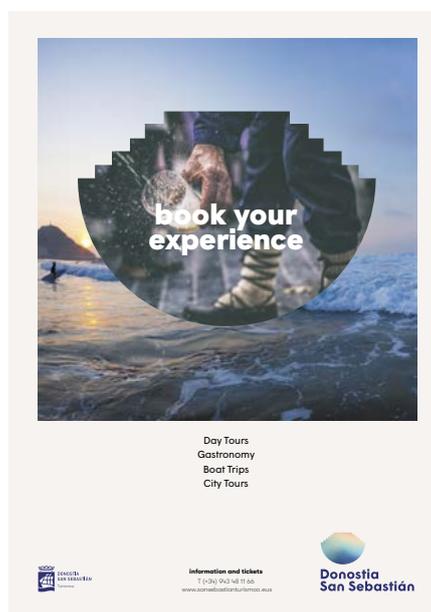
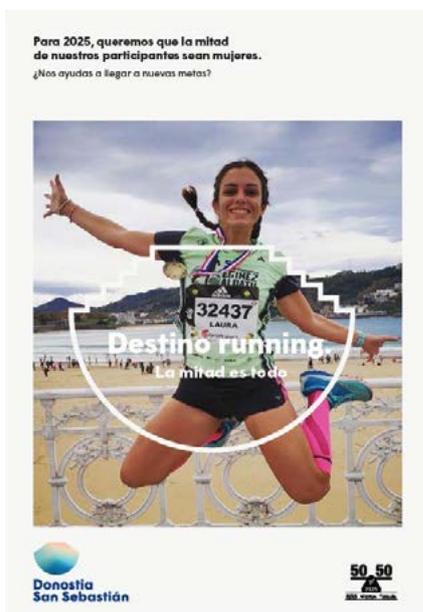
## Campañas por tipo de producto y públicos objetivos segmentados

Además de las landings, **las creatividades publicitarias** también se han adaptado a los nuevos públicos objetivos con la intención de interpelar directamente al viajero susceptible de viajar a nuestro destino y aumentar su interés.

A lo largo de todo el año se han realizado diversas campañas de publicidad con un peso especial de las inversiones en Google y RRSS que agrupamos en las siguientes líneas de producto:

### 1. Campañas Cosmopolita

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



## 2. Campañas MICE

En medios especializados como Eventoplus, Conexo o redes sociales como LinkedIn, poniendo en valor las características y oportunidades de la ciudad para la celebración de reuniones, además de la experiencia y la profesionalidad de Donostia San Sebastián Turismoa y sus más de 330 establecimientos asociados.



### 3. Campañas **Gastronómicas**

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



### 4. Campaña **PREMIUM**

En medios especializados como Basque Luxury Magazine y compra programática en portales cuyo principal consumidor es el cliente Premium.



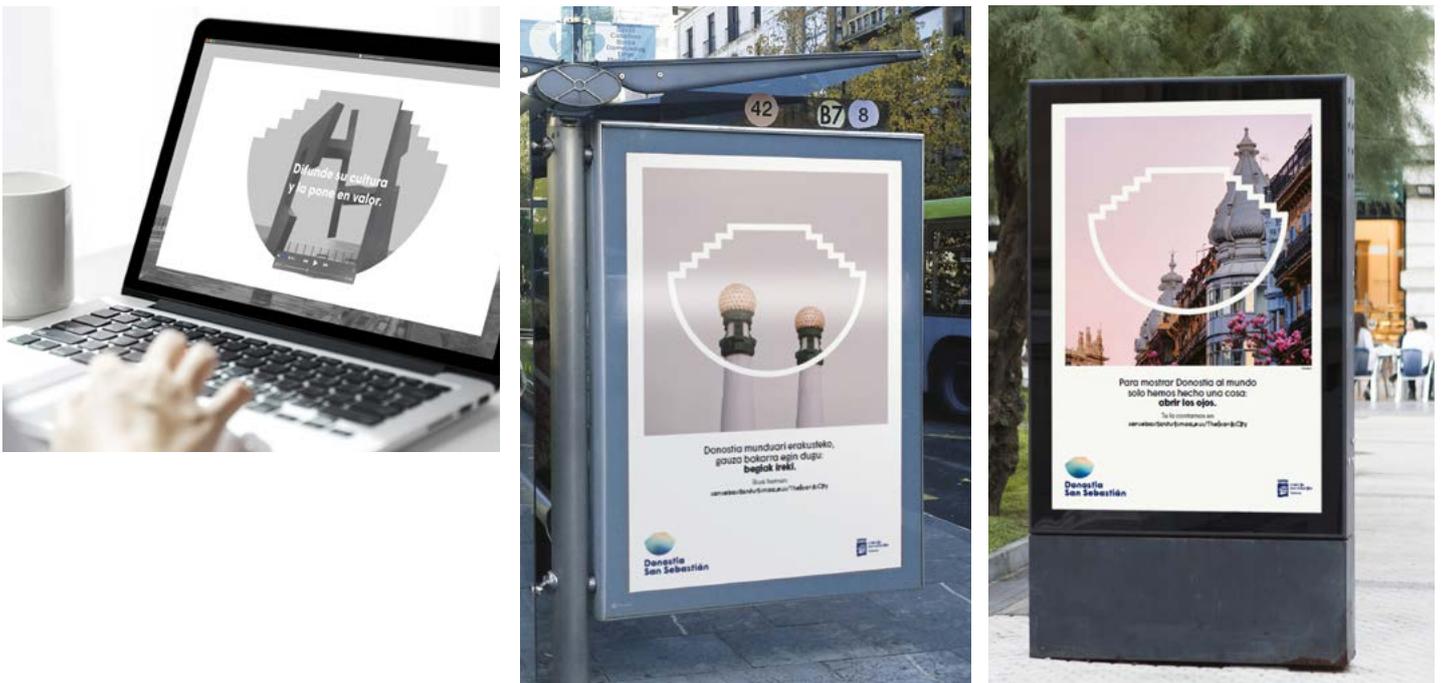
### 5. Campañas Ticketing

Promoción del destino y de las actividades de los socios de DSS Turismo con el objetivo de aumentar las ventas de sus actividades, a la venta a través de la tienda online y oficinas de DSS Turismo.



### 6. Campaña Lanzamiento de marca

Para presentar la nueva imagen de la ciudad y de la entidad a los diferentes públicos.

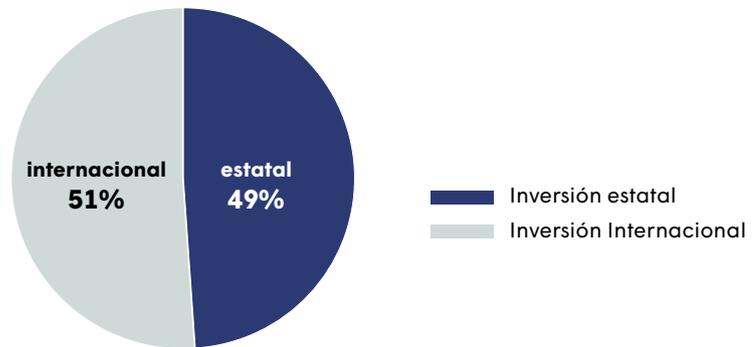


### En cuanto al análisis de las inversiones por mercados

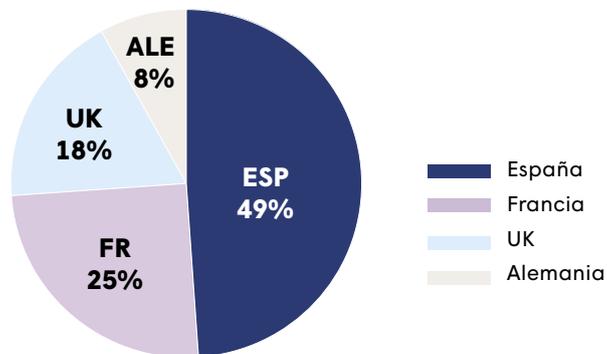
Dentro de la inversión publicitaria, destacamos una inversión publicitaria mayor en el mercado internacional para la **promoción del destino**, que, en el mercado estatal, donde las acciones van más encaminadas a la promoción de tickets y venta de producto -servicio final como la tienda online, es decir las excusiones y actividades del ticketing, así como las tarjetas turísticas.

Los mercados prioritarios en los que se realiza una promoción más activa en medios online son: España, Francia y UK son los mercados cercanos más relevantes que reúnen al 70% de los visitantes de la ciudad. En 2019, la inversión publicitaria de promoción del destino internacional, superó, de nuevo, a la estatal.

Internacionalización



Inversión publicitaria por mercados principales



### Estacionalidad de las acciones y de las inversiones publicitarias

En este 2019, por motivos del lanzamiento de la nueva marca, se retrasaron las campañas de promoción del destino hasta mayo, siendo los meses con mayor inversión publicitaria los meses a partir de septiembre, para evitar la promoción en temporada alta.

La excepción ha sido la promoción de la tienda online **shop.sansebastianturismoa.eus** y sus actividades\*, cuyo objetivo es alcanzar el mayor número posible de visitantes durante su estancia en la ciudad en la primavera y los meses de verano, para que consuman mientras están en la ciudad.

*\*Actividades que desarrollan las empresas socias de Donostia San Sebastián Turismoa y promocionan en la tienda online y de venta en las propias oficinas de turismo de la entidad.*



## Apuesta por inversiones en medios online

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

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

# 70%

## de las inversiones se han realizado en medios ONLINE

- Google Adwords, Display y red de búsqueda.
- **Redes sociales:** Facebook e Instagram.
- Trip advisor
- **RTB:** Compra de publicidad en medios online de calidad, especialmente en medios de viajes.
- **Blogs especializados:** Sisters and the city y otros blogs de viajes.
- Se han utilizado campañas de remarketing, para impactar en personas que ya se habían interesado en la web de sansebastianturismo.eus.

# 30%

## de las inversiones se han realizado en medios OFFLINE

- Se han utilizado Revistas regionales como el Grupo Tour Magazine, con difusión en Gipuzkoa, Bizkaia, Álava y Navarra, para la venta y promoción de productos de compra en destino.
- Revistas especializadas para impactar en público Premium como Luxury Magazine o para el mercado MICE, utilizando Evento Plus o Conexo, entre otras.
- También se han realizado campañas de Sensibilización Turística en la ciudad:

**Calendario Solidario:** el 50% de lo recaudado con su venta se ha dirigido a la Surfrider Foundation para la puesta en marcha de proyectos de sensibilización y protección de la costa donostiarra.

**50/50/25:** proyecto conjunto con la Behobia-SS y Fly Group, entidad organizadora de la maratón de Donostia SS para la incorporación y consolidación de la mujer a las carreras.



## Colaboraciones con entidades y empresas locales

A lo largo del año, con la intención de apoyar a entidades o empresas que desarrollan actividades que se alinean con los objetivos de la entidad, se han realizado acuerdos con algunos de los festivales de la ciudad, y gracias a ellos se ha incluido publicidad en sus soportes de comunicación.

### Zinemaldia

Inserción de publicidad en el diario del festival, así como banners en la web del mismo. Como novedad y con motivo del lanzamiento de marca, se patrocinó la bolsa oficial para los acreditados al Festival de Cine 2019.

### Semana del cine fantástico y de terror

Colaboraciones publicitarias, para apoyar la difusión del festival.



Además, se ha colaborado también con empresas y entidades locales para la promoción de las siguientes líneas estratégicas:

### Turismo Idiomático

Lacunza IH y Tandem. Material promocional y publicaciones para asistencia a ferias de Turismo idiomático.

### Turismo Accesible

Apoyo a Basque For All para asistir a una feria Naidex de Accesibilidad 2019 en Birmingham , UK.

### Turismo deportivo-Running

Diferentes acuerdos publicitarios con Behobia-SS, Maratón de Donostia-SS, para la promoción del destino como destino Running.

### Turismo deportivo-Surf

Patrocinio de uno de los capítulos de la Serie "Caminando las olas" proyecto que une el Surf y el Camino de Santiago, como nuevo producto turístico.



### 5.1.3. Web y redes sociales

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

#### Web

El 2019 ha sido un año complicado, ya que motivado por el cambio de dominio las visitas al entorno web de sansebastianturismoa.eus, y sus webs asociadas han perdido un 18% de visitas.

En 2019 se han recibido 1.747.797 visitas a la web de sansebastianturismoa.eus.

Las visitas mensuales han ido recuperando los valores de 2017 pero se han mantenido por debajo de los valores registrados en 2018.

→ en 2019 se han recibido **1.747.797** visitas a la web de **sansebastianturismoa.eus**



#### Internacionalización

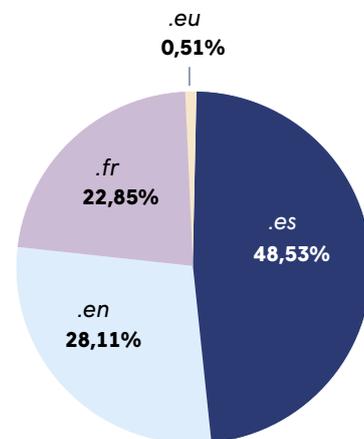
En cuanto a la internacionalización el dato es positivo, ya que el 53% de las consultas son de visitantes extranjeros.

→ el **53%** de las consultas son de visitantes extranjeros

#### Mercados

Entre los países más importantes solo sube EEUU (a 23%) y UK = 0% se mantiene estable. El resto de países bajan: España 25%, Francia 25% y Alemania 23%. Las visitas internacionales aumentan su peso y, por primera vez, alcanzan el 53%.

IDIOMAS (sin tráfico de pago)			
Distribución de idiomas durante 2019			
1.	/ es /	<b>1.830.305</b>	48,53%
2.	/ en /	<b>1.060.013</b>	28,11%
3.	/ fr /	<b>861.870</b>	22,85%
4.	/ eu /	<b>19.221</b>	0,51%



## Apartado web dirigido al Turismo de Negocios

La web de negocio ha recibido **89.766 visitas** durante **2019**. El número de **visitas** ha aumentado un **↑145%** respecto al mismo periodo del año anterior, aunque el aumento se debe principalmente a las visitas desde la web de ocio y a las campañas publicitarias puestas en marcha en el último trimestre. En 2019 han aumentado un **12%** las **visitas internacionales** (especialmente **Francia, USA y UK**).



**↑ 145%**  
nº visitas

## Apartado web dirigido a Prensa y Agentes

El apartado dirigido a prensa y agentes ha recibido 12.060 visitas durante 2019, con un aumento **de un ↑ 1%** respecto a 2018. Se ha producido un aumento sustancial del tráfico desde otras páginas de DSS Turismoa hacia ésta, y destaca el aumento de visitas desde **EEUU y UK**.



**↑ 1%**  
nº visitas

## Socios

Las páginas de socios siguen recibiendo mucho tráfico derivado de las páginas de sansebastianurimoa.eus.

### El tráfico derivado a Socios:

79.106	visitas a sus webs
34.482	clics de localización-mapa
3.375	contactos por email
2.279	contactos por teléfono
21.427	visitas al apartado de reservas de alojamiento de las cuales 19.050 provienen del apartado dormir.

También se deriva tráfico a otras webs. **344.336 clics** en enlaces externos a otras webs incluidos socios.

1.	19.081	astenagusia.donostiakultura.eus
2.	14.675	movilidad.dinypark.com
3.	9.269	donostia.eus
4.	7.975	restaurantealameda.net
5.	5.986	restauranteelkano.com

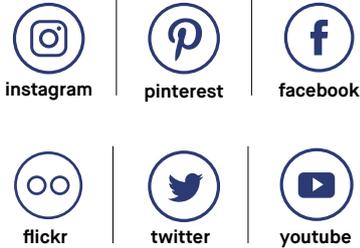
### reproducción vídeos en youtube

42.030		videos de youtube reproducidos en la web
1.	8.858	Escapada a Donostia / San Sebastián Short Breaks
2.	3.992	Tamborrada: The Beat of a Basque Drum
3.	3.982	Monte Igueldo
4.	2.500	El peine del viento
5.	1.225	4 claves para ir de pintxos en Donostia / San Sebastián

### documentos descargados

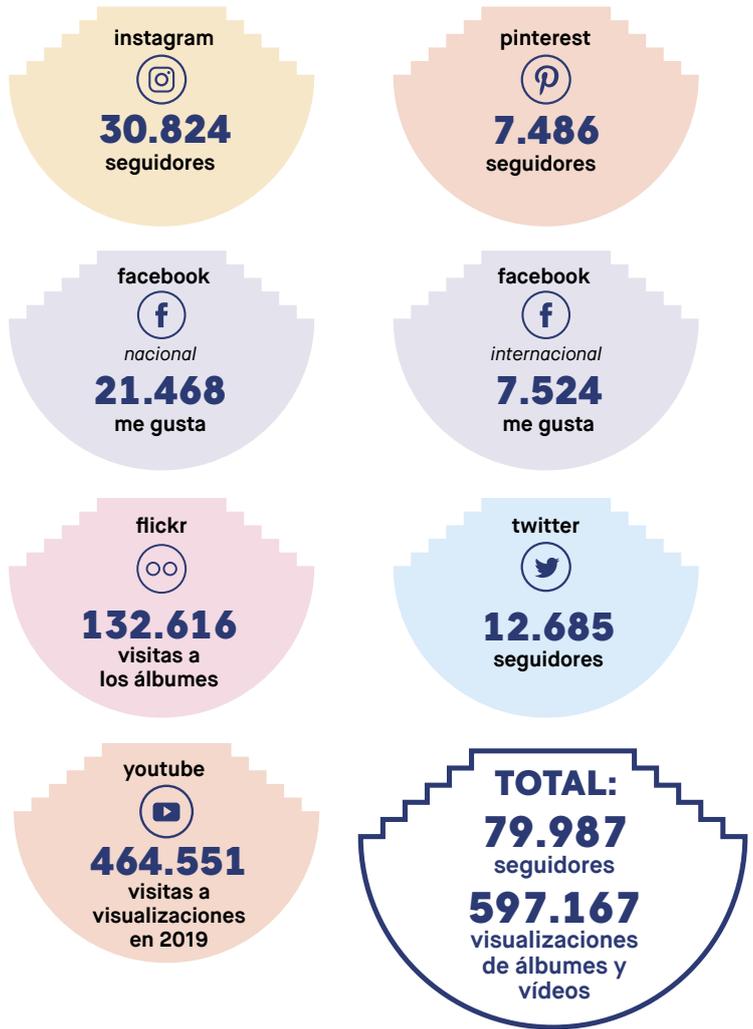
232.710		documentos descargados
1.	15.866	san-sebastian-tourist-map.pdf
2.	14.967	horario-bus-tren-eu-es-en-fr.pdf
3.	14.555	agenda-cultural-san-sebastian.pdf
4.	14.402	agenda_semanal.pdf
5.	8.160	suscriptores al boletín, el número de usuarios no ha variado porque se han descartado algunos usuarios que ya no recibíanlos boletines.

**Más seguidores y mayor interacción en las redes sociales**



Desde DSS Turismoa se trabaja cada red social para responder a un objetivo y target determinado. Las redes sociales se actualizan diariamente y se introducen con cada vez mayor frecuencia stories y vídeos en directo que obtienen altas cifras de visualización e interacción para transmitir mensajes, lugares y eventos estratégicos de la ciudad.

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



Ej. Story de Instagram sobre el desafío 50/50/25 por la igualdad en el Maratón Donostia



### 5.1.4. Press trips o viajes de prensa

Donostia/San Sebastián Turismoa trabaja en colaboración con medios de comunicación internacionales, con el objetivo de posicionar San Sebastián como un destino de calidad a nivel mundial, haciendo especial hincapié en los mercados prioritarios (Francia, Alemania, UK, Países Nórdicos, Holanda, Bruselas, EEUU, Canadá, Japón, Australia...).

A lo largo de 2019 se han atendido **97 medios de comunicación, 15 estatales y 82 internacionales**, a través de viajes de prensa o comunicación online, con el objetivo de proporcionarles la mejor información sobre la ciudad en los ejes

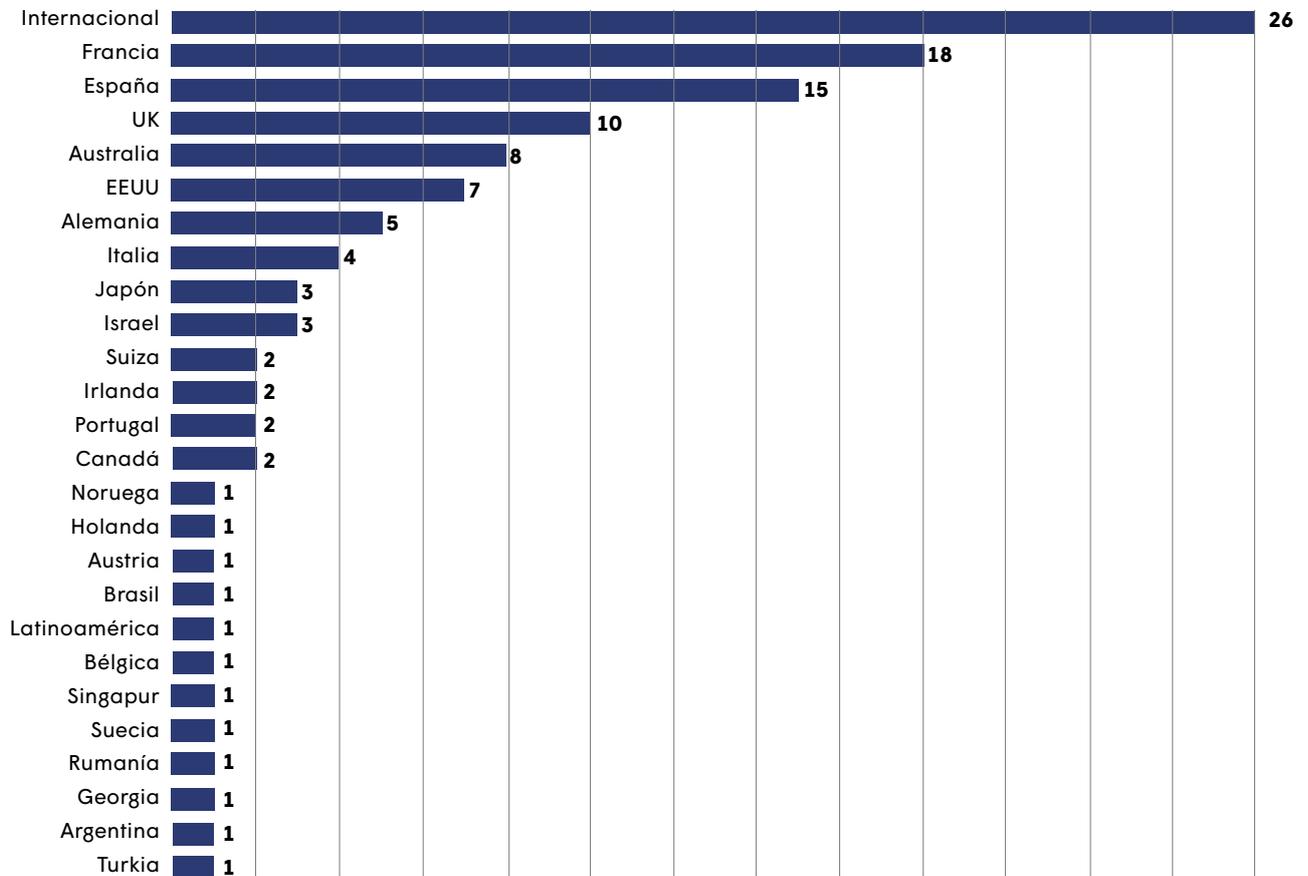
que se quieren promocionar según el Plan Director Donostia / San Sebastián VISIT- BIZI 2017-2021: cultura, gastronomía, premium y city break.

DSS Turismoa **solo colabora con medios previamente seleccionados**, tras evaluar los datos, procedencia y perfil de la audiencia de cada medio. Se colabora con medios que coinciden con los ejes y mercados prioritarios, sin retribución económica, pero con apoyo ocasional en alguna noche de hotel, visita guiada a la ciudad, información, contactos etc. Se ofrece un welcome pack, un dossier de prensa e información de calidad y estratégica

a los periodistas, con el objetivo de transmitir un mensaje de sostenibilidad, autenticidad e identidad propia. Los press trips nunca se desarrollan en temporada alta y siempre fomentan la desestacionalización y la desconcentración: planes para hacer en San Sebastián fuera de la temporada estival, nuevos ejes y nodos al margen de los espacios con mayor concentración turística etc.

Este año se ha colaborado con medios tan prestigiosos como **BBC, The Sunday Times Travel, The Sunday Independent, Forbes, Elle, Fodor, Variety, Vanity Fair, Le Routard, Lonely Planet etc.**

#### Medios por países



Fuente: Donostia San Sebastián Turismoa  
 \*Internacional se refiere a medios online u offline con difusión a nivel mundial

### 5.1.5. Ruedas de prensa y boletines

Además de la comunicación hacia la promoción exterior, también se diseñan una serie de acciones de comunicación de cara a la **información y sensibilización ciudadana**. El ciudadano está adquiriendo un rol cada vez más importante en la reflexión de la evolución del turismo de la ciudad y por ello se trabaja en la difusión y comunicación de las acciones a nivel local.

En 2019 entre entrevistas, noticias y ruedas de prensa se han generado **122 impactos**.

Este año también se han actualizado los **boletines o newsletters**: existe una versión con información más interna para los socios de DSS Turismoa y otra versión para medios de comunicación locales, agentes, stakeholders y otros suscriptores, que se publica **todos los meses en 4 idiomas**. Los boletines recogen las noticias más relevantes del sector, las novedades y acciones de promoción que se están llevando a cabo desde la Entidad, los congresos más destacados, los reportajes sobre la ciudad en la prensa internacional, planes mensuales etc.

2019



Entrevistas   Noticias   Ruedas de Prensa

→ el ciudadano está adquiriendo un rol cada vez más importante en la reflexión de la evolución del turismo de la ciudad.



Todos los boletines se archivan en: <https://press.sansebastianturismoa.eus/es/documentacion/newsletter/newsletters-antiguos>

## 5.2. Turismo MICE

Donostia San Sebastián Turismoa trabaja diferentes líneas con los siguientes objetivos:

- Posicionar a San Sebastián como destino de turismo de negocio a nivel local, estatal e internacional.
- Fomentar la captación de eventos MICE.
- Promocionar Donostia/ San Sebastián como destino de reuniones.
- Dinamizar sectores de la economía local relacionados con el turismo de reuniones – Inclusión de socios.

Para conseguir los objetivos fijados se han llevado a cabo las siguientes acciones

1. Captar eventos - presentar candidaturas.
2. Programa Enbaxadore.
3. Promoción & Incorporación de socios – Selección y participación en Ferias y workshops.
4. Fam trips , viajes de inspección y visitas de comercialización.
5. Acciones con socios.
6. Entrega de material turístico para congresistas.
7. Publicaciones Específicas.

La labor de captación de eventos es fundamental tanto para asegurar los buenos resultados a medio y largo plazo, como para dar a conocer nuestra función entre promotores, instituciones y organizadores de congresos.

Durante todo el año se trabaja con el objetivo de presentar candidaturas para de ese modo, garantizar la celebración de eventos en el destino.

Hay que señalar que **25 de los eventos celebrados en 2019** procedían de **candidaturas ganadas**, lo que supone 8.860 delegados y 20.600 pernoctaciones. Entre ellos, 14 han sido de carácter internacional, 10 de carácter nacional y 1 de carácter regional. Por tipología, 16 han sido congresos, 5 jornadas, 2 convenciones, 1 evento deportivo y 1 Presentación de producto.

→ **el objetivo final de la promoción es captar eventos**



### 5.2.1.

## Acciones a nivel local

En 2019 se han presentado **23 candidaturas**, de las cuales se han ganado 9, se han perdido 10 y 4 están pendientes de resolución.

Entre las causas de pérdida de candidatura se comentan la capacidad y precio de los hoteles, la capacidad de las infraestructuras y las malas conexiones para llegar al destino.

**23**

Candidaturas



Actual vs  
Anterior

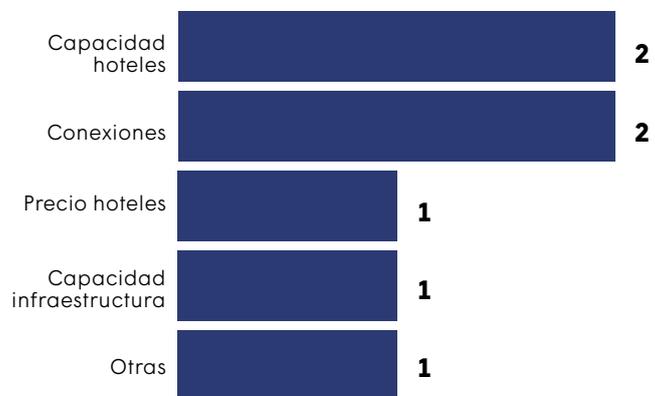
**0**

Candidaturas  
AA

#### Variación x Estado



#### Causas Pérdida



## Candidaturas presentadas

Entre las candidaturas ganadas en 2019 destacan:

Congreso	Año celebración	Fechas de celebración	Participantes	Estado
CONVENCIÓN EMPRESA FRANCESA	2019	30 - 09 / 02 - 10	120	Ganada
SEMINARIO DE TURISMO DE REUNIONES Y ASAMBLEA ANUAL DEL SPAIN CONVENTION BUREAU	2020	27 - 05 / 29 - 05	70	Ganada
VALO SUMMIT EUROPE	2020	03 - 06 / 04 - 06	170	Ganada
MEDITERRANEAN EDITORS & TRANSLATORS MEETING (METM)	2020	15 - 10 / 18 - 10	200	Ganada
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CIRUGÍA PEDIÁTRICA (SECP)	2021	20 - 05 / 22 - 05	300	Ganada
INTERNATIONAL CONFERENCE ON OPTICAL MEMS AND NANOPHOTONICS (OMN)	2021	26 - 07 / 29 - 07	150	Ganada

## Programa Enbaxadore

El programa Donostia / San Sebastián **Enbaxadore** pretende reconocer públicamente y ante la sociedad guipuzcoana el esfuerzo personal y laboral que los profesionales del ámbito médico, científico y/o tecnológico y universitario realizan al presentar una candidatura y responsabilizarse de la organización de un congreso, buscando subrayar esta labor y su repercusión, tanto a nivel económico como generadora y difusora del conocimiento, en nuestro entorno.

**Enbaxadore** fue 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). Este prestigioso "club" cuenta ya con 66 profesionales.

El evento de nombramiento de nuevos "**Enbaxadore**" se ha pospuesto al 2020. No obstante, a lo largo del 2019 se han llevado a cabo dos actividades sociales con los que se pretende crear vínculos que den fruto sinergias y nuevos proyectos en diferentes ámbitos.

Este programa, además de ser un merecido reconocimiento a profesionales por haber traído un congreso a Donostia, es una importante herramienta de captación de eventos, de promoción de la labor del Departamento de Congresos y Eventos y de posicionamiento de San Sebastián como destino MICE.



## 5.2.2.

## Acciones a nivel nacional e internacional

Promoción & Incorporación de socios –  
Selección y participación en Ferias y workshops

Se han seleccionado y participado en **8 ferias y workshops nacionales e internacionales de MICE**, con el objetivo de posicionar Donostia / San Sebastián como un destino estratégico para la celebración de eventos y reuniones.

En ciertos eventos, se ha ofrecido a los socios la posibilidad de participar junto DSS Turismoa

Las ferias y workshop en los que se ha participado son los siguientes:

Fecha	Nombre
24 - 27 / 04 / 2019	M&I FORUM, EUROPE COSTA BLANCA (Benidorm) Mesa compartida con 1 socio.
21 - 23 / 05 / 2019	IMEX EUROPA (FRANKFURT) + 10 socios Stand y velador para la participación de 10 socios.
11 - 14 / 06 / 2019	JORNADA DIRECTA MERCADO USA – SCB (Chicago)
30 - 31 / 08 / 2019	JORNADA INVERSA MERCADO ALEMÁN-SCB (Barcelona)
03 - 05 / 10 / 2019	ICCA DESTINATION MARKETING SMALL CLIENT/SUPPLIER BUSINESS WORKSHOP (Serbia)
07 / 10 / 2019	WORKSHOP SELECTAIR – BASQUETOIR (Rioja Alavesa)
28 - 30 / 10 / 2019	JORNADA DIRECTA MERCADO BENELUX (Amberes y Ámsterdam)
19 - 21 / 11 / 2019	BTM WORLD (BARCELONA) + 9 Socios Stand de Basquetour. Mesas de trabajo para 9 socios que participan con agenda.

El resultado de la participación en estas ferias y workshops se recoge a continuación:

**M&I FORUM – MERCADO EUROPEO – PARTICIPACIÓN DE SOCIOS**

Se mantuvieron un total de 40 reuniones profesionales, destacando citas con agentes franceses, españoles, belgas, holandeses, polacos y británicos.

**Resultado:**

Empresa	Resultado
LIFESTYLE EXPERIENCES GROUP DMC	Grupo de 47 pax en octubre de 2019. Quiere organizar fam-trip con clientes nórdicos. Grupo de Canadá en julio 2019. Valorando incluir San Sebastián en un Roadshow de uno de sus clientes.
CIS - COUNCIL OF INTERNATIONAL SCHOOLS	Forum on International Admissions and Guidance en noviembre de 2019 en Bilbao. Posibles visitas a San Sebastián de grupos de las 900 pax que participan en este foro.
VOQIN	Grupo de 150 pax en septiembre de 2019. Propone a la DMC que participa con nosotros en este foro hacer una visita comercial a sus oficinas de Madrid.
ART VITAL	Grupo de 50 pax en octubre de 2019. (Barcelona)

---

**FERIA IMEX FRANKFURT – MERCADO INTERNACIONAL - PARTICIPACIÓN DE SOCIOS**

63 contactos, de 26 países, entre los que destacan Francia, Polonia, Bélgica, Suecia, Suiza, Italia....

**Resultado:**

Empresa	Resultado
MCI - Inglaterra	Viene en junio 2019 en visita personal a San Sebastián y Bilbao
PROCESA EVENT MANAGEMENT AND INCENTIVES	Solicita información MICE de San Sebastián para su uso en la oficina
ANOTHER KONZEPT España - Suecia	Tiene en estudio un incentivo de 50 pax con 10 días de formación en mayo de 2020
WECO-TRAVEL	Pide información del destino para compartir en un desayuno con sus clientes de Suiza.

---

**JORNADA DIRECTA DEL SPAIN CONVENTION BUREAU (SCB) - MERCADO AMERICANO**

Procedencia: **Chicago**. Contactos: 23

**Resultado:**

Empresa	Resultado
HELMSBRISCOE	Grupo a España en 2020. Valorando San Sebastián.

---

**JORNADA DIRECTA DEL SPAIN CONVENTION BUREAU (SCB) - MERCADO ALEMÁN**

Procedencia: **Alemania**. Contactos: 15

**Resultado:**

Empresa	Resultado
BERTHOLD MEETING & MEDIENSERVICE LEISERKREIS DAHEIM	Valorando posible congreso para San Sebastián con su cliente.
TIME CHANGE	Candidatura CWG Conference para sede abril - mayo 2021 - 180 pax.

**WORKSHOP ICCA DESTINATION BUSINESS – MERCADO INTERNACIONAL**

Se trata de un evento al que están invitados destino europeos que deben asistir con una persona responsable de haber organizado un congreso en su destino. Se establecieron contactos en Bélgica, Escocia, Francia, Reino Unido, Italia, Suiza...

**Resultado:**

Congresos potenciales de interés para el que se valora presentar candidatura:

- |    |       |  |
|----|-------|--|
| 1. | EPDA  | para optar a sede de mayo / junio 2023 / 150 pax         |
| 2. | BCO   | para optar a sede de mayo / junio 2022 / 640 pax         |
| 3. | ICCH  | para optar a sede de septiembre / octubre 2022 / 600 pax |
| 4. | EHMA  | para optar a sede de junio 2021 en adelante / 500 pax    |
| 5. | EBJIS | para optar a sede de septiembre 2023 / 600 pax           |

Congreso confirmado al que se le ofrecerá servicio:

- |    |         |  |
|----|---------|--|
| 1. | EUROSAC | se celebra en junio 2020 en Bilbao / 100 pax.<br>Necesitan relación de actividades para venir en el tiempo libre a San Sebastián |
|----|---------|--|

**WORKSHOP SELECTAIR – MERCADO BELGA**

Procedencia: **Bélgica**. Contactos: 150

**JORNADA DIRECTA DEL SPAIN CONVENTION BUREAU (SCB) – MERCADO BELGA Y HOLANDÉS**

Procedencia: **Bélgica**. Contactos: 24 - **Holanda**. Contactos: 20

**Resultado:**

Empresa	Resultado
CIRCLE8 EVENT	Grupo de incentivo de 25 pax que está empezando a trabajar sin fecha.
EPL	Congreso EPL de 200 pax. Candidatura para sede marzo 2021 en fase de estudio.

**FERIA IBTM BARCELONA – MERCADO INTERNACIONAL – PARTICIPACIÓN DE SOCIOS**

46 contactos de 15 países. Destacan España, EEUU, Gran Bretaña, Noruega y Suiza

**Resultado:**

Empresa	Resultado
LA PALOMA EVENT	Visita de inspección en enero 2019. Grupo de 24 pax en octubre 2019 de Suecia. Convención de 200 pax para sept/oct 2020.
SBD AGÈNCIA DE VIATGES	Convención de 30 pax en enero 2019.
GRUPO NUBA	Evento corporativo de 40 pax en octubre 2020.
ESPAÑA INCOMING	Grupo confirmado en 2020.
SPONSORSHIP & EVENTS	Grupo confirmado en octubre 2020.
KUONI TUMBLARE	Grupo confirmado en abril 2021.
SPAIN YOURWAY	Posible grupo en mayo 2020.
AV SERVICES BCN	Organización de Evento en estudio.
VACANZA IN	Incorporan San Sebastián como destino con el que trabajan en su Web.
NORDIC SPAIN EVENTS	Grupo de 20 pax en octubre de 2021. Incorporan imagen de San Sebastián en su página Web.
MESHEK WINGS TOUR LTD	Grupo de 55 pax en abril de 2020.
OVATION GLOBAL DMC	Está estudiando un evento Back to Back de 5 semanas entre abril y junio de 2020 en San Sebastián.



## Fam trips , viajes de inspección y visitas de comercialización

En 2019 se ha colaborado en la organización de **7 Fam trips** en los que se ha establecido contacto con agentes del sector MICE de diferentes países de interés para promocionar San Sebastián:

FAMTRIP	Fechas	Nº de personas	País de Origen	Resultado
NH COLLECTION	20 enero	8	España	
ACADEMIA LACUNZA	1-2 abril	17	Internacional	
AGENCIA RESIA (La Paloma Event)	13-15 junio	9	Suecia	Grupo del 4 al 7 sept. 2019 Grupo del 13 al 17 mayo 2020
MERCADO USA (OET Chicago)	15 octubre	6	America	
ORGANIZACIÓN SELECTAIR (Basquetour)	5-6 octubre	100	Belgica	
AGENCIA RTA	23 noviembre	9	Alemania, Austria & Suiza	
MERCADO ARGENTINA (Basquetour)	16 noviembre	5	Argentina	



Por otro lado, a lo largo de 2019 se han realizado 11 **Visitas de Inspección** con organizadores y promotores de congresos y agencias de viajes de incentivo interesados en valorar la posible celebración de sus eventos en San Sebastián:

Entidad	Fechas	Nº de personas	Pais de origen	Evento confirmado
USCAP-UNITED STATES AND CANADIAN ACADEMY OF PATHOLOGY	12-16 enero	2	EEUU	CONGRESO USCAP 25-29 agosto 2019 180 pax
LA PALOMA EVENT	15 - 16 enero	9	España	INCENTIVO 3-6 octubre 2019 12 pax
DOW AGROSCIENCES	13 - 24 febrero	2	España	INCENTIVO DOW AGROSCIENCES 7-10 marzo 2019 30 pax
IATM INTERNATIONAL ASSOCIATION	3 - 4 marzo	1	Reino Unido	THE ANNUAL GENERAL MEETING OF THE INTERNATIONAL ASSOCIATION OF TOUR MANAGERS LTD - IATM 2020
PROFESORES CEDARS SINAI MEDICAL CENTER	9 - 10 abril	4	EEUU	CONGRESO EN BCC 2019
WORLD CONGRESS OF COLLEGES AND POLYTECHNICS	05 junio	10	Internacional	WORLD CONGRES OF COLLEGES AND POLYTECHNICS-WFCP Octubre 2020
USCAP - UNITED STATES AND CANADIAN ACADEMY OF PATHOLOGY	28-julio	5	EE UU	USCAP MEETING Mayo 2020 75 pax
SHERA	28 septiembre	3	Tailandia	INCENTIVO 36 pax de Tailandia - 23 nov 2019 - Esta es la semilla para muchos eventos más
CIC NANO GUNE	25 eptiembre	2	Donostia	OPTICAL MEMS AND NANOPHOTONICS 2021
TKNIKA	30 octubre.	2	Donostia	CONGRESO WFCP en octubre 2020
AGENCIA RTA	23 noviembre	9	Europa	Varios incentivos en 2019 y 2020

A su vez, se han mantenido reuniones comerciales con 10 promotores de congresos y se han realizado **Visitas Comerciales** a 6 agencias organizadoras de viajes de incentivo de **Burdeos** (Francia).

## Acciones con socios

Con el objetivo de incrementar la **presencia de los socios** colaboradores de Donostia Turismoa en las acciones comerciales en las que participamos, en 2019 el área de Congresos y Eventos ha ofrecido a sus socios la opción de participar en tres **ferias y workshops** dirigidas al mercado MICE internacional y europeo.

Feria	Mercado	Socios
M&I FORUM (Costa Blanca)	Europeo	1
IMEX (Frankfurt)	Internacional	10
IBTM (Barcelona)	Internacional	8



A lo largo de 2019 el Departamento de Congresos y Eventos ha facilitado el contacto de socios de diferentes sectores de Donostia San Sebastián Turismoa a:

- **Más de 200 solicitudes de entidades internacionales y nacionales organizadoras de congresos o reuniones profesionales confirmadas en San Sebastián o en fase de candidatura.**

- **Más de 40 solicitudes de entidades fundamentalmente de Francia, Alemania, Suecia y España interesadas en organizar o que están organizando un viaje de incentivo en San Sebastián.**

En el caso concreto de las **DMC** y **OPC**, se ha facilitado el contacto de empresas socias a **13 organizadores-promotores** de eventos que han mostrado interés en organizar un congreso o viaje de incentivo en San Sebastián.

## Material turístico para congresistas

Se ha entregado **material turístico** a los asistentes de **30 congresos** y convenciones celebrados en la ciudad, con un total de los 5.000 ejemplares distribuidos. Además, se ha habilitado un *punto de información turística* en las propias sedes de **9 congresos** que han reunido a **8.421 personas**.

Los asistentes a los congresos celebrados dentro de los *cursos de verano*, también han recibido información turística en el stand ubicado en el Palacio de Miramar. Han sido un total de **19 congresos con 2.373 asistentes**.

**Publicaciones específicas**

**1. Manual para organizadores de congresos**

A lo largo de 2019 se ha seguido haciendo uso del Manual para Organizadores de Congresos editado en 2018.



**2. Guía de Incentivos: Reedición**



### 3. Kit para la presentación de candidaturas

El Departamento de Congresos y Eventos ha renovado el material de presentación de candidatura adaptando continuamente la información, datos etc.

### Referencias y Casos de Éxito 2019

En 2019 se ha reconocido y difundido el potencial y la calidad que ofrece San Sebastián como destino de eventos profesionales en diferentes boletines y redes sociales:

Boletín de la Agencia Europe Expert →

Página Web de la Agencia Nordic Spain  
Destino destacado San Sebastián →

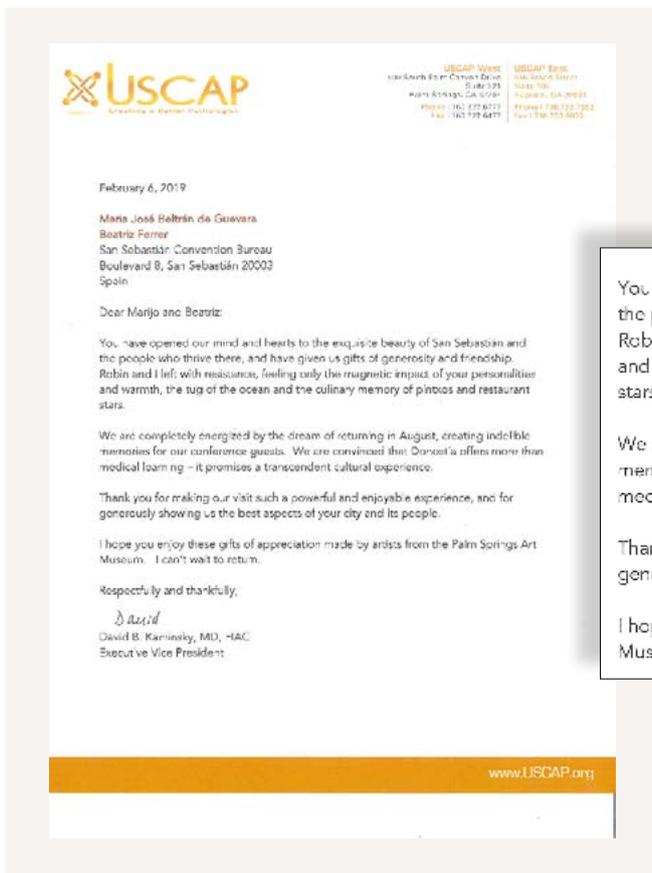
**Congreso SECA**  
Seguimiento a través de su cuenta de Twitter →



**ACS NANO**

**American Chemical Society**

Editorial de 3 páginas dedicadas a San Sebastián como ciudad de NanoCiencia y Tecnología



You have opened our mind and hearts to the exquisite beauty of San Sebastián and the people who thrive there, and have given us gifts of generosity and friendship. Robin and I left with resistance, feeling only the magnetic impact of your personalities and warmth, the tug of the ocean and the culinary memory of pintxos and restaurant stars.

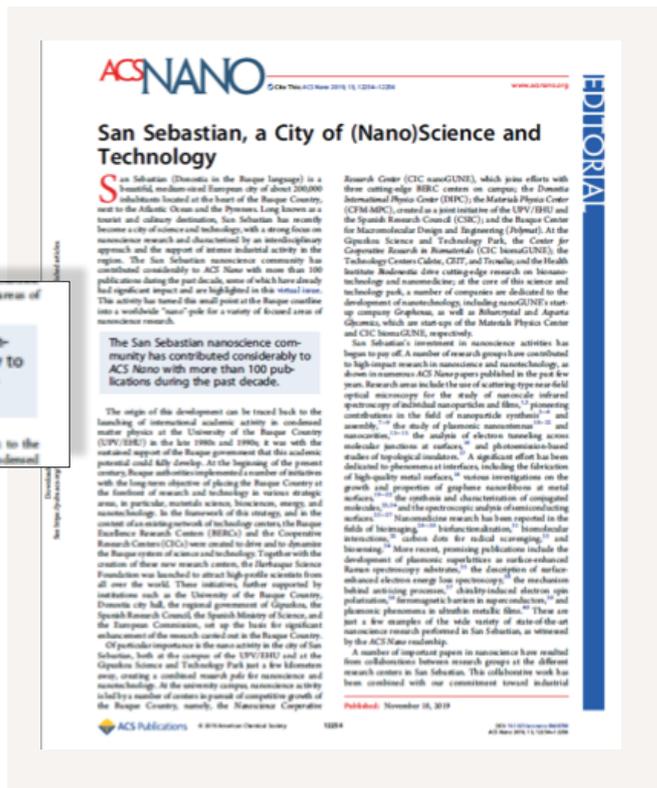
We are completely energized by the dream of returning in August, creating indelible memories for our conference guests. We are convinced that Donostia offers more than medical learning – it promises a transcendent cultural experience.

Thank you for making our visit such a powerful and enjoyable experience, and for generously showing us the best aspects of your city and its people.

I hope you enjoy these gifts of appreciation made by artists from the Palm Springs Art Museum. I can't wait to return.

**Congreso USCAP**

Carta de agradecimiento por el apoyo recibido y confirmación de un nuevo evento en San Sebastián →



into a worldwide "nano" pole for a variety of focused areas of nanoscience research.

The San Sebastián nanoscience community has contributed considerably to ACS Nano with more than 100 publications during the past decade.

The origin of the development can be traced back to the launching of international academic activity in condensed

## Publicidad y prensa MICE 2019

A lo largo de 2019 San Sebastián aparece mencionada como destino de reuniones profesionales en diferentes artículos y reportajes, entre los que figuran los siguientes:

Medio de Comunicación	Inserción publicitaria	Reportaje
20 MINUTOS		Acuerdo de hoteles de Sevilla y San Sebastián hoteles para evento de promoción de San Sebastián en Londres
marketing directo.com		Noticia colaboración con el congreso de Club de Creativos
CONEXO		Noticia colaboración con el congreso OPC
CONEXO		Noticia candidatura Asamblea SCB ganada por San Sebastián
NOTICIAS DE GIPUZKOA		Noticia candidatura Asamblea SCB ganada por San Sebastián
DIARIO VASCO - Suplemento - Tu evento en Gipuzkoa	2 faldones publicitarios	
TURESPAÑA	3 páginas	Ciudades para celebrar reuniones 2019. Contraportada con imagen de San Sebastián MICE.
NEXOTUR		Reportaje ranking ICCA 2019.
NEXOTUR	1/2 página	Artículo análisis información Web de Congresos de Donostia San Sebastián Turismoa
NOTICIAS DE GIPUZKOA - online		Artículo posicionamiento de San Sebastián en el Rankin de ICCA
DIARIO VASCO online		Imagen del vídeo de San Sebastián destino MICE
MICEBOARD - online		MICE study tour - acción comercial destinos del SCB en Barcelona
CONEXO	1/2 Página	Web de congresos
EVENTOPLUS	Artículo patrocinado	Ciudades de reuniones en España
DIARIO VASCO	Noticia	Participación en la Feria IBTM de Barcelona
ACS NANO - American Chemical Society	3 páginas	Los embajadores firman la editorial de esta revista científica con referencia a San Sebastián NANOPOLE
HOSTELTUR - especial MICE	3 páginas	Reportaje País Vasco e imágenes de varios artículos del especial

**Ejemplos recogidos:**

**Reportaje de TURESPAÑA**

Ciudades para celebrar reuniones: San Sebastián



**Artículo en NEXOTUR**

Análisis de la página Web [www.sansebastiancongress.com](http://www.sansebastiancongress.com)

**NEXOTUR**

PAÍS: España  
PÁGINAS: 29  
TARIFA: 580 €  
ÁREA: 266 CM<sup>2</sup> - 31%

FRECUENCIA: Semanal  
O.J.D.:  
E.S.M.:  
SECCIÓN: EVASION

---

20 Mayo, 2019

## San Sebastián muestra toda su oferta de reuniones en una 'web' específica

La página de Turismo de San Sebastián incluye un área de su Convention Center en la que incluye, con un correcto diseño responsive, una amplia información sobre sus sedes para la organización de eventos y una completa agenda de congresos.

[congress.sansebastianturismoa.eus/](http://congress.sansebastianturismoa.eus/)

Dentro de la página oficial de Turismo del Ayuntamiento de San Sebastián se incluye un área específica dedicada a los organizadores de eventos, en la que además de informar ampliamente sobre las características de todas las sedes para congresos que ofrece la capital gipuzcoana, incluye una amplia información de sus servicios y atractivos turísticos, incluidas las relaciones por tipo de alojamientos y restaurantes y una completa agenda de eventos por año y mes. Por otro lado, la página ofrece versiones en castellano, euskera, inglés y francés.

**INFORMACIÓN**

Presenta las diversas sedes para congresos de San Sebastián, con su descripción y la de sus salas, incluyendo su superficie y capacidad. También informa sobre sus alojamientos por tipo y categoría, y sobre sus restaurantes, con su descripción y el enlace con su web.

**SERVICIOS**

Dedicó un área a la información sobre las empresas de servicios por tipo que colaboran en la organización de eventos en San Sebastián con su descripción y el enlace con su página. Para conocer el equipamiento que ofrecen sus sedes incluye el enlace con su página.

**EVENTOS**

Dispone de una agenda de los eventos pasados y futuros programados en San Sebastián, que se puede consultar por año y mes. Presenta sus fechas, tipo, ámbito, número de participantes previsto, así como el enlace con la página del evento cuando existe.

**Lo Mejor / Amigable**  
Con diseño responsive y buena estructura, es una herramienta útil y de fácil uso para los organizadores de eventos.

**Lo Peor / Planos**  
Ofrece las características de las salas de cada una de sus sedes, lo que se podría completar con planos de su situación.

**Ponderación de los Valores**

Valor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10 BIENIO										
10 FACILIDAD										
10 RESGATE										
10 VELOCIDAD										
10 % DEL PRODUCTO										
10 ACTUALIZACIÓN										
10 CALIDAD INFORMACIÓN										
10 COBERTURA PRODUCTO										
10 IDIOMAS										
10 INFORMACIÓN A EXPOSITORES										
10 INFORMACIÓN A VISITANTES										
10 INFORMACIÓN DEL ENTORNO										
10 OTROS SERVICIOS										

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

El área de Congreso de la página del Ayuntamiento de San Sebastián puede ser de interés para los organizadores de eventos por su amplia información sobre la oferta de la ciudad, la descripción de sus sedes para congresos y una completa agenda de eventos.

79

## 5.3. Turismo de Ocio

### 5.3.1. Productos turísticos

El principal objetivo del departamento de productos turísticos es diseñar y desarrollar productos y servicios turísticos que consoliden el destino y lo posicionen como destino internacional de turismo urbano siguiendo las pautas marcadas por el Plan Director Visit- Bizi 2017-2021, como son la sostenibilidad, la autenticidad, el fomento de la descentralización y la generación de recursos propios.

Para alcanzar ese objetivo se desarrollan una serie de acciones:

Elaboración de una serie de variados **productos propios**

Asesoramiento a las **empresas asociadas** en la creación de sus actividades

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

Comercialización de los productos turísticos propios y de los asociados en las oficinas de atención al turista y en la tienda on line. **(Generación recursos propios)**

#### Productos Propios

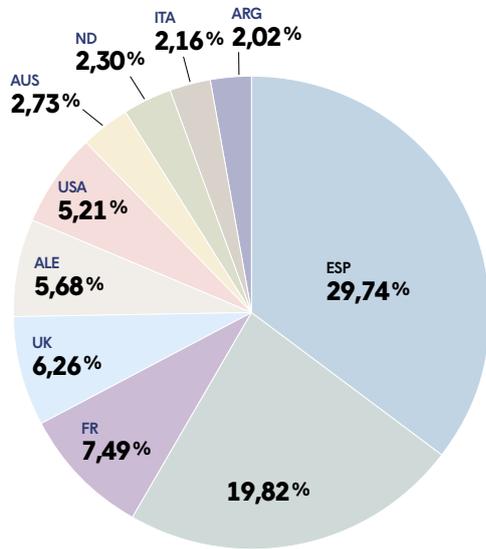
#### 1. Tarjetas Turísticas

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 los asociados a la entidad (museos, restaurantes, comercios, etc) como las líneas de transporte público: **San Sebastián Card** (2 tarjetas), para

conocer Donostia/ San Sebastián, y **Basquecard** (2 tarjetas) para conocer Donostia/ San Sebastián, Gipuzkoa y las capitales de la Comunidad Autónoma. El objetivo de este producto es que el visitante conozca el mayor número de recursos que ofrece el destino haciendo uso del transporte público.



### Procedencia de los usuarios de la tarjeta turística



#### Procedencia por países

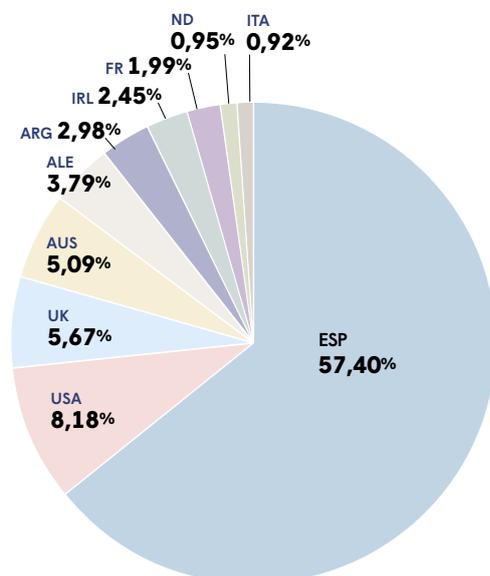
- España
- País Desconocido
- Francia
- Gran Bretaña
- Alemania
- Estados Unidos
- Australia
- Países Bajos
- Italia
- Argentina

\* Fuente: Donostia / san Sebastián Turismoa

\*La procedencia desconocida se debe a ventas en Hoteles de las que aún no se ha volcado la procedencia en el sistema.

## 2. Visitas guiadas en San Sebastián

Las visitas guiadas a pie permiten al visitante conocer de la mano de un guía profesional de manera más detallada aspectos de la historia, cultura, costumbres y tradiciones de la ciudad. Se ofrecen durante todo el año.



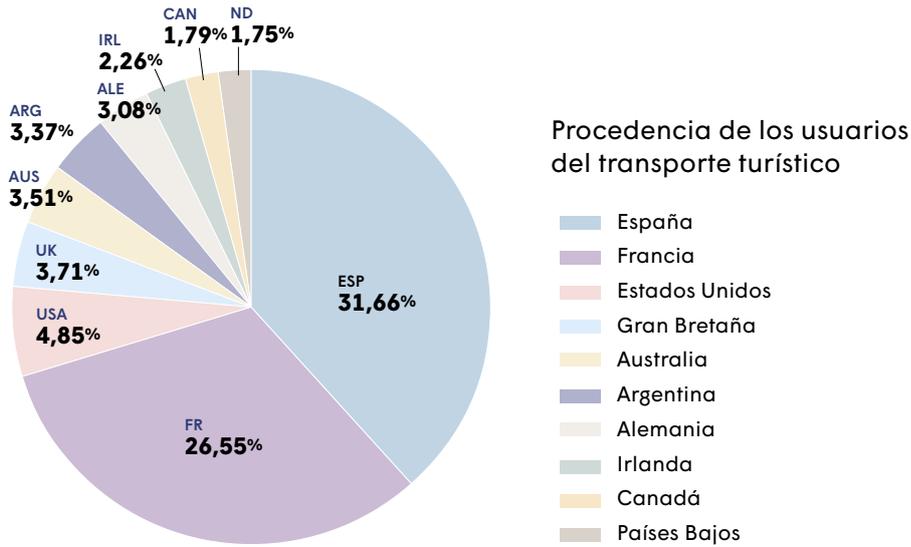
#### Procedencia por países

- España
- Estados Unidos
- Gran Bretaña
- Australia
- Alemania
- Argentina
- Irlanda
- Francia
- Países Bajos
- Italia

\* Fuente: Donostia / san Sebastián Turismoa

### 3. Transporte turístico

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



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



## Productos de asociados

Donostia San Sebastián Turismoa pone a disposición del visitante 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

Visitas guiadas	SST
Bus turístico	SST
Tren Turístico	SST
eBike Tour ( <i>mañana y tarde</i> )	GO LOCAL
Bike Tour ( <i>mañana y tarde</i> )	URBAN

#### GASTRONÓMICAS

Pintxo Tour / English ( <i>mañana y tarde</i> )	URBAN
4 pintxos tour castellano + pintxo tour inglés ( <i>mañana y tarde</i> )	DONOSTYLE
Bodegas Rioja inglés + Bodegas Rioja castellano	DONOSTYLE
Curso de Cocina Vasca	DONOSTYLE

#### EXCURSIONES

Tour Costa Francesa ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTUR
Tour Costa Francesa ( <i>castellano</i> ) y Tour Costa Francesa ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Tour Bidasoa ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTUR
Bilbao Guggenheim ( <i>1/2 día cast</i> ) + Bilbao Guggenheim ( <i>1/2 día ing.</i> )	DONOSTYLE
Bilbao Gaztelugatxe ( <i>castellano</i> ) + Bilbao Gaztelugatxe ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Bodega Txakoli ( <i>castellano</i> ) + Bodega Txakoli ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Costa Gipuzkoa ( <i>1/2 día cast.</i> ) + Costa Gipuzkoa ( <i>1/2 día inglés</i> )	DONOSTYLE
Tour Urola Costa ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTUR
Flysch y Txotx	SAGARDOAROUTE
Costa Gipuzkoa ( <i>castellano</i> ) + Costa Gipuzkoa ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Tour 3 Templos ( <i>castellano</i> ) + Tour 3 Templos ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Tour Hondarribia - Pasajes San Juan	DONOSTYLE

#### PASEOS MARÍTIMOS Y DEPORTES

Motoras a la isla / Linea azul	MOTORAS
Travesía por Donostia en Catamarán	CATAMARÁN
Trekking Montes Vascos ( <i>castellano</i> ) + Trekking Montes Vascos ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Bono alquiler mixto ( <i>bici, tab</i> )	KIROL MUSIK
Acantilados ocultos ( <i>mañana y tarde</i> )	GETARI CHARTER
Paseo Yate Flysch Dragonstone	GETARI CHARTER
Puesta de sol desde el mar	GETARI CHARTER
St James Way Trekking ( <i>english</i> )	URBAN ADVENTURES
Alquiler Body Board	FORTUNA
Alquiler piragua	FORTUNA
Alquiler tabla Sup	FORTUNA
Alquiler tabla Sup XL	FORTUNA
Clase Surf 90 minutos	PUKAS SURF ESKOLA
Banana Boat Hondarribia	WATERJOY
Flyboard Hondarribia	WATERJOY
Moto agua Hondarribia	WATERJOY
Speed Boat Hondarribia	WATERJOY
Visita barco desde Hondarribia	WATERJOY
Wakeboard/Waterski Hondarribia	WATERJOY

#### CULTURA VASCA

Pelota	GALARRETA
Visita + pelota	GALARRETA
Quesería Idiazabal y Txotx	SAGARDOAROUTE
Quesería Adarrazpi ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTUR
Mercado tradicional y Txotx	SAGARDOAROUTE
Comida + Cena Visita	SAGARDOETXEA
Sidrería Petritegi Comida + Cena	PETRITEGI
Comida + Cena Sidrería + Transporte	SAGARDOAROUTE



**MUSEOS, OCIO Y ESPECTÁCULOS**

Casino + Casino Premium  
 Talaso Circuito 2 horas  
 Comida + Cena + Talaso 2 horas  
 Eureka Museo  
 Eureka Museo + Planetario  
 Albaola Museo  
 Aquarium entrada  
 San Telmo entrada

**GASTRONÓMICOS**

Pintxo Tour ( <i>english / mañana y tarde</i> )	URBAN
4 Pintxos Tour castellano + Pintxo Tour inglés ( <i>mañana y tarde</i> )	DONOSTYLE
Bodegas Rioja inglés + Bodegas Rioja castellano	DONOSTYLE
Flysch y Txotx	SAGARDOAROUTE
Queseria Idiazabal y Txotx	SAGARDOAROUTE
Quesería Adarrazpi ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTOUR
Comida + Cena visita Sagardoetxe	SAGARDOETXEA
Sidreria Petritegi ( <i>comida + cena</i> )	PETRITEGI
Comida + Cena sidreria + transporte	SAGARDOAROUTE
Curso cocina vasca	DONOSTYLE

**OTROS: NATURALEZA, ACTIVO, CULTURA VASCA, ETC...**
**EXCURSIONES**

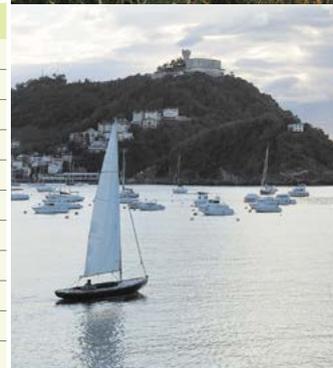
Tour Costa Francesa ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTOUR
Costa Francesa castellano y Tour Costa Francesa inglés	DONOSTYLE
Tour Bidasoa ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTOUR
Bilbao Guggenheim ( <i>1/2 día castellano</i> ) + Bilbao Guggenheim ( <i>1/2 día inglés</i> )	DONOSTYLE
Bilbao Gaztelugatxe castellano + Bilbao Gaztelugatxe inglés	DONOSTYLE
Bodega Txakoli castellano + Bodega Txakoli inglés	DONOSTYLE
Costa Gipuzkoa ( <i>1/2 día castellano</i> ) + Costa Gipuzkoa ( <i>1/2 día inglés</i> )	DONOSTYLE
Tour Urola Costa ( <i>castellano / inglés / euskera</i> )	BASQUECOOLTOUR
Flysch y Txotx	SAGARDOAROUTE
Costa Gipuzkoa ( <i>castellano</i> ) + Costa Gipuzkoa ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Tour 3 Templos castellano + Tour 3 Templos inglés	DONOSTYLE
Tour Hondarribia / Pasajes San Juan	DONOSTYLE

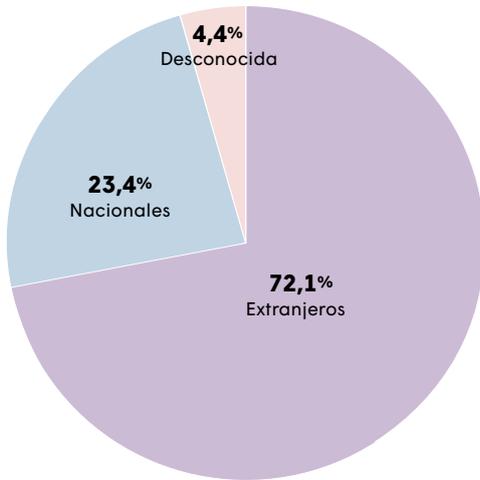
**PASEOS MARÍTIMOS Y DEPORTES**

Motoras a la isla / Línea azul	MOTORAS
Travesía por Donostia en Catamarán	CATAMARÁN
Trekking Montes Vascos ( <i>castellano</i> ) + Trekking Montes Vascos ( <i>inglés</i> )	DONOSTYLE
Bono alquiler mixto ( <i>bici, tab</i> )	KIROL MUSIK
Acantilados ocultos ( <i>mañana y tarde</i> )	GETARI CHARTER
Paseo Yate Flysch Dragonstone	GETARI CHARTER
Puesta de sol desde el mar	GETARI CHARTER
St James Way Trekking ( <i>english</i> )	URBAN ADVENTURES
Alquiler Body Board	FORTUNA
Alquiler piragua	FORTUNA
Alquiler tabla Sup	FORTUNA
Alquiler tabla Sup XL	FORTUNA
Clase Surf 90 minutos	PUKAS SURF ESKOLA
Banana Boat Hondarribia	WATERJOY
Flyboard Hondarribia	WATERJOY
Moto agua Hondarribia	WATERJOY
Speed Boat Hondarribia	WATERJOY
Visita barco desde Hondarribia	WATERJOY
Wakeboard/Waterski Hondarribia	WATERJOY

**CULTURA VASCA**

Pelota	GALARRETA
Visita + Pelota	GALARRETA
Queseria Idiazabal y Txotx	SAGARDOAROUTE





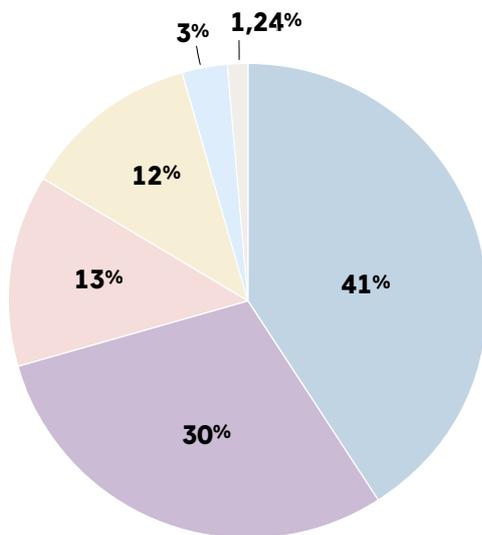
Procedencias

- Extranjeros
- Nacionales
- Desconocida



Comercialización  
Productos Turísticos

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



Comercialización  
productos turísticos

- Bus Turístico
- Tren Turístico
- Tarjetas Turísticas
- Productos de Asociados
- Visitas
- Comisiones



### 5.3.2. Atención al visitante

Los datos comparativos con 2017 y 2018 indican un decrecimiento en el número de visitantes atendidos en oficina. En 2019 se mantiene la tendencia descendente con respecto a 2017, pese a trabajar con los mismos recursos, humanos y materiales. Contrastado este dato con otras oficinas del entorno, vemos que es una corriente que se repite en la mayoría, debido a las posibilidades tecnológicas existentes hoy en día para acceder a la información. Esto nos obliga a realizar una profunda reflexión sobre los productos y servicios a ofrecer en el futuro, para hacer que los visitantes, incluidas las generaciones que se incorporan al turismo, se vean atraídos a utilizar sus servicios

#### Oficina de Turismo de Donostia-San Sebastián

Total visitantes	2017	2018	2019	
Enero	4.890	5.797	4.686	-19,17%
Febrero	6.543	5.357	6.079	13,48%
Marzo	8.000	9.625	10.289	6,90%
Abril	23.493	15.495	16.197	4,53%
Mayo	20.373	21.642	17.759	-17,94%
Junio	25.865	24.444	23.614	-3,40%
Julio	55.394	44.341	39.797	-10,25%
Agosto	75.785	63.893	50.715	-20,63%
Septiembre	44.872	37.953	35.741	-5,83%
Octubre	21.561	21.574	16.170	-25,05%
Noviembre	9.408	9.248	5.845	-36,80%
Diciembre	9.897	8.328	6.897	-17,18%
<b>TOTAL</b>	<b>306.081</b>	<b>267.697</b>	<b>233.789</b>	<b>-9,86%</b>

No están incluidos los datos de la máquina de planos.  
Fuente: Donostia San Sebastián Turismoa

### 5.3.3. Ferias y workshops

Se ha participado en 11 ferias y workshops nacionales e internacionales de ocio, con el objetivo de posicionar Donostia San Sebastián como un destino internacional de turismo urbano, gastronómico y premium.

Donostia San Sebastián Turismoa ejerce una labor de promoción, sobre todo en el extranjero, acudiendo a las ferias profesionales y generalistas más importantes del sector turístico junto a Basquetour, Turespaña y Diputación Foral de Gipuzkoa.

Las ferias y workshop en los que hemos participado, son los siguientes:

Ferias nacionales	Ferias internacionales
FITUR (Madrid)	ITB (Berlin)
NAVARTUR (Pamplona)	Destinos Euskadi – Basques à Bordeaux
SEVATUR (Irún)	Workshop OET Estocolmo (Estocolmo)
EXPOVACACIONES (Bilbao)	JATA (INTEX – Osaka)
DESTINOS EUSKADI (Alicante)	WTM (Londres)
INTUR (Valladolid)	

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

→ **DSS Turismoa ejerce una labor de promoción, acudiendo a las ferias profesionales y generalistas más importantes del sector turístico**

### 5.3.4. Fam Trips o Viajes de Agentes

Donostia San Sebastián Turismoa ha participado y colaborado en **5 viajes de familiarización** que se han centrado en los ámbitos estratégicos para la entidad como: City Break, Gastronomía y Premium. En cuanto a mercados destacan el noruego, japonés y australiano.

En este apartado, también se ha colaborado con los socios tanto de agencias de receptivo, hoteles, hostelería, transporte, empresas de recursos turísticos, etc.

Hay que destacar la implicación de los socios en facilitar el éxito de estos viajes, aportando un nivel excelente de servicios.

	Tipología	Nº Agentes	Pais origen	Mes	Organizador
HORIZON HOLIDAYS	PREMIUM	1	India	Enero	DSS TURISMO
OET OSLO + KLM	GASTRONOMIA ACTIVO	12	Noruega	Mayo	BASQUETOUR
INQUISITOURS	CITY BREAK	1	EEUU	Octubre	DSS TURISMO
OET SINGAPUR + VIRTUOSO + AUSTRALIA	PREMIUM	4	Australia	Octubre	OETS
OET TOKIO + IBERIA	PREMIUM	8	Japón	Noviembre	OETS



### 5.3.5. Publicaciones

Las publicaciones de DSS Turismoa son una importante y potente herramienta para dar a conocer el posicionamiento de la ciudad, promocionar a los socios de la entidad y realizar la promoción de la ciudad como destino turístico por la variedad y distribución masiva de las mismas.

Renuevan su contenido cada año para adaptarse a las nuevas necesidades de información del destino y de los socios de la entidad y en 2019 este cambio ha sido mayor que en años anteriores con el objetivo de responder a las necesidades planteadas en el Plan Director de Turismo 2017-2021.

—> **Las publicaciones de DSS Turismoa renuevan su contenido cada año para adaptarse a las nuevas necesidades de información y de los socios**

### La guía ONGI ETORRI 2019 se ha renovado completamente para adaptarse a la nueva marca

Así, este documento recoge la importancia de desconcentrar el impacto turístico en la ciudad, de forma que, todos los barrios y los socios que trabajan en ellos disfruten de sus beneficios.

Este enfoque se ha trasladado a las principales publicaciones y tanto la guía como el mapa de alojamiento, han presentado la oferta turística de la ciudad distribuida en diferentes zonas o barrios.

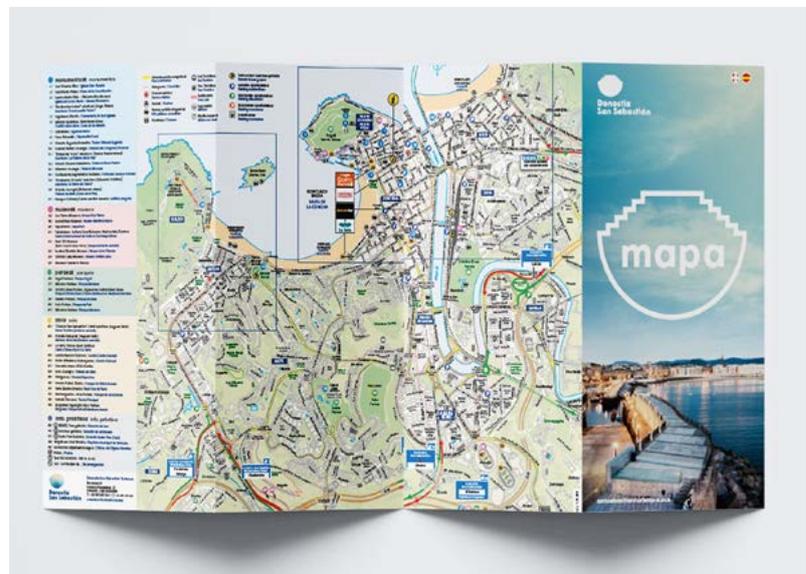


—> **Guía Ongi Etorri: 7 idiomas: Castellano, Euskera, Inglés, Francés, Alemán, Catalán y Japonés**

45.000 unidades.

### Plano Ciudad.

—> **4 idiomas en 2 ediciones**  
+700.000 unidades



**Plano Alojamientos**

→ **4 idiomas en una única edición**  
10.000 unidades



**Ticketing**

→ **4 idiomas en dos ediciones**  
10.000 unidades



**Visitas guiadas**

→ **2 idiomas en dos ediciones**  
10.000 unidades



**Publicaciones de las tarjetas turísticas**

**SS Card**

→ **4 idiomas en dos ediciones**

10.000 unidades



**Basque Card**

→ **4 idiomas en dos ediciones**

1.200 unidades



**Flyer conjunto**

→ **4 idiomas en dos ediciones**

10.000 unidades



**Agenda de actividades**

→ 4 idiomas en edición on line



**Ingresos publicitarios obtenidos gracias a la comercialización de espacios publicitarios**

La venta de espacios publicitarios en las publicaciones y otros soportes han generado más de 45.000€ brutos a la sociedad.

Se venden espacios publicitarios en el mapa de la ciudad y en la guía Ongi Etorri, así como soportes del Bus y Tren turístico. La comercialización de la Guía de la ciudad, cuyo precio para el visitante es de 1€, no solo contribuye a generar recursos propios, sino a reducir la impresión y la distribución de las mismas, siendo una difusión mucho más sostenible y razonable.



## 5.4. Gestión del destino turístico

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

Este área desarrolla acciones y líneas de trabajo que ya se venían trabajando

en los últimos años, como la gestión y la competitividad de las empresas asociadas, el liderazgo y gobernanza respecto a otros departamentos de la administración pública y las acciones de gestión directa sobre el destino: señalización turística, de hoteles, movilidad, accesibilidad...

### 5.4.1. Actuaciones con el sector

#### 1. Jornadas y Talleres

Donostia San Sebastián Turismoa continúa con la labor de formar a las empresas turísticas asociadas en materias y conceptos novedosos que están surgiendo en el devenir del sector.

El objetivo es seguir trabajando de forma coordinada con el sector privado, incidiendo en la cooperación, la creación de sinergias entre empresas y la mejora de los servicios ofertados.

El año 2019 ha sido el año en el que Donostia San Sebastián Turismoa da un impulso especialmente importante a la accesibilidad turística. Siendo conscientes la importancia que tiene involucrar al tejido empresarial del sector, las formaciones organizadas desde DSS Turismoa para las empresas asociadas han tenido un foco especial en la accesibilidad.

Además, reforzando la idea de gobernanza, este impulso a la accesibilidad se ha acometido de la mano de Basquetour. De esta forma, se ha ofrecido primeramente una jornada de sensibilización en la accesibilidad turística a todo el sector asociado, y posteriormente, una formación en accesibilidad específica para los sectores de alojamiento y hostelería, que son los sectores con los que Basquetour va a empezar a trabajar en el programa de accesibilidad.

Por otra parte, sin olvidar la importancia que sigue teniendo el trato directo con el cliente, pero con la intención de aprovechar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, se ha impartido una formación en el uso de aplicaciones de móvil, para un contacto más directo y fluido con el cliente en el pre-viaje y durante su estancia. Concretamente, se ha ofrecido información sobre aplicaciones como Whatsapp Business y Telegram.

También se han organizado sendas jornadas de "Haciendo Equipo", cuyo objetivo principal es compartir y analizar los temas que más directamente afectan al sector, aunando la visión pública con la privada.

En la primera jornada Haciendo Equipo realizada en marzo, los responsables de área de Donostia / San Sebastián Turismoa, presentaron el equipo humano y los diferentes proyectos que desarrollan en la entidad para la consecución de los objetivos del Plan Director. Al mismo tiempo se dio opción a las empresas que lo quisieran a presentar sus proyectos para este año.

En la segunda jornada realizada en noviembre, se presentó el nuevo Observatorio turístico con datos para compartir con las empresas asociadas y se hizo un análisis compartido sobre los 3 ejes más importantes que marca el Plan Director: desconcentración, equilibrio y autenticidad.



Jornada	Lugar	Fecha	Asistentes		Valoración (1-10)
			Empresas	Personas	
Evento Haciendo Equipo	Hotel Arima	5/3/2019	41	50	9,15
Jornada de sensibilización en Turismo accesible	Hotel San Sebastián	5/6/2019	21	24	9,02
Taller "Herramientas para la comunicación directa con clientes"	Hotel Amara Plaza	2/10/2019	27	34	9,03
Evento Haciendo Equipo (Cierre)	Chillida Leku	22/10/2019	36	49	8,36
Evento Copa de Socios	Estadio de Anoeta	17/12/2019			
<b>TOTAL ASISTENTES</b>			<b>125</b>	<b>157</b>	<b>8,89</b>

## 2. Acciones de mejora de la competitividad de las empresas turísticas

### Programa de Buenas Prácticas en el Destino (SICTED)

El programa de Buenas Prácticas en el Destino SICTED, ha sufrido importantes modificaciones que se han puesto en marcha por primera vez este año 2019. Además de cambios a nivel operativo en plataforma para el gestor de destino, se han modificado y reordenado todos los items de Buenas Prácticas, creando así nuevos manuales para cada empresa con nuevos items a implementar.

A través de SICTED, proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos, se ha realizado un trabajo continuo con 37 empresas; de las cuales todas pasaron satisfactoriamente la evaluación externa y han mantenido el Compromiso con la Calidad Turística. Este año se han realizado varias reuniones, informativas, 11 evaluaciones documentales y 26 Clientes Misteriosos.



### Smart Business

A lo largo del 2019 se ha trabajado en el programa Smart Business- anteriormente denominado Programa de Buenas Prácticas en las TIC's- para mejorar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las empresas turísticas. Se ha trabajado en la implementación

y mejora de estas prácticas con 14 empresas, se han realizado 28 visitas de apoyo para la implantación y evaluación final de las prácticas recomendadas. La mayoría de las empresas han conseguido niveles muy avanzados.



### Acto oficial de reconocimiento de Programas de Innovación y Calidad

En julio se participó en el **acto oficial de reconocimiento de Programas de Innovación y Calidad** en el Centro Internacional de Cultura Contemporánea - Tabakalera de Donostia / San Sebastián organizado por el Gobierno Vasco donde se entregaron los Diplomas de Compromiso con la Calidad Turística -SICTED y/o los Diplomas acreditativos de la participación y superación del nivel en el Programa de Buenas Prácticas en el uso de las TIC.



## 5.4.2. Sostenibilidad Turística

---

Durante el año 2019 se ha continuado con el trabajo coordinado con otros departamentos de la administración pública, principalmente con áreas municipales (Movilidad, Fundación Cristina Enea, Medioambiente etc.), para analizar, diagnosticar e implementar acciones con el objetivo de mejorar la sostenibilidad del destino.

Así, haciendo hincapié en el ejercicio de la gobernanza se ha trabajado en el **proyecto Espacio Público y Movilidad**, un proyecto que se enmarca dentro del **Plan de Ciudad Donostia Lagunkoia**, promovido por el Ayuntamiento. DSS Turismoa ha participado en varias jornadas de trabajo con el fin de analizar la problemática del espacio público y su uso por parte de diversos colectivos de personas con diferentes necesidades: población infantil juvenil, tercera edad, residentes / visitantes.

—> **DSS Turismoa ha participado en varias jornadas de trabajo con el fin de analizar la problemática del espacio público y su uso por parte de diversos colectivos**

### Actuaciones en favor de la accesibilidad (diversidad funcional)

Durante el año 2019, la accesibilidad se ha trabajado en dos vías paralelas pero complementarias.

Por una parte, se ha desarrollado y completado el diagnóstico de 44 recursos turísticos (aeropuerto, estaciones de tren, bus, parkings, transporte público, transporte turístico, playas, iglesias, algunos museos y atracciones turísticas, rutas y servicios municipales), con un detallado nivel de información para personas con necesidades de tipo físico, auditivo y visual. Este trabajo se ha realizado de la mano de la empresa experta Accesibleforall.

Asimismo, se ha comenzado a trabajar en la creación y publicación de una web con toda esta información, con un alto nivel de accesibilidad en su manejo, y que irá incrustada en la web principal de Donostia San Sebastián Turismoa.

Por otro lado, en coordinación con el departamento de competitividad de Basquetour, se ha desarrollado una jornada de sensibilización a empresas turísticas asociadas en torno a la accesibilidad turística y se está trabajando en el desarrollo del futuro programa de competitividad en Accesibilidad Turística.

### Actuaciones de mejora en las infraestructuras (movilidad/ accesibilidad/ señalización)

En cuanto a la mejora de infraestructuras, se ha continuado con la realización de labores de intermediación entre organizadores de eventos, agencias de receptivo, congresos, reuniones, etc., en temas relacionados con la carga / descarga de los asistentes en buses discrecionales. También se ha continuado con el trabajo de puesta en marcha de señalización de cara a la apertura de nuevos hoteles.

## Actuaciones innovadoras

Con el objetivo de mejorar la movilidad turística en la ciudad, se ha colaborado con el departamento de Movilidad en la puesta en marcha del sistema Navilens en la estación de autobuses de Donostia.

Navilens es un sistema de QRs de colores, que dan servicio a dos apps diferentes: por un lado, "Navilens", pensado en personas invidentes o con baja visión, en la que el QR es detectado por la app, e indica al usuario mediante un audio, qué servicios dispone y cómo puede llegar a ellos; y por otro lado, "Navilens Go", una herramienta que permite tras el escaneo del código QR, la obtención de información ampliada de los servicios y recursos turísticos existentes: textos, audios, imágenes, videos etc.

## Observatorio

Donostia San Sebastián Turismoa está trabajando en la puesta en marcha de un observatorio de turismo sostenible e inteligente, que permita identificar los problemas fundamentales que deben ser abordados para alcanzar una gestión sostenible del turismo en la ciudad.

Los principales objetivos del proyecto son los siguientes:

- Identificar cuáles son las preguntas prioritarias que la ciudad debe hacerse en relación a su gestión sostenible.
- Identificar las fuentes de información disponibles y accesibles que nos acercan a las respuestas.
- Diseñar un cuadro de mando con indicadores preventivos que acerquen al destino a una gestión lo más óptima posible.
- Primera aproximación sobre cómo integrar las fuentes de información y los indicadores en un receptáculo único, que permita su interpretación de una manera sencilla y, con ello, facilitar la toma de decisiones.

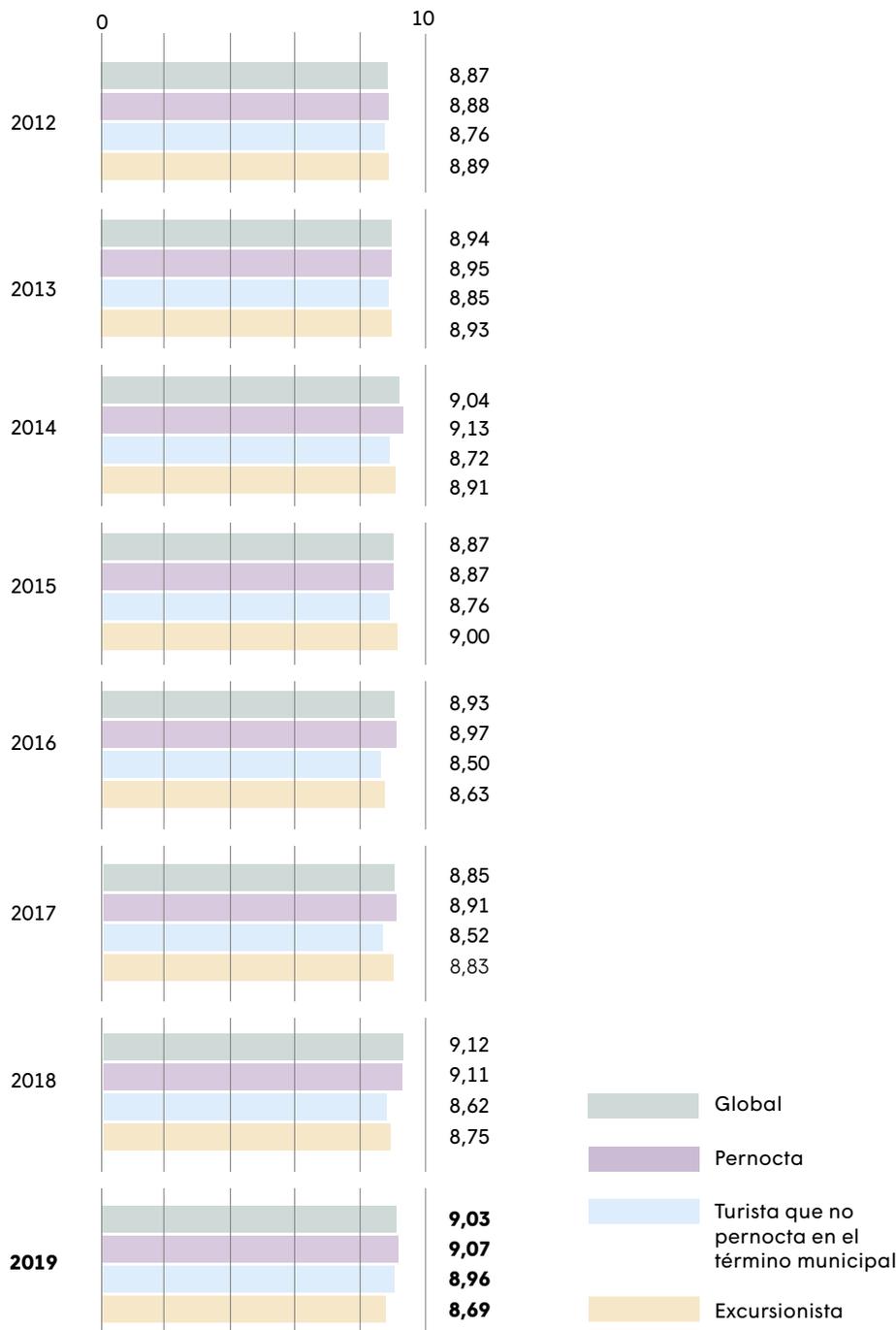
Mientras se desarrolla un observatorio de ciudad, ya se ha implementado un observatorio turístico – a modo intranet- en la web de DSS Turismoa dirigida a socios, que ofrece los informes y datos turísticos más relevantes en cuanto a las pernoctaciones, la evolución de la oferta, estructura, ocupación y precio del alojamiento, la presencia en medios y rankings internacionales, el perfil y la satisfacción del visitante, los datos de la web/ redes sociales y la escucha activa.



### 5.4.3. Encuesta de destino

#### Grado de satisfacción – evolución

Globalmente, ¿cómo califica su visita a San Sebastián?  
(Nota de 0 a 10)





## 6. Premios y reconocimientos

### 6.1. Premios

Donostia San Sebastián Turismoa ha recibido dos premios relevantes en el 2019:

#### 1) Premio a la “Innovación y la Sostenibilidad” de la OMT (Organización Mundial del Turismo)

Donostia ha sido galardonada en 2019 con el premio a la “Innovación y la Sostenibilidad en Políticas Públicas y Gobernanza” en la decimoquinta edición de los premios de la OMT (Organización Mundial del Turismo de Naciones Unidas), que reconocen proyectos inspiradores que contribuyen a la promoción de un turismo sostenible.

La propuesta premiada ha sido “Love San Sebastian. Live Donostia”, un proyecto que recoge los retos y objetivos marcados por el Plan Director de Turismo de Donostia 2017-2021, el cual responde al **cambio en la agenda de prioridades** de la ciudad en la gestión y la promoción del destino. Este Plan Director sitúa a **las personas en el centro del modelo de desarrollo** del turismo de Donostia San Sebastián y apuesta por la **sostenibilidad** –

social, medioambiental, económica-, el **equilibrio** – entre ciudadanos, visitantes, empresas- la **calidad** – de vida, de visita, de destino- y la **autenticidad** – identidad, cultura, lengua propias, tradiciones, singularidad...

Para ello, el proyecto “Love San Sebastian. Live Donostia”, pretende favorecer la **complicidad y el entendimiento entre la ciudad y sus visitantes**, e impulsar el concepto de turismofilia a través de una iniciativa que apuesta por una ciudad abierta, acogedora y hospitalaria, y un turismo **responsable y respetuoso**. Es una propuesta que emplaza al visitante a amar la ciudad y a vivirla en todas sus posibilidades. El propio enunciado de la propuesta juega con ese concepto: “*Si vienes a San Sebastián porque te gusta, la amas, vive Donostia (el nombre en*

*euskara de la ciudad como habitualmente la denominamos los donostiarros). Es decir, conviértete y actúa como una persona local más”, y se articula en diez consejos que hacen hincapié en una forma de conocer y disfrutar la ciudad de una forma respetuosa con sus vecinos y vecinas:*

- 1. Respeta el descanso de los vecinos/as.** Si sales de noche, recuerda que hay mucha gente que al día siguiente trabaja para que tú puedas disfrutar.
- 2. Conoce nuestra cultura.** Nuestra cultura es nuestra seña de identidad. Y la mejor forma de respetarla es integrarse en ella. ¡Bienvenido/a! Ongi etorri! (saludo de bienvenida en euskara)
- 3. Utiliza el transporte público.** Bici, autobús, tren... Más rápido, más cómodo y menos contaminante. Mejor para ti, mejor para Donostia / San Sebastián.
- 4. Apoya al pequeño comercio local.** Aprovecha tu estancia en Donostia / San Sebastián y haz tus compras en el comercio local. Comida, artesanía, moda... tienes mucho donde elegir.
- 5. Ayuda a mantener limpia la ciudad.** Deja los desperdicios en lugares habilitados para ello. Así la ciudad estará más bonita.
- 6. Prueba a hablar en euskera.** Prueba a decir “Hola” y “Adiós” en euskera. “Kaixo” y “Agur”. Así de fácil, así de educado.
- 7. Disfruta de playas y parques.** Los lugares públicos son para disfrutar y compartir experiencias.
- 8. Siéntete parte de la ciudad.** Conócenos de verdad y haz que nos conozcan. Comparte tu experiencia.
- 9. Convive y cuida a tus vecinos/as.** Si has alquilado un piso, recuerda que convives con gente que vive en la ciudad. Respeta su espacio, su entorno y su descanso.
- 10. Cuando vayas de pintxos, hazlo a la donostiarra.** Al igual que tú hay mucha gente que quiere disfrutar, la mejor forma de hacerlo es aprendiendo de la gente de aquí.

La campaña se ha desarrollado en diferentes formatos y el concepto sigue presente en todos los mensajes que se trasladan desde la gestión turística.

Los Premios de la OMT reconocen la contribución de las instituciones al desarrollo de un sector turístico más competitivo, responsable y sostenible

que se esfuerza por lograr la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Para el decimoquinto año del concurso Premios de la OMT, se recibieron un total de 190 solicitudes provenientes de 71 países en las tres categorías: Políticas públicas y gobernanza, Empresas, y Organizaciones no gubernamentales.



## 2) Premio Diario Vasco a la mejor estrategia de comunicación digital

Donostia San Sebastián Turismoa también ha recibido en 2019 el premio Diarivasco.com a la mejor estrategia de comunicación online en la categoría de entidades públicas, por su **"Plan de Comunicación 2018 para impulsar los retos del Plan Director Donostia/San Sebastián Visit-Bizi"**.

El jurado ha valorado en los planes o proyectos de comunicación presentados por las empresas y organizaciones participantes, su grado de **adaptación digital y la integración de herramientas y formatos de comunicación digital**, valorando la planificación de los

objetivos, su ejecución y sus resultados. Donostia San Sebastián Turismoa ha detallado el plan de acciones de comunicación digital llevadas a cabo para impulsar los ejes principales del Plan Director: la desestacionalización, la internacionalización, la desconcentración, la autenticidad y la sostenibilidad del destino. En cada eje se especificaba la planificación del contenido web, blog, newsletters, campaña de banners, posts y stories en Facebook e Instagram, Twitter, Youtube, Flickr, Pinterest etc.

Los premios han sido organizados por El Diario Vasco y patrocinados

por la Diputación Foral de Gipuzkoa, CaixaBank, Universidad de Deusto y Movistar. El jurado se ha compuesto por Nerea Ibáñez, presidenta de ASPEGI; Gorka Sagarna, director de Estrategia Digital en la Diputación Foral de Gipuzkoa; Dorleta Ugarte, directora de Banca de Empresas de CaixaBank en País Vasco; Jon Paul Aizarna, socio director de la agencia Gestión de Medios; Cristina Alberdi, directora de Marketing de Tecnalia; Juan Mancisidor, director de Empresa y Relaciones Externas de ADEGI; e Iñigo Muguruza, director de Marketing e Innovación de la Cámara de Gipuzkoa



## 6.2. Participación en ponencias

A lo largo del año 2019 DSS Turismoa ha participado en las siguientes ponencias:

- Ponencia de Isabel Aguirrezabala en el marco del ECM (European Cities Marketing), "Events for life". Edimburgo, 14 febrero 2019.
- Ponencia a cargo de Isabel Aguirrezabala en el II encuentro de gestores de destinos adheridos a la red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Aranjuez, 9 de abril 2019.
- Ponencia a cargo de Manu Narváez sobre turismo sostenible organizado por Basquetour. Vitoria-Gasteiz, 8 de julio 2019.
- Ponencia a cargo de Isabel Aguirrezabala en el marco del Encuentro sobre destinos Turísticos Inteligentes organizado por la UIMP (Universidad Internacional Menéndez Pelayo), "Innovación en políticas públicas y gobernanza turística". Santander, 15 de julio 2019.
- Ponencia a cargo de Isabel Aguirrezabala sobre "El papel de los destinos en la sostenibilidad turística", en el marco del Plan de formación continua de la FEMP (Federación Española de Municipios y Provincias). Palma de Mallorca, 11 de noviembre 2019



## 7. Participación en redes europeas

### **ICCA - International Congress & Conference Association**

---

Asociación mundial donde están representados las principales empresas, instituciones y palacios de Congresos, Convenciones e Incentivos del mundo. Forman parte de la misma 850 compañías de 80 países de todo el mundo.

### **ECM – European Cities Marketing**

---

Red de Entidades de Turismo y Convention Bureaux de capitales europeas para compartir conocimiento, trabajar conjuntamente desde el punto de vista operacional y en la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades. Desarrolla su actividad en los campos de la información, tecnología, investigación, estadística, marketing y comunicación.

Actualmente están representadas en la red 134 ciudades europeas de 32 países.

DSS Turismoa participa 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, Irun y Hendaya), la oficina de turismo de Zarautz y San Sebastián Turismoa.

### **Colaboradores de Euskalit**

---

Colaboradores de la Fundación Vasca para la Excelencia cuya misión es fomentar la aplicación de los elementos de la Gestión Avanzada en las organizaciones vascas y así contribuir a la competitividad y desarrollo sostenible de Euskadi.

Actualmente colaboran unas 700 empresas, de las cuales 13 son del sector turístico.

### **Euskadi Gastronomika**

---

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

### **Surfing Euskadi**

---

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

### **European Best Destination**

---

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

### **Euskadi Costa Vasca**

---

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

### **Red de Destinos Turísticos Inteligentes**

---

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes nace para liderar desde la sostenibilidad el desarrollo del sector turístico a través de la innovación y la tecnología, promoviendo sinergias y transferencia de conocimiento entre los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) adheridos a la red. La Secretaría de Estado de Turismo y SEGITTUR coordinan la Red con el objetivo de promover la conversión de los destinos turísticos españoles a destinos inteligentes, fomentar la colaboración público-público y público-privada en el desarrollo de productos, servicios y actuaciones de los Destinos Turísticos Inteligentes, contribuir a garantizar el liderazgo de España en materia de inteligencia turística a través de las actuaciones que realice la Red, y garantizar la calidad y la evolución del proyecto DTI.



## 8. Visitas de delegaciones

A lo largo de 2019 se atendieron diversas delegaciones internacionales interesadas en aprender sobre la ciudad y su estrategia turística:

### **Delegación japonesa**

*(Development Bank of Japan/Japan Economic Research Institute): 21/6/2019*

**Delegación Tibetana** *(Tibet Governance Lab): 18/7/2019*

**Delegación croata** *(Asociación Turismo Split): 23/10/2019*

**Delegación japonesa** *(Koken Kai): 25/10/2019*

### **Delegación japonesa**

*(Asociación promoción turismo pesquero de Itoshima): 26/11/2019*





**Donostia  
San Sebastián**

[sansebastianturismoa.eus](http://sansebastianturismoa.eus)