

**Donostia
San Sebastián**



memoria 2022

ESP



memoria
2022

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. BALANCE TURÍSTICO DEL DESTINO	5
2.1. Evolución de las pernoctaciones	5
2.2. Grado de ocupación en Donostia / San Sebastián por habitación, mes y día de la semana.....	7
2.3. Análisis de los eventos del sector MICE	8
2.3.1. Congresos, jornadas y convenciones	9
2.3.2. Ferias	11
2.3.3. Incentivos.....	12
2.4. Internacionalización del destino	13
2.5. Donostia / San Sebastián, ciudad tractora para el turismo en el territorio.....	14
2.6. Medios de transporte para llegar a la ciudad	14
2.7. Tipología y perfil de quienes nos visitan	15
2.8. Donostia / San Sebastián en los medios de comunicación y rankings internacionales.....	18
2.9. Encuesta de destino. Índice de satisfacción	20
3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	21
3.1. Consejo Administrativo.....	21
3.2. Consejo Consultivo.....	21
3.3. Establecimientos Asociados a Donostia San Sebastián Turismoa	22
4. ACTUACIONES 2022	26
4.1. Marketing y comunicación	26
4.1.1. Campañas y acciones destacadas.....	27
4.1.2. Web y Redes Sociales.....	43
4.1.3. Press trips o viajes de prensa e Influencers.....	51
4.1.4. Ruedas de prensa y boletines	53
4.1.5. Publicaciones.....	55
4.2. Sector MICE	62
4.2.1. Captación de congresos y convenciones	65
4.2.2. Captación de incentivos.....	69
4.2.3. Acciones de promoción y comercialización.....	69
4.3. Turismo de ocio.....	74
4.3.1. Productos Turísticos	74
4.3.1.1. Productos propios	75
4.3.1.2. Productos de asociados	79
4.3.1.3. Comercialización Productos Turísticos.....	81
4.3.3. Ferias y workshops	81
4.3.4. Fam Trips, AAVV y TTOO atendidos	82
4.3.5. Atención al visitante.....	83
4.4. Gestión del destino turístico	84
4.4.1. Actuaciones con el sector.....	84
4.4.2. Sostenibilidad Turística	86
4.4.2.1. Actuaciones medioambientales	86
4.4.2.2. Actuaciones en sostenibilidad social.....	87
4.4.2.3. Actuaciones en favor de la accesibilidad (diversidad funcional)	88
4.4.2.4. Actuaciones de mejora del destino: movilidad, accesibilidad, señalización.....	88
4.4.2.5. Observatorio	89
4.4.2.6. Destino Turístico Inteligente.....	89
5. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE DSST	90
5.1. Balance económico.....	90
5.2. Personas de DSST.....	91
5.3. Plan de euskera.....	95
5.4. Plan de igualdad	96
5.5. Modelo de gestión avanzada	98
5.6. Compromiso medioambiental.....	98
6. PARTICIPACIÓN EN FOROS Y JORNADAS.....	100
7. PARTICIPACIÓN EN REDES NACIONALES E INTERNACIONALES	102

1. Introducción

Donostia San Sebastián Turismoa cuenta con un Plan director 2017-2021, revisado y actualizado en 2021, con alcance hasta el año 2022, debido a los efectos de la pandemia, que ha servido como guía para llevar a cabo el plan de acción anual y conseguir los retos estratégicos definidos durante el presente ejercicio.

En este plan destacan tres retos principales:

1. Optimización del modelo de gestión del destino

2. Consolidación de la marca Donostia / San Sebastián y renovación de las estrategias de marketing

3. Definir un nuevo modelo de gobernanza y organización del turismo en Donostia / San Sebastián

El legado de la pandemia (con nuevos patrones de comportamiento y consumo), la revolución tecnológica (que empieza a observarse a través de la digitalización, la automatización de procesos, la robotización, la inteligencia artificial, etc.) y el nuevo impulso que ha tomado la preocupación por la sostenibilidad (ligada a los impactos del cambio climático y a la presión sobre los recursos culturales, sociales y naturales del planeta) se han convertido en impulsores globales del cambio de la economía en general y del turismo en particular.

Nos encontramos en un momento de cambio disruptivo, que ha provocado una transformación en la agenda de las prioridades de Donostia / San Sebastián, más preocupados ahora por la sostenibilidad, por el crecimiento equilibrado, por la gobernanza y con un enfoque de marketing más segmentado y orientado a sus públicos objetivos prioritarios.

—> **El desarrollo sostenible es un requisito necesario para asegurar el futuro del turismo, y debe abordarse desde la sostenibilidad, la conservación del medio ambiente, la preservación de la cultura o el desarrollo socio- económico de la comunidad local.**

El desarrollo sostenible es un requisito necesario para asegurar el futuro del turismo, y debe abordarse desde un enfoque transversal que contemple ámbitos de la gestión de los destinos como la sostenibilidad, la conservación del medio ambiente, la preservación de la cultura o el desarrollo socioeconómico de la comunidad local.

En este contexto de transición, ciudades como Donostia / San Sebastián, se proponen dar un paso al frente y asumir la responsabilidad de liderar una evolución del sector hacia un modelo más sostenible, alineado con los principios de la Estrategia Donostia / San Sebastián 2030, el Plan KLIMA 2050, la Agenda Urbana 2030 y los ODS.

Por todos estos motivos, Donostia San Sebastián Turismoa, en 2022, ha encargado la elaboración del nuevo Plan Director de Turismo Sostenible 2023-2027.



2. Balance turístico del destino

2.1. Evolución de las pernoctaciones

Desde el inicio del año 2022 se aprecia una recuperación a valores previos a la crisis sanitaria del covid-19, y pese a que en los meses de enero y marzo el número de pernoctaciones está ligeramente por debajo de las cifras

anteriores a la pandemia, en el resto de meses se produce un incremento importante, destacando el 33,05% y 34,47% de aumento en diciembre, con respecto a los meses de diciembre de 2019 y 2021.

Pernoctaciones

Evolución en el nº de pernoctaciones										
	2018	Dif. 17/18	2019	Dif. 18/19	2020	Dif. 19/20	2021	Dif. 20/21	2022	Dif. 21/22
TOTAL	1.413.667	9,26%	1.524.664	7,85%	557.536	-63,43%	1.073.533	92,55%	1.746.275	62,67%

Los meses con mayor ascenso con respecto a 2021 se concentran en la primera mitad del año, con aumentos vertiginosos con respecto al año anterior en meses como febrero, marzo y abril.

Pernoctaciones

Evolución en el nº de pernoctaciones	2019	2020	2021	2022	Dif. 19/22	Dif. 20/22	Dif. 21/22
Enero	71.263	78.469	15.769	67.904	-4,71%	-13,46%	330,62%
Febrero	69.996	80.039	13.331	89.585	27,99%	11,93%	572,01%
Marzo	102.448	0	34.025	100.425	-1,97%	-	195,15%
Abril	132.523	0	36.537	145.117	9,50%	-	297,18%
Mayo	143.059	0	48.109	157.353	9,99%	-	227,08%
Junio	153.080	12.435	87.473	172.479	12,67%	1287,04%	97,18%
Julio	174.329	105.154	155.274	210.812	20,93%	100,48%	35,77%
Agosto	186.562	135.124	201.107	211.737	13,49%	56,70%	5,29%
Septiembre	155.466	68.053	142.867	179.221	15,28%	163,36%	25,45%
Octubre	148.086	48.721	147.195	177.205	19,66%	263,71%	20,39%
Noviembre	99.577	11.397	104.504	116.990	17,49%	926,50%	11,95%
Diciembre	88.275	18.144	87.342	117.447	33,05%	547,30%	34,47%
TOTAL	1.524.664	557.536	1.073.533	1.746.275	14,54%	213,21%	62,67%

Fuente: EUSTAT

Si nos fijamos únicamente en los datos de la temporada estival, se da un incremento del 18,57% con respecto a 2021, y un ascenso del 81,74% en relación a 2020.

Evolución en temporada estival

	Año	TOTAL	%
Pernoctaciones sólo julio y agosto	2010	238.211	
	2011	237.493	-0,30%
	2012	250.905	5,65%
	2013	260.404	3,79%
	2014	265.804	2,07%
	2015	292.546	10,06%
	2016	305.769	4,52%
	2017	306.485	0,23%
	2018	336.504	9,79%
	2019	360.861	7,24%
	2020	240.278	-33,42%
	2021	356.381	48,32%
	2022	422.549	18,57%

Fuente: EUSTAT

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

En cuanto al grado de ocupación, a continuación detallamos los datos mensuales, por días laborables y fin de la semana, y en ambos casos la mayor ocupación se produce en el mes de julio. Si analizamos los días de labor, julio, agosto

y septiembre serían los meses de mayor ocupación, destacando que septiembre supera por poco a agosto. En cuanto a los fines de semana, se repite los meses de más afluencia: julio, agosto y septiembre, en ese orden.

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

Municipio	Mes	Laborales					Fin de semana				
		2019	2020	2021	2022	Dif.	2019	2020	2021	2022	Dif.
Donostia / San Sebastián	Enero	43,9	50,7	15,3	29,7	14,40	61,9	65,3	22,4	51,5	29,10
	Febrero	45,2	52,3	17,1	43,8	26,70	72,8	80	20	72,7	52,70
	Marzo	57,3	40,4	28,5	43,7	15,20	81,5	46,9	44,9	69,3	24,40
	Abril	75	-	28,9	63,5	34,60	85,9	-	32,5	77,9	45,40
	Mayo	81,9	-	29,1	70,2	41,10	90,3	-	49	88,2	39,20
	Junio	87,2	25,8	42,2	79,8	37,60	93,1	35,6	62	86,2	24,20
	Julio	89,6	51,5	68,5	90	21,50	94,2	66,4	79,4	91,6	12,20
	Agosto	93,3	64	88,5	89,2	0,70	93,7	71,2	92,5	91,5	-1
	Septiembre	88,4	34,3	70,5	86,3	15,80	95,1	55,7	85,3	89,7	4,40
	Octubre	84,1	25,4	66,6	78,5	11,90	92,3	38,2	83,6	87,2	3,60
	Noviembre	60,4	13,7	51,1	50,8	-0,30	82,4	12	73,9	74,1	0,20
	Diciembre	48,9	19,4	41,4	49,9	8,50	74,3	20,4	47,7	61,8	14,10

Fuente: EUSTAT

El precio medio de los hoteles en 2022 ha alcanzado la cifra de 174€, aumentando casi un 30% respecto al 2021.

En cuanto a la ocupación, la media del año ha aumentado un 20% pasando del 45% del 2021 al 65% de media del 2022.

Anual 2022:

174€

↑ +29%

(anual 2021-2022)

Anual 2022:

65%

↑ +20%

(anual 2021-2022)

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

2.3. Análisis de los eventos del sector MICE

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

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

1. Congresos: tienen vocación pública y no están orientados al negocio. Son reuniones de al menos 50 personas, sobre un tema establecido, con una duración mínima de 2 días, siendo las temáticas más comunes las médico-sanitarias, científica, tecnológica, etc.

2. Convenciones: son reuniones corporativas orientadas al negocio de al menos 50 personas que están organizadas por empresas privadas, grupos empresariales.... es decir, tienen vocación privada. Su duración mínima es de 2 días.

3. Jornadas y seminarios: son reuniones especializadas de una naturaleza técnica que se realizan con el objetivo de profundizar sobre un tema concreto. Deben reunir a un mínimo de 50 participantes y tener una duración mínima de 6 horas.

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



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

Además de los eventos profesionales arriba definidos, Donostia / San Sebastián acoge anualmente un importante volumen de congresos menores (menos de 50 delegados), eventos culturales, deportivos y presentaciones que el departamento Convention Bureau también registra, aunque no computa en sus estadísticas, porque atraen perfiles de profesionales y visitantes cuya principal motivación es profesional.

Posicionamiento de San Sebastián en el sector MICE

Hasta 2019, la actividad de Donostia / San Sebastián dentro del sector MICE fue en aumento año tras año, haciendo que el posicionamiento del destino, tanto a nivel nacional como internacional se consolidara. De hecho, la ciudad ocupó el 8º lugar a nivel nacional, el puesto 221

a nivel internacional y el puesto 112 a nivel europeo, entre las 1.835 ciudades computadas en el ranking de ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones), la entidad más prestigiosa en el ámbito de convenciones y congresos a nivel mundial.

Tras la pandemia, el año 2021 fue el inicio de una tendencia generalizada por retomar los eventos presenciales, con más fuerza en el sector asociativo que en el corporativo y en los incentivos. Donostia / San Sebastián ocupó el 7º puesto en el ranking de ICCA a nivel estatal, solo superada por ciudades más grandes y con mayores infraestructuras como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao o Granada.

En 2022 la apuesta por la presencialidad es ya generalizada y el volumen de eventos virtuales e híbridos es residual. Esta tendencia confirma la tantas veces subrayada necesidad de la presencialidad en los eventos del sector MICE.

Donostia / San Sebastián continúa en una línea ascendente de internacionalización en los eventos profesionales, que en 2022 representan el 60% de los eventos recogidos, lo que representa un incremento del 13% con respecto al año anterior. Más de la mitad de los eventos celebrados en 2022, en concreto un 52%, son congresos, y de éstos el 82% reúnen a una media de 50 a 500 delegados. La mayor parte siguen siendo de temática científica, tecnológica y médica.

—> **El 60% de los eventos recogidos en 2022 son internacionales**

2.3.1. Congresos, jornadas y convenciones

En el año 2022 el San Sebastián Convention Bureau ha registrado un total de 155 eventos profesionales de los cuales la mayor parte son congresos (80) que se han celebrado de forma presencial (71). Estos datos vienen a confirmar la recuperación de la

actividad del sector MICE en la ciudad y la vuelta al formato presencial de los eventos profesionales, acercándose a las cifras récord registradas en el año 2019, prepandemia (177 eventos, de los cuales 92 fueron congresos).

2022									
	Congresos			Jornadas			Convenciones		
	Nº	Presencial	Virtual	Nº	Presencial	Virtual	Nº	Presencial	Virtual
Presencial	71	18.284	-	37	5.569	-	7	533	-
Híbrido	9	826	561	6	490	74	-	-	-
TOTAL	80	19.110	561	43	6.059	74	7	533	-

2022		
OTROS EVENTOS Congresos menores, eventos culturales, deportivos y presentaciones		
	Nº	Presencial
Presencial	25	20.262
TOTAL	25	20.262

**Total de eventos
celebrados**

155

**Total participantes
presenciales**

45.964

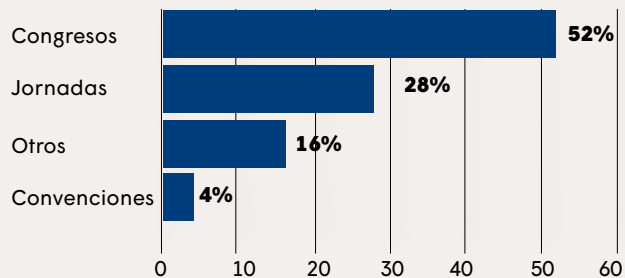
**Total participantes
virtuales**

6.350

Tipología

Más de la mitad de los eventos registrados son congresos, en concreto el 52%, porcentaje que coincide con el registrado en el año 2019 (prepandemia).

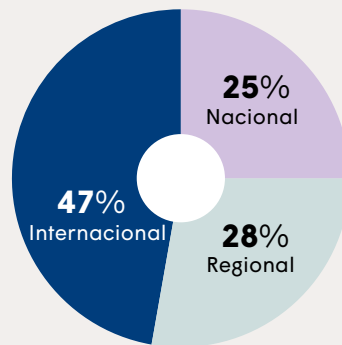
Evento por tipología



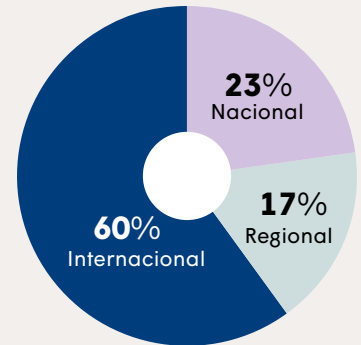
Ámbito

De los 155 eventos registrados (congresos, jornadas y convenciones) un 60% son eventos internacionales (92 eventos). En este cómputo no se tienen en cuenta las ferias a las que se dedica un apartado separado en el punto 2.3.2.

2021



2022



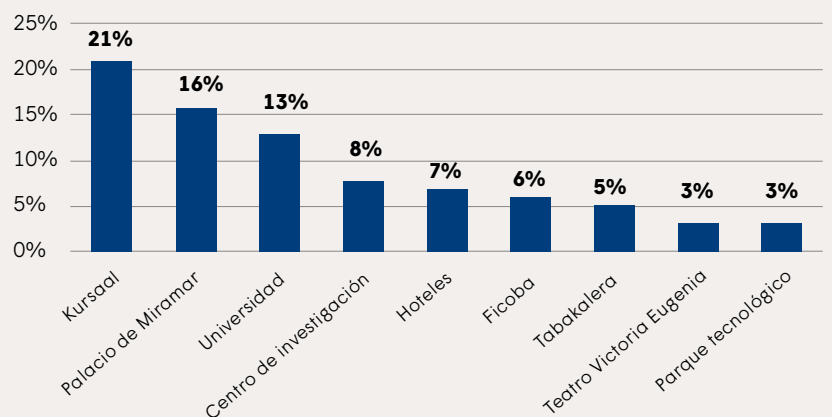
Temática

Más de la mitad de los eventos registrados en la ciudad en 2022 son de temática científica, tecnológica y médica. Dichas temáticas coinciden con el buen posicionamiento y la especialización de Donostia / San Sebastián en ámbitos

de conocimiento como el biosanitario o la nanotecnología. La ciudad cuenta con numerosos promotores locales de talento en estas áreas con capacidad para atraer eventos de un alto nivel de especialización.

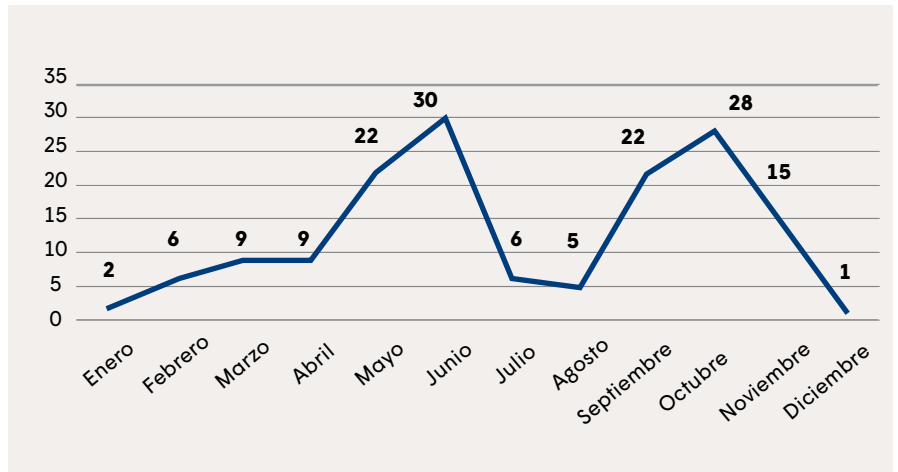
Sede

De los eventos registrados por el Convention Bureau las sedes más utilizadas (excluidas las ferias) en 2022 siguen siendo el Palacio de Congresos Kursaal (21%), el Palacio Miramar (16%) y la Universidad (13%). Cabe destacar que un 19% de los eventos computados se han repartido en sedes distintas de las recogidas en la siguiente gráfica.



Distribución a lo largo del año

En el año 2022, los meses que concentran una mayor actividad a nivel congresual son junio (30) y octubre (28). A estos dos meses se suma la elevada actividad que se ha registrado en los meses de mayo y septiembre con un volumen de 22 eventos en cada mes, seguidos de noviembre con 15 eventos.

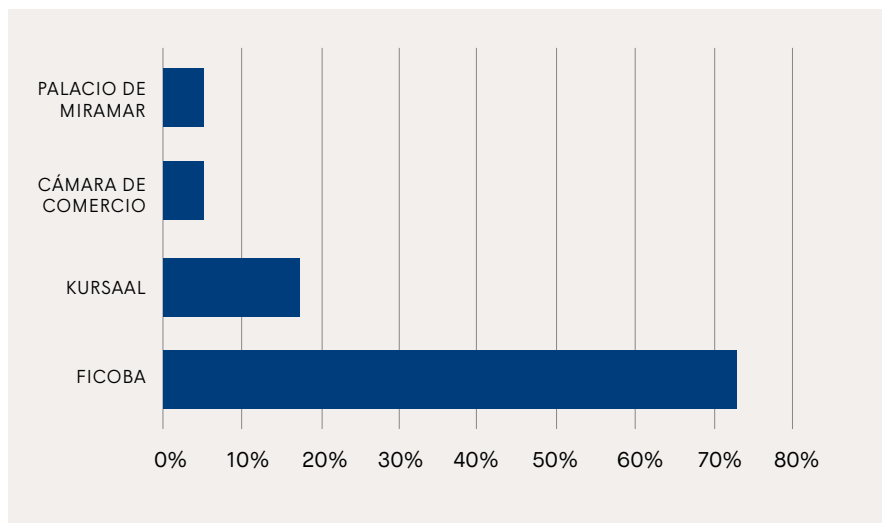


Eventos durante el año

2.3.2. Ferias

En el año 2022 se han celebrado 18 ferias. La sede que acoge el mayor parte de este tipo de eventos profesionales es el recinto ferial FICOBA.

2022		
	Nº	Participantes
Ferias	18	69.789



2.3.3. Incentivos

En el año 2022 el Convention Bureau ha registrado un total de 29 viajes de incentivo de carácter profesional celebrados en Donostia / San Sebastián, lo que supone un incremento del 45% respecto al año anterior, indicando una clara tendencia al alza en este tipo de actividad.

La mayoría de estos grupos de incentivo, un 72%, son de ámbito internacional. El mes preferido para la celebración de estos viajes es junio.

Los países de procedencia de los incentivos organizados en 2022 son Francia, España y Bélgica, seguidos de los Países Nórdicos, Alemania e Inglaterra. Cabe destacar que el 50% de los incentivos internacionales proceden de Francia.

La procedencia de los grupos es similar a la de años anteriores, a excepción del mercado estadounidense, cuya demanda ha descendido en 2022, ya que este mercado se reactivó con posterioridad.

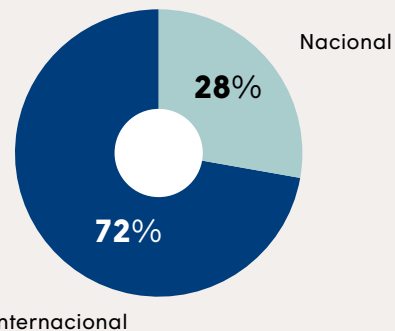
Incentivos celebrados

	2022	2021
Incentivos	29	13
N.º Personas	1.393	560

Ámbito de los incentivos

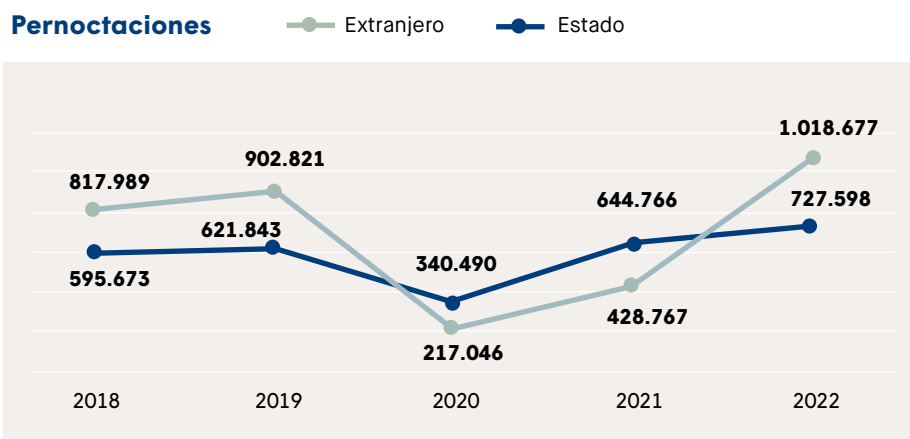
	2022	2021
Internacional	21	6
Nacional	8	7
Regional	-	-

Ámbito



2.4. Internacionalización del destino

En cuanto a la internacionalización del turismo en Donostia / San Sebastián, uno de los objetivos establecidos en el Plan Director de la Sociedad, la tendencia iniciada en el año 2020 da un vuelco debido al fin de las restricciones de movilidad y al cierre parcial de fronteras que dio como resultado un mayor porcentaje de pernoctaciones de turistas nacionales (60,06%) que de internacionales (39,94%) en 2021. Así pues, en 2022 son los y las visitantes internacionales (58,33%) quienes superan ampliamente a los y las nacionales (41,67%) en número de pernoctaciones.



Fuente: Eustat

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

	2018	%	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%
Nacionales	595.678	42,14%	621.843	40,79%	340.490	61,07%	644.766	60,06%	727.598	41,67%
Extranjeros	817.989	57,86%	902.821	59,21%	217.046	38,93%	428.767	39,94%	1.018.677	58,33%
TOTAL	1.413.667	100%	1.524.664	100%	557.536	100%	1.073.533	100%	1.746.275	100%

Fuente: Eustat

Pernoctaciones. Top 10 estatales y extranjeros 2022

Pernoctaciones	2019	2020	2021	2022	
Estado	555.016	311.740	589.175	651.855	10,64%
Madrid	171.307	90.511	165.697	215.758	30,21%
Cataluña	115.395	66.327	125.832	128.624	2,22%
C.A. de Euskadi	66.337	54.748	97.764	72.801	-25,53%
Andalucía	40.863	15.851	46.521	55.661	19,65%
C.Castilla y León	35.613	17.791	31.807	38.653	21,52%
Com. Valenciana	35.046	17.878	37.523	38.485	2,56%
Aragón	36.644	19.964	28.18	31.651	12,29%
Navarra	16.387	11.973	19.636	26.935	37,17%
Galicia	19.768	8.768	18.189	24.179	32,93%
Castilla la Mancha	17.656	7.929	18.018	19.108	6,05%
Extranjero	606.754	163.307	320.576	753.532	135,06%
Francia	134.134	94.548	135.143	211.715	56,66%
EE.UU	154.321	7.062	41.463	152.467	267,72%
Reino Unido	89.505	13.183	24.445	115.343	371,85%
Alemania	66.021	10.969	29.519	69.821	136,53%
Países Bajos	25.179	10.985	28.782	42.636	48,13%
Italia	33.581	8.013	16.001	38.110	138,17%
Irlanda	22.073	1.712	8.155	30.916	279,10%
Resto UE*	18.800	6.984	15.356	27.614	79,83%
argentina	30.056	2.499	4.481	26.741	496,76%
Bélgica	14.414	6.368	14.853	22.784	53,40%
Canadá	18.670	984	2.378	15.385	546,97%
TOTAL GENERAL	1.161.770	475.047	909.751	1.405.387	54,48%

Fuente: Eustat

Como sucedió el año anterior, en 2022 el mercado madrileño lidera el ranking de pernoctaciones, por delante de Francia, EEUU y Cataluña. A continuación, se posicionan los visitantes de la C.A. de Euskadi, andaluces y también se da un destacado repunte de británicos y alemanes.

2.5. Donostia / San Sebastián, ciudad tractora para el turismo en el territorio

Durante el 2022 Donostia / San Sebastián aumenta la fuerza tractora a la hora de atraer el turismo a Gipuzkoa, superando los datos del 2021. El 65% (62% en 2021) de quienes visitan Gipuzkoa visitan San Sebastián y un (58% en 2020), y un 35% el resto del territorio. En cuanto al turismo internacional, el 78% (74% en 2021) de las y los turistas extranjeros/as que acuden a Gipuzkoa visitan San Sebastián, frente a un 22% (26% en 2021) que visita el resto de Gipuzkoa.

—> El 78% de las y los turistas internacionales que acuden a Gipuzkoa visitan Donostia / San Sebastián

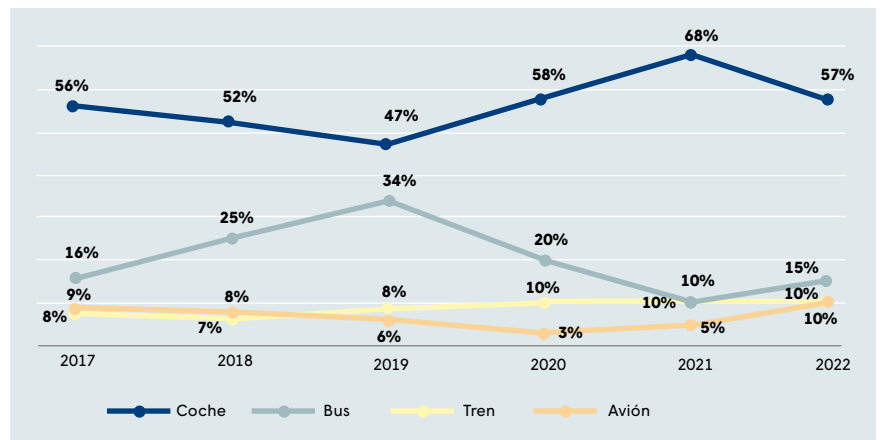
		2019	2020	2021	2022	DIF.%
Pernoctaciones Donostia / San Sebastián	Estado	621.843	359.496	645.252	728.864	12,96%
	Extranjero	902.821	235.015	428.905	1.018.677	137,51%
		1.526.683	596.531	1.074.157	1.747.541	80,07%
Pernoctaciones resto de Gipuzkoa	Estado	320.281	320.281	513.184	663.487	29,41%
	Extranjero	110.125	110.125	149.923	293.926	96,19%
		430.406	430.406	662.513	957.413	53,93%

Fuente: Eustat

2.6. Medios de transporte para llegar a la ciudad

La siguiente tabla muestra, en porcentajes, el medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad, entre las y los visitantes atendidos en las oficinas de turismo de Donostia / San Sebastián. Los datos reflejan un cambio de tendencia en el uso de vehículo particular. Se ha diversificado la procedencia de las visitas internacionales y ya no hay una proporción tan destacada de nacionalidad francesa (que, por proximidad, usan más el vehículo propio para venir a San Sebastián) respecto a otras nacionalidades. El fin de las restricciones ha ampliado el espectro de visitantes internacionales y obtenemos visitas desde mercados más lejanos; es por ello que el uso del avión dobla su porcentaje. Esa misma circunstancia ha hecho que se mantenga el uso del tren y se recupere notablemente el porcentaje de los que llegan en autobús.

Medio de transporte 2022



Fuente: ITOURBASK

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO 2022	%
Coche	57,29
Bus	15,34
Tren	9,71
Avión Biarritz	0,54
Avión Bilbao	7,43
Avión Donostia / SS	1,86
Autocaravana	3,37
A pie	3,57
Bicicleta	0,42
Otros	0,46

Fuente: ITOURBASK

2.7. Tipología y perfil de quienes nos visitan

En el año 2022 se ha continuado en la labor de conocer el grado de satisfacción de las personas que visitan Donostia / San Sebastián y analizar su perfil, mediante encuestas de satisfacción. En total, se han realizado 1.160 encuestas a lo largo de los doce meses de 2022, haciendo un mayor número de ellas en temporada alta (Semana Santa y meses de junio a septiembre). De éstos, 1016 han correspondido a visitantes que pernoctaban alguna noche en la ciudad (turistas) y 144 a visitantes que no pernoctaban en Donostia (77 excursionistas y 67 turistas que pernoctaban fuera de la ciudad).

Los datos más relevantes son:

El Perfil de quienes nos visitan:

- Las personas que nos visitan son principalmente de una franja de edad comprendida entre los 45 y los 54 años, seguido de los de 55 a 64 años
- 52% mujeres, 48% hombres
- Origen: mercado estatal. Seguido del francés
- Viene en pareja o en grupo (familia y/o amigos)

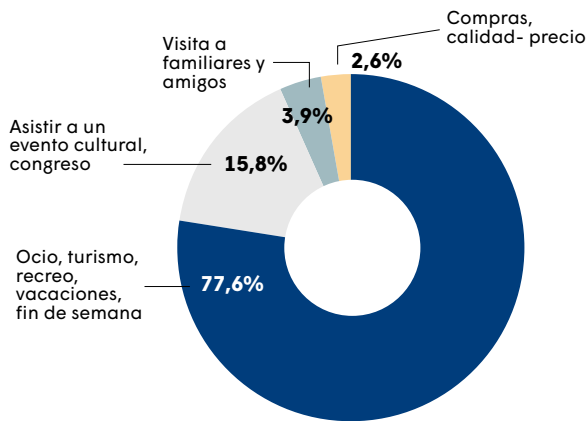
La forma de realizar el viaje es:

- El medio de transporte más utilizado es el vehículo privado (64%) seguido del avión (30%)
- El tipo de alojamiento mas utilizado es el hotel de cuatro estrellas seguido del hotel de tres estrellas
- El 31,2% pernocta dos días y el 21,1% entre 3 días

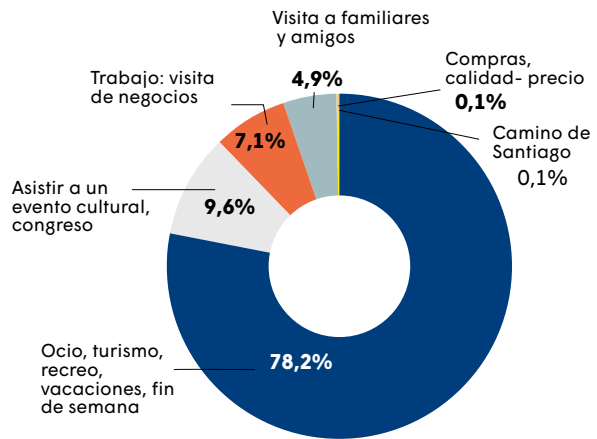
Los motivos principales de las y los turistas para la visita son:

- 42,3% city break
- 18,2% gastronomía
- 1,8% playa

Motivo principal de la visita Excursionistas



Turistas



Asistir a un evento cultural, congreso

	Excursionista	Turista
Congreso	1,3%	1,4%
Evento cultural, deportivo		
Fútbol	2,6%	2,5%
Festival de cine	2,6%	0,6%
Maratón/ Carrera	7,8%	2,1%
Baloncesto		0,1%
Concierto	1,3%	2,6%
Exposición		0,2%
Patinaje artístico		0,4%

Motivación MICE y cultural

Ocio, turismo, recreo, vacaciones, fin de semana

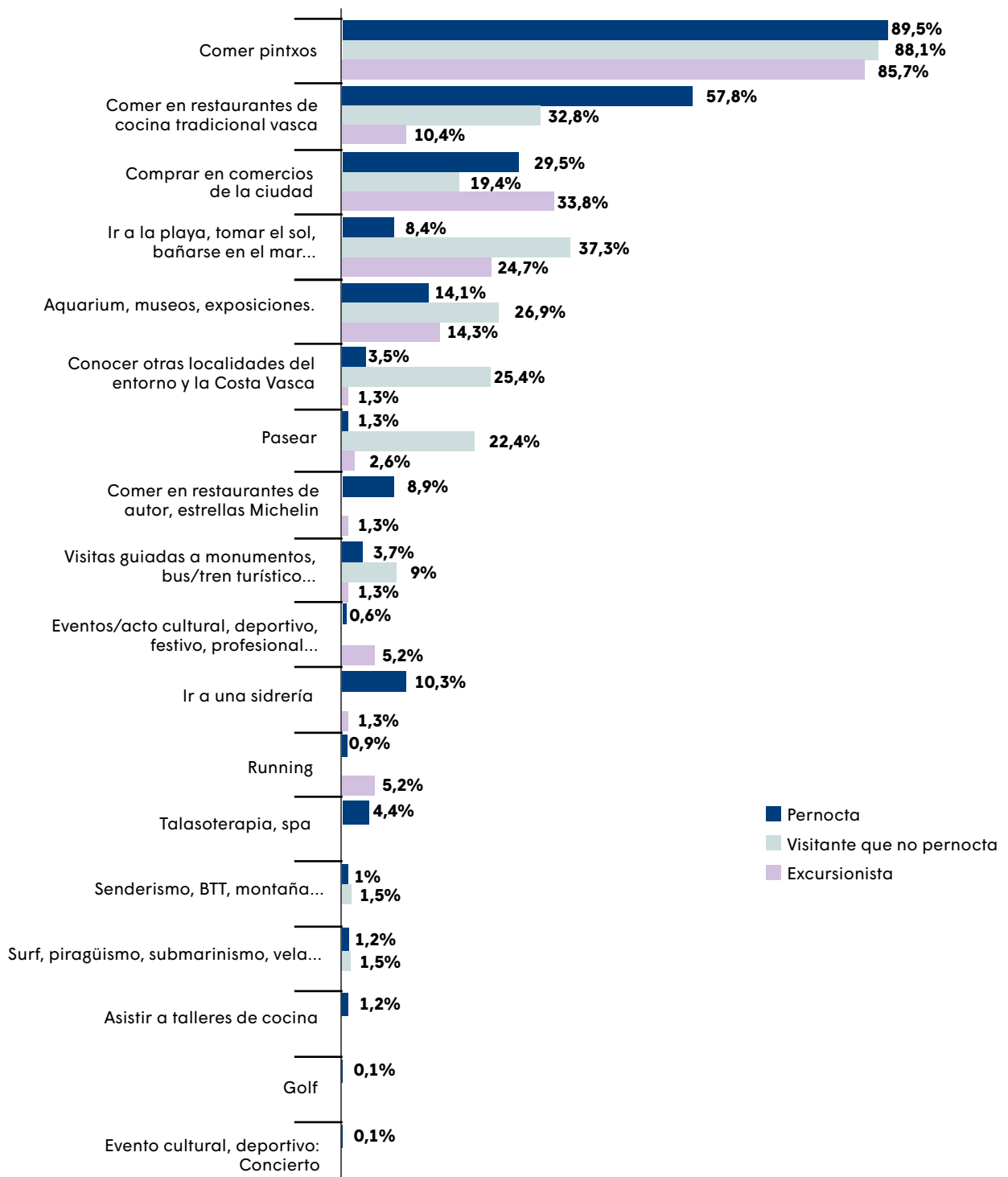
	Excursionista	Turista
Conocer San Sebastián, belleza, junto al mar	50,6%	41,7%
Visitar museos, monumentos, conocer la cultura vasca	3,9%	0,6%
Gastronomía (pintxo, restaurantes, sidrerías)	18,2%	26%
Conocer otras localidades del entorno y la Costa vasca		3%
Deportes, naturaleza, aventura	1,3%	2,7%
Ir a la playa, tomar el sol, clima	2,6%	1,8%
Aprender idiomas (castellano)		0,2%
Naturaleza, aventura, senderismo, clima	1,3%	1,8%

Motivación de ocio

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

1. Comer pintxos
2. Comer en restaurantes de cocina tradicional
3. Comprar en comercios de la ciudad
4. Visitar Aquarium, museos, exposiciones
5. Comer en restaurantes de cocina de autor, estrellas Michelin
6. Ir a la playa, tomar el sol, bañarse en el mar

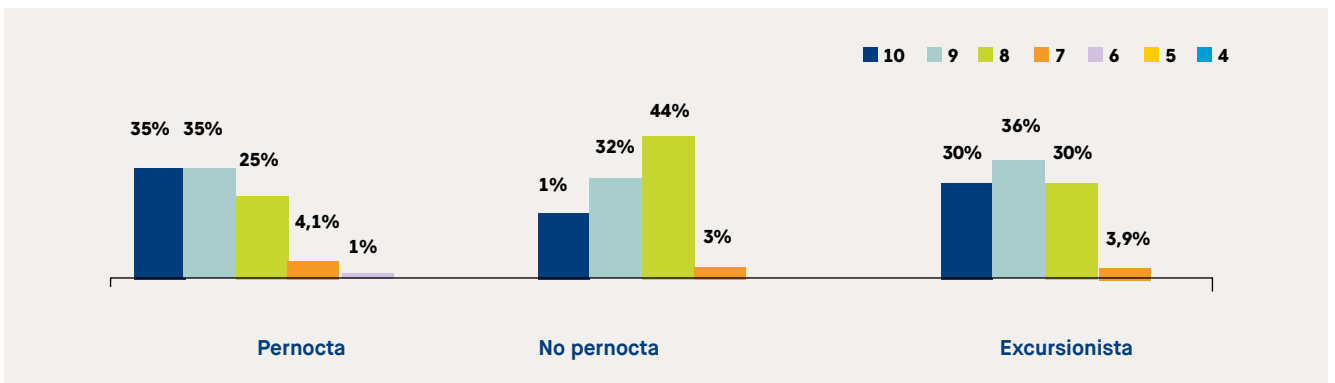
Actividades realizadas durante la visita.





Grado de satisfacción. Evolución.

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



Calificación de los diferentes tipos de visitantes de su visita a Donostia



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

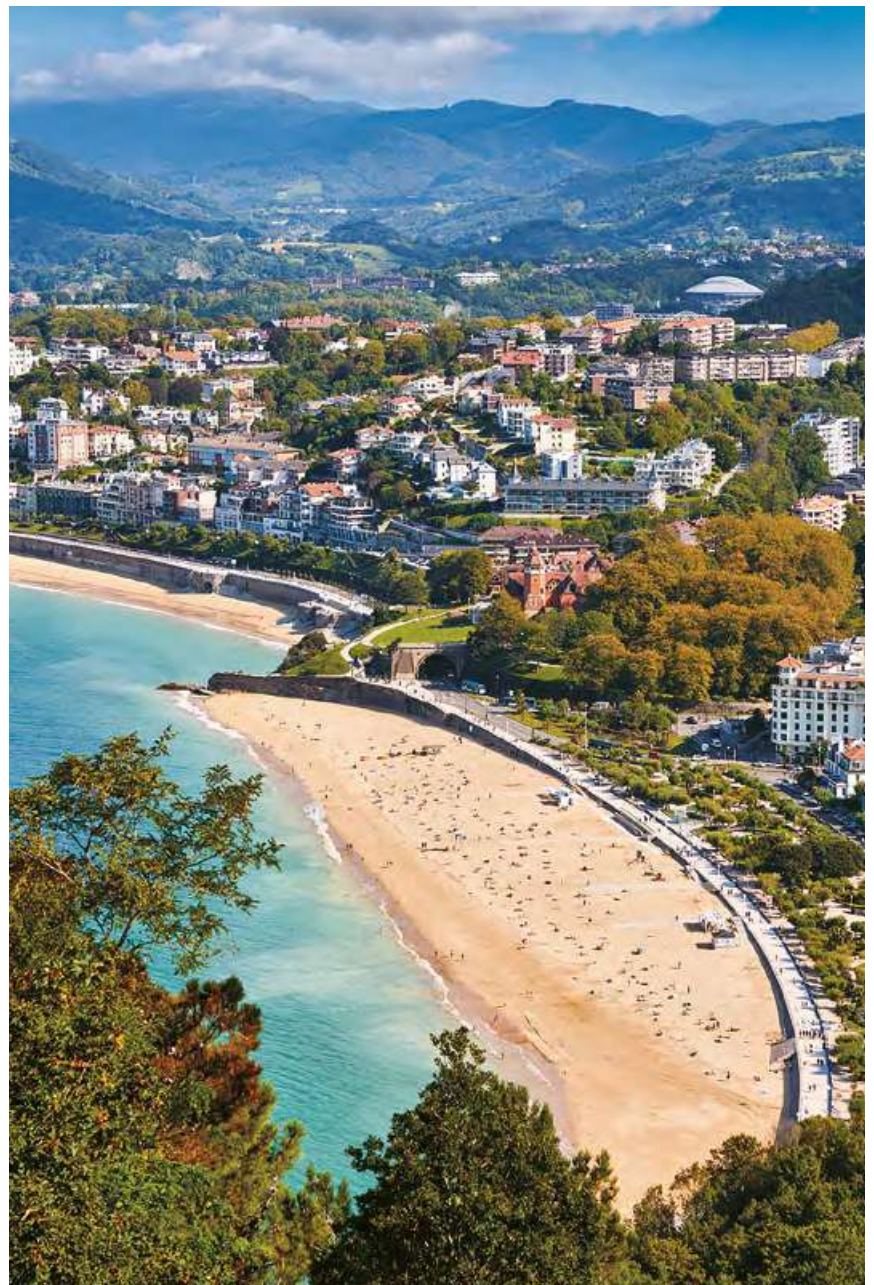
En 2022, tras la pandemia, los viajes de prensa han comenzado a reactivarse y se ha continuado atendiendo a una gran cantidad de medios vía online. Fruto de esta colaboración con los medios y el posicionamiento del destino a nivel internacional, en 2022, se ha recogido la publicación de **763 artículos sobre Donostia / San Sebastián** en los medios más prestigiosos. Algunos de los medios destacados que han publicado sobre la ciudad son: **Traveler, National Geographic, Condé Nast Traveler, House and Garden, Le Figaro, The Times, Harper's Bazaar, Forbes, The Telegraph, Vogue etc.**

389 artículos se han publicado en medios estatales, con una suma OTS (Opportunity To See/ oportunidades de visualización) de **179 millones**, y un valor AVE (Advertising Value Equivalent/ valor publicitario equivalente) de **3,12 millones €**.

En cuanto a **medios internacionales**, se han publicado **377 artículos**, pero el sistema de clipping no recoge los datos de difusión de la mayoría de medios, por lo que solo se ha podido contabilizar una suma OTS de **159 millones** y un valor AVE de **2,39 millones €**, aunque la cifra real es considerablemente mayor.

DSS Turismoa trabaja con medios previamente seleccionados, de acuerdo con sus ejes, objetivos y mercados prioritarios, facilitando parte del viaje, si procede, y compartiendo información, contactos etc., pero sin ofrecer una retribución económica.

—> En 2022 se ha recogido la publicación de **763 artículos sobre Donostia / San Sebastián en los medios más prestigiosos, con un valor AVE de más de 5,51 millones €**.



Donostia / San Sebastián en los medios internacionales más prestigiosos

Las guías de viajes y medios de comunicación de mayor prestigio en el mundo siguen recomendando visitar Donostia / San Sebastián.



Daily Mail

- The 10 most “welcoming” destinations in 2023
- Eat, drink and make merry in delicious San Sebastián, which is awash with Michelin stars and has great beaches to boot!
- New Year food special: From learning the secrets of perfect tzatziki in Greece to indulging in the gourmet delights of San Sebastián
- How to spend an ultimate foodie weekend in San Sebastián



The Times

- A family tapas tour of San Sebastián
- Summer in the city: the best spots to visit in Europe
- San Sebastián, one of the Spain's best cities for food
- The 15 best foodie breaks around the world: #1 Donostia / San Sebastián
- Brotherhood seeking out true taste of Spain (Arzak)
- San Sebastián: the Big Weekend



National Geographic

- Destinos para comenzar el año viajando sola por España. El Triangulo vasco: Donostia, Bilbo y Gasteiz
- España en 50 escapadas fundamentales: #SanSebastian
- Tres españolas, candidatas a Capital Europea del Turismo Inteligente en 2023
- How to experience the Basque Country's best cider houses
- Seven of the best cookery classes in Spain: #Avant-garde cooking, San Sebastián
- 15 of the best Spanish food experiences



The Telegraph

- The 20 places you must visit in 2023: #San Sebastián
- The best family-friendly hotels in Spain to keep the entire tribe happy
- 10 blow-out holidays for once-in-a-lifetime memories #1 Savour Spain again (San Sebastián)
- The secret coast of Spain that tourists forgot
- 48 hours in . . . San Sebastián, an insider guide to the Spanish beach town turned Michelin hotspot



The Independent

- 48 Hours in San Sebastian: restaurants, hotels and places to visit
- Spain travel guide: Everything you need to know before you go
- San Sebastián City Guide: Where to eat, drink, shop and stay in Spain's foodie capital
- The 10 best under-the-radar European cities, from Malmö to Tallinn
- Take a bite of the Basque Country



Forbes

- These Top Restaurants Around The World Are Worth The Trip: #Mugaritz
- San Sebastian, a Slow Walk In Europe This Fall
- 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







▷ Ver los artículos más destacados sobre Donostia / 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 Donostia / San Sebastián por orden cronológico

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

Además, Donostia / San Sebastián ha sido destacada en numerosas guías de viaje y ha aparecido en el top de diversos rankings de viajeros como **Condé Nast Traveller, The Times, National Geographic, Esquire, Head Topic etc.**

<p>Tripadvisor</p>  <p><i>San Sebastián entre los mejores destinos gastronómicos del mundo</i></p>	<p>Booking</p>  <p><i>San Sebastián en el Top 10 de las ciudades más acogedoras u hospitalarias: #3 Donostia</i></p>	<p>The Telegraph</p>  <p><i>San Sebastián uno de los 20 lugares que debes visitar en 2023</i></p>
<p>Mr Potter</p>  <p><i>Donostia entre las Siete Mejores Ciudades Gastronómicas del Mundo: #3 San Sebastián</i></p>	<p>Travel + Leisure</p>  <p><i>Los 14 lugares más bonitos para jubilarse en el extranjero: #3 San Sebastián</i></p>	<p>A Luxury Travel Blog</p>  <p><i>10 de los mejores festivales del mundo para visitar en enero de 2023: #La Tamborrada. Donostia / San Sebastián</i></p>

► Ver todos los rankings en los que destaca Donostia / San Sebastián: <https://press.sansebastianturismoa.eus/es/estamos-en/san-sebastian-en-rankings>

2.9. Encuesta de destino. Índice de satisfacción

Grado de satisfacción – Evolución

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

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



3. Estructura Organizativa

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

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

3.1. Consejo Administrativo

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

Está constituido por las siguientes personas:

- D. Eneko Goia
Presidente
- D^a Hutsune Mendiburu
Vicepresidenta
- D. David de Miguel Les
- D. Juan Ramón Viles
- D^a Cristina Lagé
- D. Jon Markel Ormazabal
- D. Borja Corominas
- D. Bixente Sacristán
- D. Paul Liceaga
- D. José Joaquín Martínez
- D^a Laura Larrión
- D^a Nerea Aramburu

3.2. Consejo Consultivo

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

Sectores representados y personas que lo constituyen:

- D. Iker Goikoetxea
Infraestructuras
- D^a Laura Larrión
AA. VV y de Receptivo
- D^a Nerea Aramburu
Comercios
- D^a 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 305 empresas asociadas.

Sectores

Las empresas asociadas se dividen en 10 sectores:

Hostelería	19%
Alojamiento	24%
Comercios	18%
Servicios Turísticos	9%
Recursos museísticos, culturales y de ocio	11%
Servicios complementarios y de comunicación	7%
Agencias de Viajes y DMC	4%
Infraestructuras	3%
Transporte	3%
Organizadores eventos y reuniones	2%



Alojamientos (73) > 24%

- A ROOM IN THE CITY
- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- APARTURE
- ARIMA HOTEL & SPA
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- EMYRENT
- FEELFREE
- FOREVER RENTALS
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL AKELARRE
- HOTEL ARBASO
- HOTEL ARRIZUL CONGRESS
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL BED4U SAN SEBASTIAN
- HOTEL BED4U ZURRIOLA
- HOTEL CASUAL DE LAS OLAS
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL ILUNION SAN SEBASTIAN
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL MARIA CRISTINA
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL NH COLLECTION SAN SEBASTIAN ARANZAZU
- HOTEL NIZA
- HOTEL OKAKO
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL PARMA
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL TRES REYES SAN SEBASTIAN
- HOTEL VILLA FAVORITA
- HOTEL WELCOME GROS
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- HOTEL ZINEMA 7
- HOTELES DE GIPUZKOA
- KOBATA ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTEL
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales

- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALTAIR
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION ATOTXA ROOMS
- PENSION COMPLEJO AMETZAGAÑA
- PENSION CRISTINA ENEA ROOMS
- PENSION GARIBAI
- PENSION GROSEN
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION IRUNE
- PENSION ITXASOA
- PENSION IZAR BAT
- PENSION KOXKA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION KURSAAL
- PENSION SAN MARTIN
- PENSION UR-ALDE
- RESIDENCIA UNIVERSITARIA M. AGUD QUEROL
- SERCOTEL HOTEL CODINA
- SERCOTEL HOTEL EUROPA
- THE RENTALS COLLECTION
- VILLA MAGALEAN HOTEL & SPA

Agencias de Viajes y DMC (12) > 4%

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

Comercios (56) > 18%

- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE

- ANHELO
- ARBELAITZ
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BIKONDO JOYEROS
- BOMBONERIA MAITIANA
- BOX SAN SEBASTIAN
- CALMA YOGA STUDIO
- CASA MUNOIA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- DOLLS
- EL TURISTA
- ELKAR
- FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GARRARTE
- GOIURI BIKINI DENDA
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IRANTZU JOYEROS
- IRULEA
- IZARBIDE
- JOYERIA AYESTARAN
- KBERBI NEW
- KOLOREKA
- LA BICICLETA
- MANUELA VA DE FIESTA
- MARIA KALA'S
- MARTA G. ESTILISMO
- MICHAEL'S
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- OH MY BIKE!
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS
- SANSE BIKES
- SASTRERIA ALDABALDETREKU
- SICOS
- SUPERDRY
- TESTONE
- TONI PONS

- . TROFEOS TXAPELDUN
- . VIANDAS DONOSTIA
- . YO SALUD ESTÉTICA

Hostelería (59) > 19%

- . ALTZUETA SAGARDOTEGIA
- . ANTONIO BAR
- . ARAETA SAGARDOTEGIA
- . ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- . BAR CASA BAROLO ETXEA
- . BAR CASA VERGARA 1948
- . BAR HAIZEA
- . BAR ITURRIOZ
- . BAR LA CEPA DE BERNARDO
- . BAR ROJO Y NEGRO
- . BAR ZUMELTZEGI
- . BOKADO EVENTOS
- . CAFETERIA AVENIDA XXI
- . DIONI'S BAR
- . DISCOTECA BATAPLAN
- . DIVINUS CATERING

- . EL ESKONDITE TABAKALERA
- . GANDARIAS JATETXEA
- . JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- . LA VIÑA BAR
- . PUB MUSEO DEL WHISKY
- . RESTAURANTE AKELARRE
- . RESTAURANTE ARZAK
- . RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- . RESTAURANTE ASTELENA 1997
- . RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- . RESTAURANTE BEKO ERROTA
- . RESTAURANTE BIARRITZ
- . RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- . RESTAURANTE BOKADO MIKEL SANTA-MARIA
- . RESTAURANTE CASINO KURSAAL
- . RESTAURANTE CERVECERIA BEERSS
- . RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- . RESTAURANTE ITSASPE DONOSTI
- . RESTAURANTE LA PERLA
- . RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- . RESTAURANTE MUGARITZ
- . RESTAURANTE MUKA

- . RESTAURANTE OQUENDO
- . RESTAURANTE REKONDO
- . RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- . RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- . RESTAURANTE TXINPARTA
- . RESTAURANTE TXOKO
- . RESTAURANTE TXULETA
- . RESTAURANTE UBARRECHENA
- . RESTAURANTE VIA FORA
- . RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- . RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- . SAGARDOAREN LURRALDEA
- . SIDRERIA BEHARRI
- . SIDRERIA GURUTZETA
- . SIDRERIA IRETZA
- . SIDRERIA PETRITTEGI SAGARDOTEGIA
- . SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- . SM CAFE BAR
- . TAQUERIA KURSAAL
- . TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- . VICTORIA CAFÉ



Infraestructuras (10) > 3%

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

Organizadores de eventos y congresos (4) > 2%

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

Recursos culturales, museísticos y de ocio (34) > 11%

- . ALBAOLA
- . AMAINA
- . AQUARIUM DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- . ARTEKO
- . BOAT TRIPS SAN SEBASTIAN
- . BODEGA KATXIÑA
- . BRAI KANTAURI
- . CATAMARÁN CIUDAD SAN SEBASTIÁN
- . CIBRIAN
- . CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- . EKAIN ARTE LANAK
- . EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- . FNAC DONOSTIA
- . FRONTON GALARRETA
- . HEGALAK
- . HIPODROMOA
- . HIRUZTA BODEGA
- . IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- . KARTING OLABERRIA
- . KUR ART GALLERY
- . KUTXA KULTUR ARTEGUNEA
- . LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- . LUCKIA CASINO KURSAAL

- . MONTE IGUELDO
- . MOTORASDELAISLA.COM
- . MUSEO CHILLIDA LEKU
- . MUSEO SAN TELMO
- . NAVEGAVELA
- . ORIBAY TOURS
- . OSTARTE SAILING
- . REZABAL TXAKOLINDEGIA
- . SALA KUBO-KUTXA
- . SILVIA & THE SPYGLASS
- . TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

Servicios complementarios (20) > 7%

- . ACC COMUNICACIÓN
- . ADIMEDIA
- . AUDIOLAN Imagen y Sonido
- . BENGOA AUDIOVISUALES
- . BITEZ
- . DIGITALAK
- . DIGITALAK.
- . DIMENSION
- . DMACROWEB
- . EUROSINTESIS
- . INTERMEZZO GESTMUSIC
- . JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- . KONTRALUZ
- . LARREA FOTOGRAFOS
- . ORFEÓN DONOSTIARRA
- . ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- . POLICLÍNICA GIPUZKOA GRUPO QUIRON SALUD
- . SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- . TOUR MAGAZINE
- . TYPO 90

Servicios turísticos (28) > 9%

- . AINHOA DOMINGUEZ
- . ANA INTXAUSTI
- . ARRAUNING
- . BEGI BISTAN
- . C.D. FORTUNA
- . DISCOVER SAN SEBASTIAN
- . EL AULA AZUL
- . ESTHER POMBO
- . ESTHER VAZQUEZ
- . EXPERIENCE SAN SEBASTIAN

- . GO LOCAL SAN SEBASTIAN
- . GURUTZE ORMAZA
- . HAY QUE VER
- . JAI ALAI EVENTS
- . JAI ALIVE
- . JUST FOLLOW ME
- . LACUNZA IH SAN SEBASTIAN
- . LOCAL EXPERTS TOURS
- . LOURDES GORRIÑO
- . MAREI AZAFATAS
- . OH MY WALK!
- . PUKAS SURF ESKOLA
- . SAN SEBASTIAN GUIDES
- . SAN SEBASTIAN PINTXOS TOURS
- . SAN SEBASTIAN WALKING TOURS
- . TANDEM SAN SEBASTIAN
- . VIRGINIA GARCIA
- . WATER JOY HONDARRIBIA

Transporte (9) > 3%

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



4. Actuaciones 2022

4.1. Marketing y comunicación

2022 ha sido un año de **recuperación turística** superando incluso las ocupaciones y precio medio del alojamiento del 2019, año prepandémico con muy buenos resultados. En este nuevo escenario de **crecimiento**, la **estrategia** de marketing y comunicación de DSST se ha centrado en la **sostenibilidad turística**. La entidad no solo pretende promocionar el destino a quien lo visita, sino **preservar su autenticidad e identidad única** trabajando por un nuevo turismo más sostenible, más equilibrado y de mayor calidad. Para ello, se han llevado a cabo numerosas acciones dirigidas tanto a visitantes como a la ciudadanía. La **sensibilización turística de la ciudadanía** ha sido otra de las líneas de trabajo de 2022.

En cuanto al visitante, además de mantener la promoción a mercados cercanos como el **estatal** o el **francés** y las campañas dirigidas a los públicos objetivos establecidos en el Plan Director, se han **retomado las acciones** dirigidas a mercados estratégicos lejanos como el **estadounidense**, segmento que se dejó de trabajar durante la pandemia.

Cabe destacar también que en 2022 se lanzó una **nueva línea de trabajo**: el turismo **premium** con su correspondiente sitio web, campaña publicitaria y grupo de trabajo específico.

4.1.1. Campañas y acciones destacadas

Sostenibilidad

La **sostenibilidad** ha sido el **eje principal** que ha guiado todas las **acciones de promoción** del destino en 2022. Se ha apostado por un **turismo sostenible, equilibrado, auténtico y de calidad** para consolidar la marca Donostia San Sebastián Turismoa, inspirada en la autenticidad, y en la identidad cultural. El **objetivo** es conseguir un **turismo que respete el día a día de nuestra gente**, que mantenga la limpieza de las calles, parques y playas, y que conviva en armonía con el comercio y la **actividad local**.

La estrategia de la sostenibilidad turística se centra en tres **líneas de trabajo**:

- Social y cultural
- Económica
- Medioambiental

Estas líneas de trabajo generales se han traducido en las siguientes medidas específicas para fomentar un turismo sostenible en todos los ámbitos:

- Campañas de concienciación y sensibilización sobre un turismo responsable.
- Promoción de empresas y productos locales.
- Apoyo a medidas para reducir el impacto medioambiental.

RESULTADOS

- **Campaña online en el estado, Francia, UK**
- **+2 millones de impresiones en banners y vídeos.**
- **+ de 35.000 clicks en campaña /+24 .600 sesiones.**

Sostenibilidad Social y Cultural

En este eje se han trabajado diversas campañas de concienciación y sensibilización sobre un turismo responsable.



Como pieza central para la promoción de este eje, DSST ha producido una pieza audiovisual que presenta a DSS como una "green destination".

La citada pieza se utilizó como base para la campaña de promoción de otoño: **Feel like a donostiarra** que mostraba San Sebastián como un destino sostenible, invitando a quien la visita, a **vivir la ciudad como donostiarra**, desde el **respeto** y la **convivencia**.

Tanto el vídeo producido como la campaña, **ponen en valor el modo de vida, la cultura y el producto local**, proponiendo una batería de planes sostenibles que realizan de forma conjunta tanto locales como turistas. Así, en las creatividades producidos, se utilizó el binomio "tourist" y "local" para comunicar que **comparten intereses, espacios y actividades**.

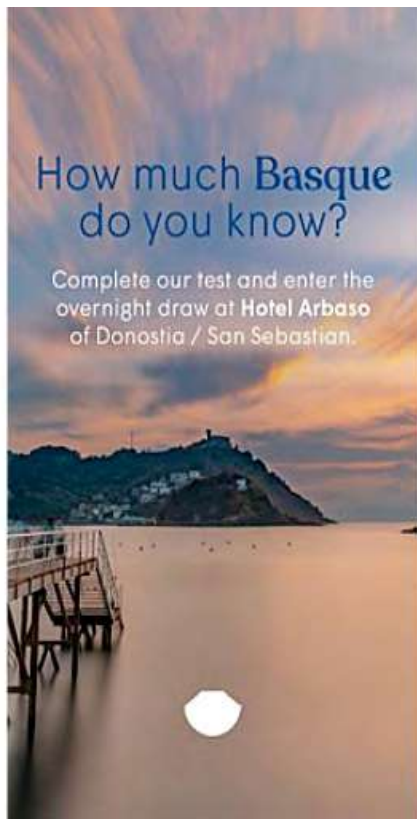


Sostenibilidad Social y Cultural

Basque Challenge 2: Acción para poner en valor la cultura vasca

En marzo del 2022, DSST puso en marcha una **iniciativa** para dar a conocer **nuestra cultura** y nuestra lengua, el **euskera**.

El objetivo de esta línea de trabajo es **dar a conocer el euskera** a quien nos visita de una manera divertida, poniendo en **valor la cultura propia**, nuestro **idioma**, la **autenticidad**, y lo que hace diferente a Donostia frente a otros destinos.



A través de un concurso online se pusieron a prueba los conocimientos de euskera y cultura vasca de quienes nos visitan y se animó a todas las personas a profundizar en nuestra cultura.

El cuestionario se realizó en **euskera** (se preparó un cuestionario especial para que las personas que dominan el euskera también pudieran participar), **catalán**, **gallego**, **castellano**, **francés** e **inglés**, apelando así al resto de lenguas oficiales del estado.



Sostenibilidad Social y Cultural

La promoción se realizó utilizando diferentes canales: Nota de prensa a medios de comunicación, campaña en redes sociales, en la web y blog de turismo Donostia, desplegar el juego por whatsapp, envío de boletines a participantes en anteriores sorteos de DSST, email a euskaltegis, email a centros vascos etc.

La campaña Basque Challenge 2 tuvo un **gran éxito** y unos **resultados muy positivos**.

RESULTADOS

- + 220.000 personas alcanzadas con la campaña en la campaña Social ADS
- + 656.000 impresiones
- + 18.200 visitas a la web de DSST
- + 10.000 participantes

**#Gora San Sebastián.
Acción para fomentar la cultura propia**

En el 2022 tampoco se pudo celebrar el día grande de San Sebastián, debido a la crisis sanitaria mundial.

Unos días antes, Donostia San Sebastian Turismoa hizo un llamamiento a engalanar los balcones, ventanas, escaparates... con alguna representación de la Tamborrada (la bandera, los tambores, barriles...) para que todos los y las donostiaras pudieran sentir el momento de unión tan especial que solo se produce el 20 de enero.

Entre todos los que compartieron una foto con su original decoración de la tamborrada se sorteó una noche en el Hotel Lasala Plaza.

RESULTADOS

- 7.705 cuentas alcanzadas
- 650 de personas que no nos siguen en las RRSS
- 8.207 impresiones



Sostenibilidad Social y Cultural

Donostia denontzat

Campaña realizada en dos periodos de temporada alta, en Semana Santa y en verano, dirigida a la ciudadanía donostiarra como del territorio con el objetivo de apelar al sentimiento de **compartir nuestro destino y poner en valor a lo que nos diferencia: nuestra gente.**

Mensaje bilingüe que juega con los dos idiomas oficiales sin que sea traducción exacta, para que ambas lenguas se complementen transmitiendo **interculturalidad y convivencia.**

Siendo la ciudadanía el destinatario de estas campañas se utilizaron medios de comunicación locales como Berria, Hitza, Noticias de Gipuzkoa y Diario Vasco.



Lilatón. Acciones a favor de la igualdad en las RRSS de DSST

Durante el mes de febrero se realizaron diferentes actuaciones en las redes sociales y en la web de DSST para apoyar y promocionar La Lilatón, la única carrera popular compuesta exclusivamente por mujeres.

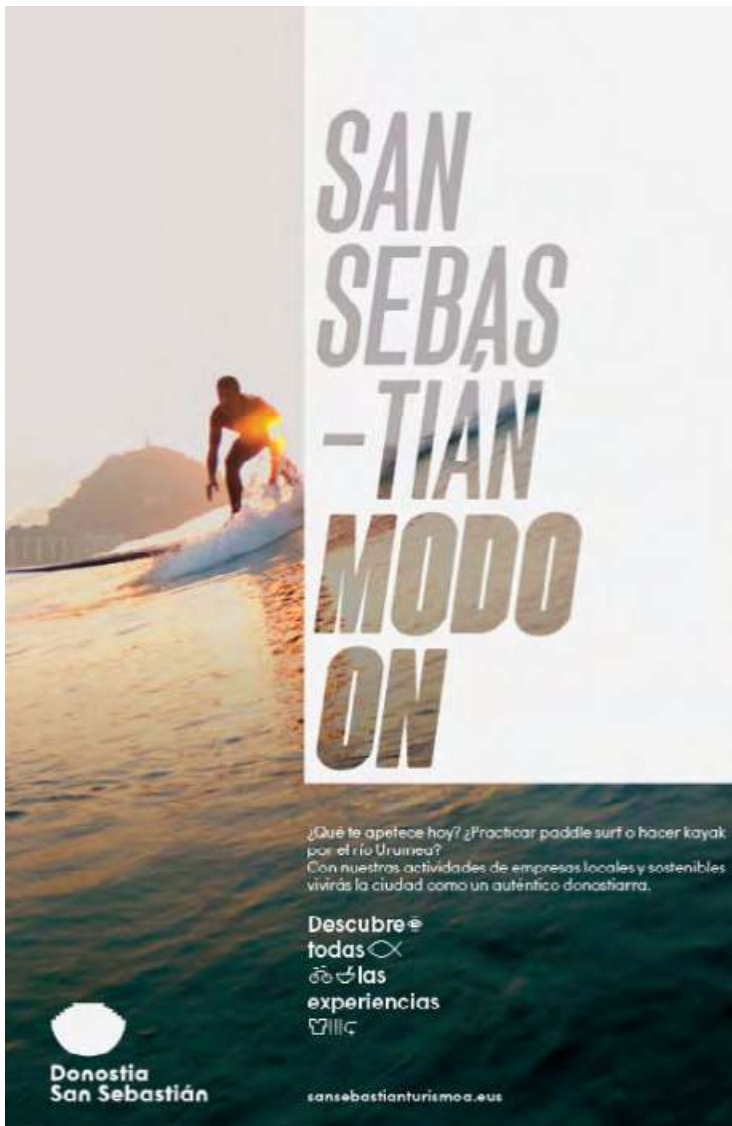
Durante **una semana** se planteó un pequeño **juego por la igualdad** en Instagram y Facebook: **¿Cuánto sabes de deporte femenino?** Para el cual se desarrollaron diversas preguntas entorno a **mujeres deportistas donostiarra y Guipuzcoanas.** Entre las personas acertantes se sortearon diez dorsales para participar en la Lilatón.

RESULTADOS

- 16.436 cuentas alcanzadas. Alcance orgánico
- 1.248 de personas que no nos siguen en las RRSS
- 17.178 impresiones

Sostenibilidad económica

En este eje se han trabajado diversas campañas de concienciación y sensibilización sobre un turismo responsable.



Ticketing

Para promocionar el ticketing ofertado por DSST en verano 2022 se puso en marcha la campaña San Sebastian Modo On. El objetivo de estas campañas es la **promoción de los servicios y actividades turísticas que pueden realizarse en el territorio**: museos, visitas guiadas a pie o en bicicleta, actividades acuáticas o en la naturaleza, excursiones, experiencias en grupo y también salidas privadas. El 41% de las actividades ofertadas se desarrollan en la ciudad y el 59% restante en Gipuzkoa, aunque también se ofrecieron excursiones a la costa francesa y otras capitales vascas.

Para impactar a la **ciudadanía del entorno** se emplearon medios tradicionales como la televisión (ETB) y la radio (Radio Euskadi, Cadena Ser) y diarios en euskera (Berria, Hitzia).

A nivel estatal, se colaboró con el Grupo Prensa Ibérica y su revista especializada en viajes.

Además, se llevaron a cabo acciones digitales con varios **medios franceses**:

- Sud Ouest
- Marie Claire: específicamente dirigido al público femenino, ya que es el perfil que más visita nuestra web.

Promoción en RRSS

Durante los meses de verano se realizó un juego de preguntas en las RRSS de DSST para dar a conocer estos productos. A través de un **concurso** dirigido principalmente a un público de cercanía, se pusieron a prueba los **conocimientos sobre San Sebastián, su oferta y el entorno**. Entre las personas acertantes, se sortearon más de 16 actividades de nuestros colaboradores.

RESULTADOS

- **+25 millones de impresiones.**
- **160.808 visitas web recibidas**
- **298.078 clicks en la web**

Sostenibilidad medioambiental

Este eje reúne las medidas para reducir el impacto medioambiental:

Surfrider Foundation Acción para la protección de la costa donostiarra

Dentro del programa de voluntariado internacional *Ocean Initiatives*, se llevaron a cabo las **recogidas de las playas** de **La Concha** (26 de marzo), **Zurriola** (8 de junio), y **Ondarreta** (8 de julio). En total, 63 personas participaron en las citadas acciones y se recogieron 5.247 piezas de residuos.

La acción cubre varios objetivos, como el de poner en marcha una **campaña a favor de la reducción del impacto medioambiental**, la sensibilización y **concienciación** de un **turismo responsable**, la coordinación del sector turístico para **fomentar acciones y campañas de solidaridad y la responsabilidad social corporativa**.



**VEN A SAN SEBASTIÁN
Y APARCA GRATIS**

Este verano **ven** a Donostia, **P gratis** en Illunbe.
gratuito al centro cada 20 minutos.
¡Disfruta del comercio donostiarra!

+ info: www.sansebastianturismoa.eus

Parking disuasorio de Illunbe. Acción para mejorar la Movilidad

Donostia San Sebastián Turismoa sigue apostando por la **sostenibilidad**, el equilibrio entre ciudadanos y visitantes y la **mejora de la movilidad** en la ciudad. En este contexto, un verano más ha vuelto a poner en marcha el bus lanzadera gratuito que conecta el aparcamiento disuasorio de Illunbe con el Centro de la ciudad.

RESULTADOS

- Google Ads 2.8M de impresiones ESPAÑA 2.2M FRANCIA.
- Facebook Ads Instagram ads 1.4M de impresiones

Además de la línea de trabajo en sostenibilidad, DSST ha seguido realizando campañas en base a sus cuatro públicos objetivos recogidos en el Plan Director.

Campañas dirigidas a PPOO

Son campañas **predominantemente digitales**, aunque todas cuentan con alguna acción **offline de apoyo**. Se han desarrollado en **dos fases**, una primera de antes del verano y una segunda después. Se utilizan medios parecidos en ambas fases, aunque **en la segunda se refuerzan los que mejor han funcionado en la primera**. Lo mismo ocurre con las creatividades utilizadas, se escogen las que más interacción generan.

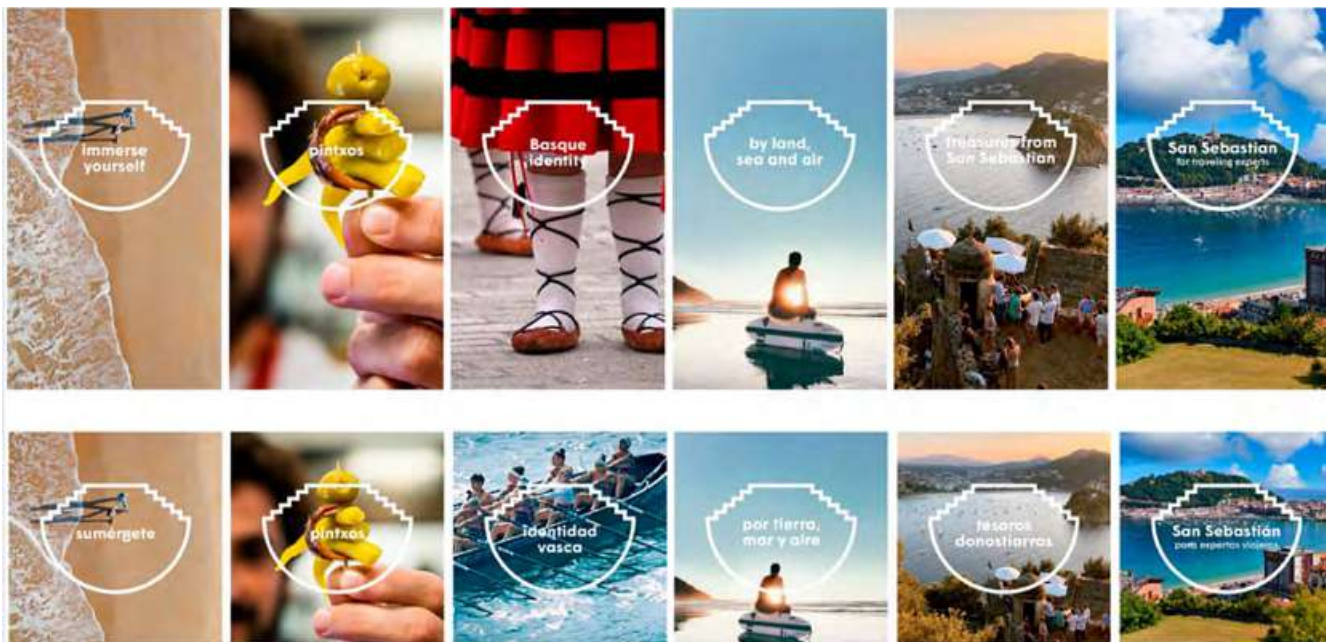
He aquí los cuatro públicos objetivos de DSST:

1. COSMOPOLITA
2. GASTRONÓMICO
3. MICE
4. PREMIUM

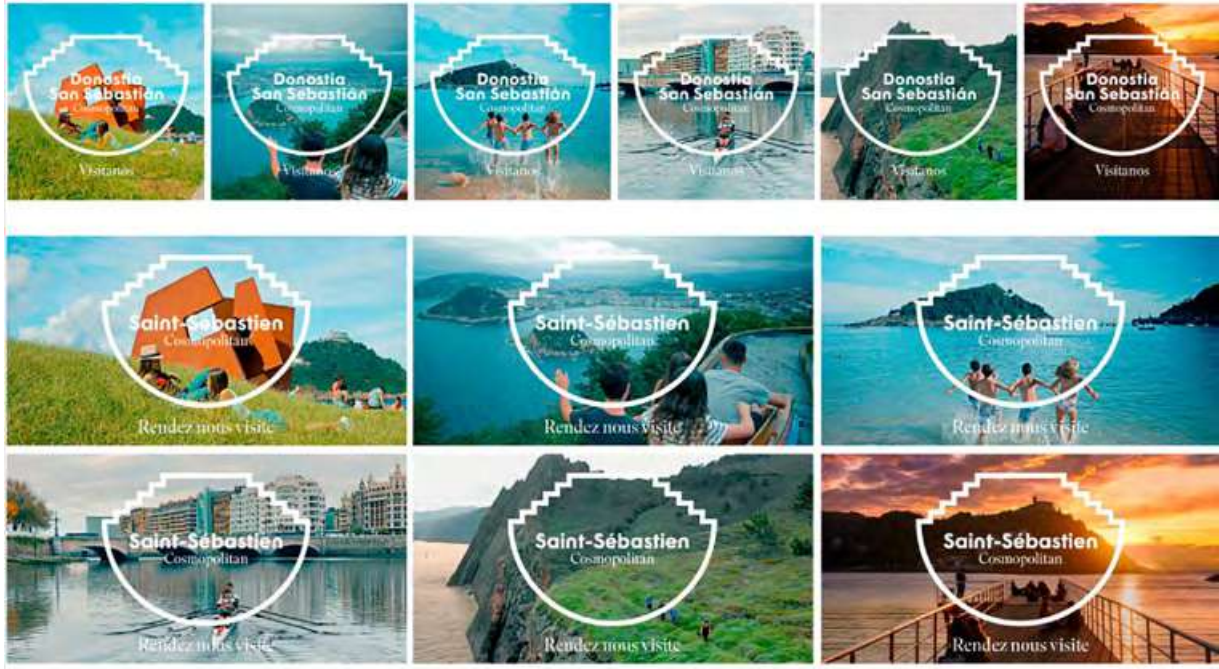
Cosmopolita

El público objetivo denominado cosmopolita busca versatilidad y variedad en sus viajes. Se trata de personas entre 30 y 50 años y cuentan con estudios universitarios o profesionales que viajan de forma habitual. Cabe destacar, que quieren sentir conexión con personas locales y vivir experiencias auténticas. Les gusta la naturaleza, la gastronomía, las actividades singulares, el deporte...

Fechas: PRIMERA FASE: Febrero-junio
 SEGUNDA FASE: Octubre-diciembre
Mercados: En la primera fase: España, Francia, Reino Unido y Alemania. En la segunda fase: se añade Nueva York.



Campañas dirigidas a PPOO



Medios

- Google Discovery -Google Display, Youtube, Facebook ads- Instagram ads

Acciones de apoyo

- Suplemento Sud Ouest (Abril) para mercado francés de la zona de Burdeos.
- Basque Magazine distribuida en los hoteles del destino.

**Enjoy it with us.
Gurekin.**

The most special and typical activities related to the lives of people from Donostia which will make you feel like one of us. Book your experience directly at the tourist office or on our website.

Information and tickets
T. +34 943 481 666 | 05 -34 807 887 462
www.sansebastianturismoa.eus

Donostia San Sebastián

Campañas dirigidas a PPOO

Foodie

Las personas a las que denominamos "viajeras foodies" buscan ser "educadas" gastronómicamente. Tienen entre 40 y 60 años y cuentan con estudios universitarios o profesionales. Se trata de personas buscadoras de tendencias y tienden a consumir experiencias culinarias "únicas". Cabe destacar, que además de las actividades gastronómicas, también tienen interés por conocer la cultura local.

Fechas: **PRIMERA FASE: Febrero-junio / SEGUNDA FASE: Octubre- diciembre**
Mercados: **En la primera fase: España, Francia, Reino Unido y Alemania. En la segunda fase: se añade San Francisco- California.**



Medios

- Google Discovery -Google Display
- Youtube
- Facebook ads- Instagram ads

Acciones de apoyo offline en medios internacionales:

- Revista Sphères para mercado francés de la zona de Bélgica (otoño)
- Revista National Geographic Traveller para mercado de Reino Unido



Campañas dirigidas a PPOO

MICE

Esta campaña pretende presentar a Donostia / San Sebastián como destino de congresos y DSS Turismoa como entidad facilitadora de información para organizar eventos y reuniones.

Objetivo secundario: captar tráfico de calidad a la Web de Congress e interacción con los servicios de las empresas asociadas.

Fechas: PRIMERA FASE: Abril-junio
SEGUNDA FASE: Octubre- diciembre
Mercados: En la primera fase: España y Francia
En la segunda fase, se añade Escandinavia.



Indicadores para medir la campaña:

- Visitas a la landing de la campaña, tiempo de visita, número de descargas, número de formularios enviados.

Públicos Objetivos:

- Agencias y OPCs, empresas de más de 201 trabajadores, perfil TEICs y perfil investigador, perfil académico alto.

Medios:

PRIMERA FASE:

- Google Discovery -Google Display
- Youtube
- Facebook ads- Instagram ads

SEGUNDA FASE:

- Se añade LinkedIn en la segunda fase

Acción de apoyo offline:

- Suplemento sobre eventos del DV (mayo).

Resultados directos:

- Impresiones publicitarias: 3.376.430

Campañas dirigidas a PPOO

Mercados: en una primera fase: España, Francia y Reino Unido, en la segunda fase, se añade Boston y mercados nórdicos.

Soportes de promoción:

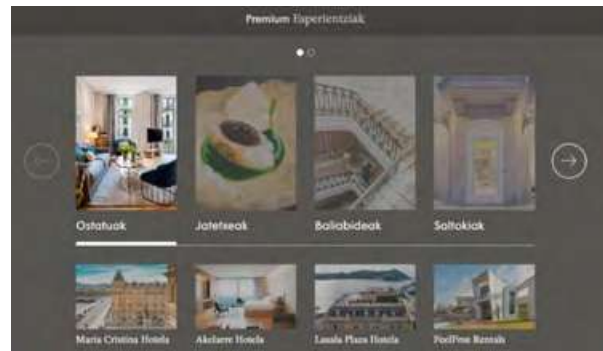
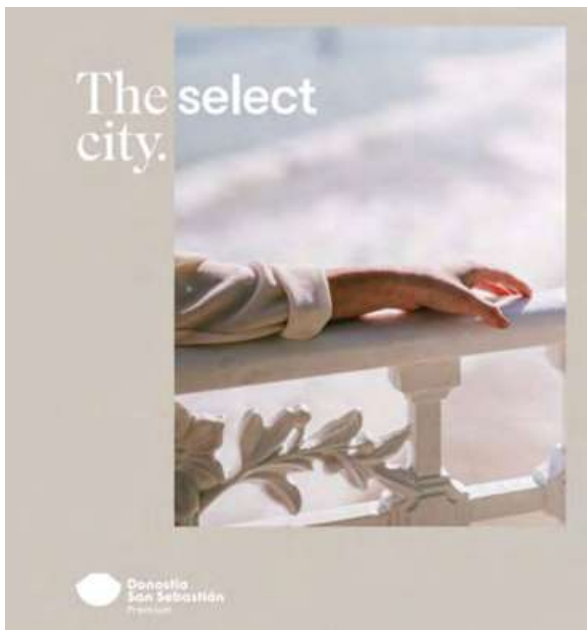
- CATÁLOGO CON CREACIÓN DE LOGO INCLUIDO
- Impresión 2.000 ejemplares, 1.000 en inglés y 1.000 en castellano

Premium

Lanzamiento nueva línea de trabajo

Las personas a las que denominamos "viajeras premium" buscan exclusividad y autenticidad en sus viajes. Son, en su mayor parte, parejas y familias con niñas y niños. Tienen entre 30 y 55 años y cuentan con estudios universitarios y un gran nivel cultural. Se trata de personas que viajan de forma habitual y son grandes prescriptores, bien informadas y ultra conectadas. Valoran el trato cercano.

Además de crear la imagen y soportes promocionales del proyecto, se compartió con los miembros del mismo a través de dos sesiones de trabajo en el Hotel Lasala Plaza en mayo y en el Museo Chillida Leku en noviembre.



<https://premium.sansebastianturismoa.eus/eu/hasiera>

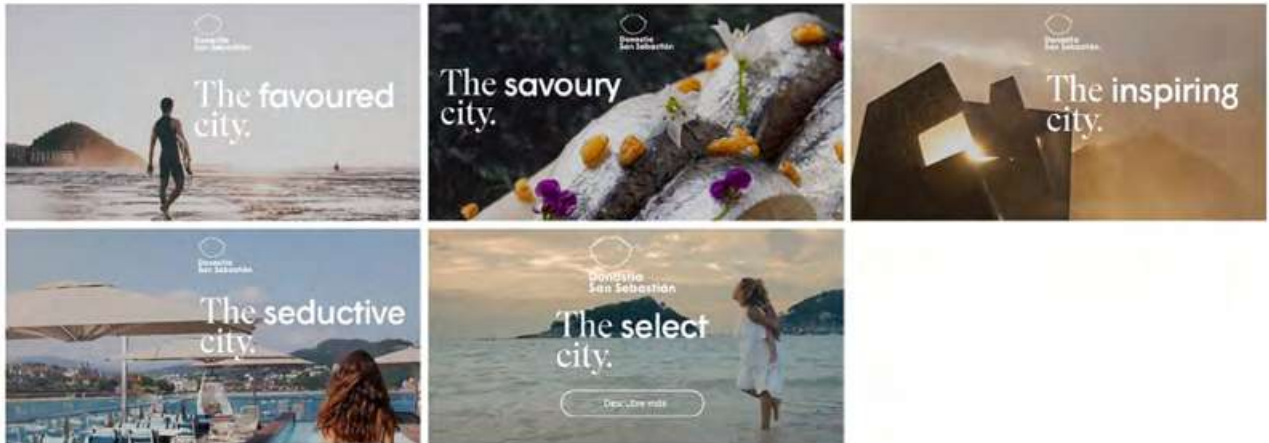
- LANZAMIENTO PRODUCTO EN JUNIO:
Publireportaje HARPERS BAZAAR



Campañas dirigidas a PPOO

• NUEVA WEB Y CAMPAÑA ONLINE

Agosto-diciembre



• PUBLICIDAD EN MEDIOS OFFLINE
OTOÑO 2022

- Estatales: Basque Luxury Magazine
- internacionales:
 - Le Figaro
 - The Guardian



• CAMPAÑAS GOOGLE Y RRSS:

• Agosto-diciembre



Campañas dirigidas a PPOO

Fechas: **18 noviembre-31 diciembre.**
Mercados **España y Sur Francia. Ciudades a menos de 500-600KMs con buenas conexiones e interesadas en el destino.**



Navidad

Siente la Magia en Donostia San Sebastián. Capital europea de la Navidad 2022.

Con el objetivo de atraer a visitantes a la ciudad en la época navideña, se lanzó una campaña para promocionar Donostia / San Sebastián como destino navideño cultural, gastronómico y de bienestar. Además, en 2022 DSS fue nombrada Capital Europea de la Navidad por el Parlamento Europeo por lo que se utilizó este claim en las creatividades.

Se plantearon distintos mensajes dependiendo del destinatario. Se trabajó una creatividad para el público más local, de cercanía, por un lado, y otra creatividad para quien nos visita de fuera de Euskadi, centrándonos, sobre todo, en el mercado francés.

Target:

- Más de 30 años, parejas, familias sin hijos. viajan en coche, intereses en compras, gastronomía, etc.

Medios/ Formatos utilizados:

- Campaña 100% online, digital. Formato vídeos cortos, banners animados, y vídeo largos en landing y Youtube.

Resultados:

+8.900.000 impresiones.

Clicks: +105.700 en campaña.

**Visitas web recibidas:
+70.200 sesiones**

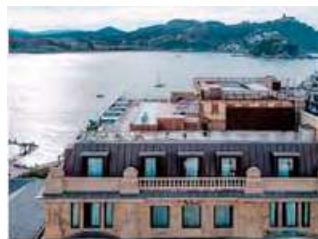
Campañas dirigidas a PPOO

**Acción específica:
Sorteo de 3 escapadas**

Para darle mayor repercusión a la campaña y obtener nuevos leads a quienes enviar información de promoción, que participaron 18.700 personas. Se sortearon tres escapadas: una gastronómica, otra

cultural y una tercera de bienestar. Cabe destacar que **fue el sorteo de la escapada wellness la que mejor funcionó obteniendo el 45% de las personas inscritas.**

La segunda escapada más exitosa ha resultado la **escapada foodie** con 5.895 personas inscritas, el 31% del total.



Hotela arrantza portuaren eta badiaren ikuspegiarekin

Lasala Plaza Hotela

Gaztu arrantza portu eta Kontxiako badiara begiratzen duen hotel zoragarri honen ikuspegiak, Donostiako alde zaharrean kokatua, hiriko pintxo taberna eta jatetxe tradizional guztietatik metro gutxira dago. Ezin hurbilago egon Donostiak eskaintzen dituen plazer gastronomikoetatik.



Sagardogintza esperientzia, Sagardoaren Museoa eta sagardotegi menua

Sagardoetxea + Sagardotegia

Ezagutu sagardoaren munduari buruzko xehetasun guztiak Astigarragako Sagardoetxea Museoen eta, ondoren, hurbildu sagardotegi menua tradizionala dastatzera.

Eta, jakina, txotxi esitera!

*Txotxi aihua erabiltzen da mahaikideak sagardoa upeletik dastatzeko gonbidatzena.



Xarmaz eta itsasoko historiaz inguratutako tradizioa

Bodegón Alejandro

Bodegón Alejandro tradizionalen benetako euskal sukaldaritzaren tapadak sentifuko dituzu. Hiriko historia luzeenetakoa duen jatetxea eta hiriko plater klasikoentako zenbait dastatzeko menua.

La tercera escapada ha sido la **escapada cultural** con 4.515 personas inscritas con el 24% del total.



Iertasunez eta historiaz ditutako gauak erdigune ire-betea

Iaso Hotela

Iaso hotela Donostiako erdigunean bertan, euskal ura eta tradizioak inoiz ez bezala sentitu, jatu eta bizitzeko. Artzain Onaren sardalen itzaletan.



Artea naturan

Chillida Leku Museoa

Chillida Leku Museora sarrera, bisita gidatuarekin, naturaz inguratuta dagoen espazio artistiko paregabeaz gaztu eta Eduardo Chillida eskultore eta artista donostiarren onareta eta historia ezagutzeko.



Esperientzia gastronomikoa suaren ondoan

Muka Jatetxea

Bi lagunek dastatzeko menua hirra lritsi berria den jatetxe honetan. Kokaleku paregabea du Urumea ibai parean, Kursaal kubo ospetuetan.

Bizi bertatik bertara parrilla eta su ondoko esperientzia Muka berrian.

A modo de resumen, en cuanto a las inversiones publicitarias:

Medios Online y Off line

El 75% de la inversión publicitaria se realiza en medios online, canales elegidos por su coste, capacidad de medición y segmentación.

Los principales canales online que se han utilizado son Google AdWords, Redes Sociales: Facebook, Instagram, LinkedIn y publicidad programática para FR, UK, EEUU y países nórdicos.

Inversiones por mercados

42%
Estatal

25%
Francia

18%
UK

15%
Otros
Alemania, EEUU, Escandinavia

Patrocinios y otras acciones especiales

También se han realizado otro tipo de actividades promocionales como son los patrocinios y colaboraciones con eventos locales.

- **Patrocinio Lilaton**
- **Patrocinio deportivo.**
 - Hawaii Surf Single Fin Classic
 - Remonte. Torneo de Primavera. Frontón Galarreta.
 - Jornada de Carreras de Caballos. Hipódromo de San Sebastián
 - Donosti cup
 - Rally Coches Clásicos SS.
 - "Paladaz-Palada". Ur-kirolak
 - Maratón San Sebastián.
- **Patrocinio sensibilización.** Surfrider
- **Patrocinio Concurso Fotográfico.** Teknum SS Sostenible
- **Patrocinio deportivo/ cultural.** Korrika
- **Patrocinio evento cultura.**
 - Festival de cine y derechos humanos
 - Semana cine fantástico y terror.
 - Donostiako zinemaldia/ Festival Internacional de cine
- **Patrocinio evento.** Crossover
- **Patrocinio evento gastronómico.** Premio Talento Gastro DV

CDC, club de creativos. Mayo 2022

Club de creativos es un congreso de creatividad que se celebra como contraprestación de la colaboración en algunos eventos y congresos celebrados en la ciudad. DSS Turismoa tiene presencia en sus revistas y/o ediciones impresas, además de presencia de marca en soportes como la web, evento físico, etc.



Carreras de Caballos en el Hipódromo de San Sebastián

Se ha patrocinado una carrera en una de las jornadas del hipódromo de Donostia SS. Patrocinio de 3ª carrera en la jornada del 3 de Julio.



3 julio, patrocinio Jornada Carrera

Patrocinios y otras acciones especiales

Colaboración de la XXXIII Semana del Cine fantástico y de Terror

Un año más se ha colaborado con la semana de cine fantástico y de terror. La semana de cine lleva 3 décadas posicionando la ciudad como un destino de cine y atrae a visitantes y aficionados fuera de temporada. Los últimos años ha crecido internacionalmente gracias a acuerdos y ciclos internacionales con Japón y otros destinos.

Se ha realizado un pequeño spot y una gráfica para el mismo y se les ha facilitado el uso del tren turístico para organizar el evento "paseo matinal en familia".



Egunean behin (octubre)

Una aplicación dirigida al mercado de cercanía que permite participar una vez al día en un juego de preguntas sobre la zona y entrar en el sorteo de experiencias locales, con un total de 375.00 impresiones y 1.200 clicks.



DV. Suplemento eventos

Se ha colaborado con artículo patrocinado y publicidad en un especial encartado en el periódico Diario Vasco, para difundir la situación de los eventos y congresos en la ciudad.

En los mismos ha habido un apoyo económico a cambio de la presencia de DSS Turismoa mediante logo en soportes propios o imagen en los eventos.



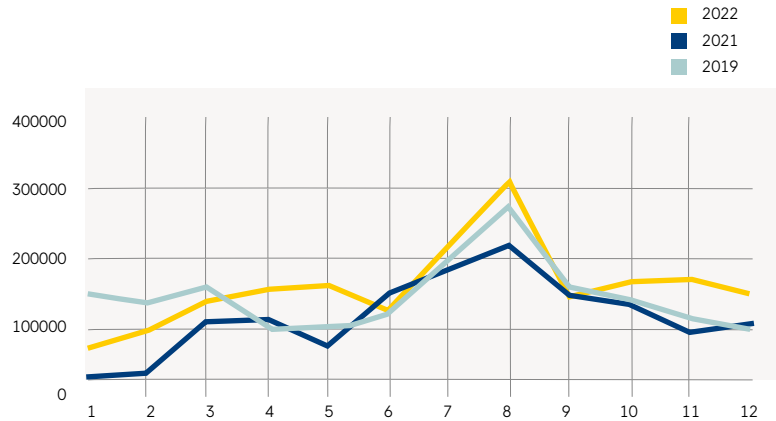
4.1.2. Web y Redes Sociales

Apartado web de ocio

Visitas

1.855.706 visitas a www.sansebastianturismoa.eus durante 2022. El número de visitas ha aumentado un 37% respecto a 2021. También hemos superado el tráfico prepandemia, sobre todo en los meses antes y después del verano.

3.912.345 páginas vistas por **1.333.115** usuarios.

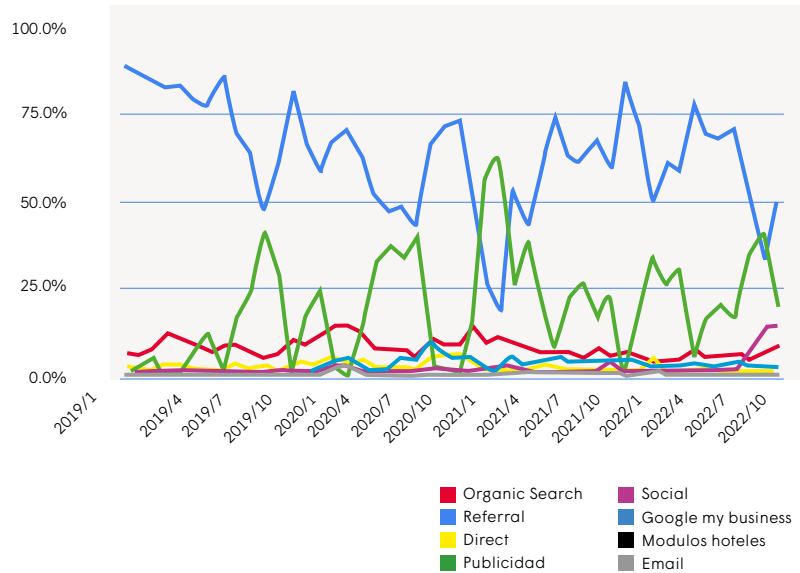


Visitas por canal

Las visitas del canal de **búsqueda orgánica suponen el 61% del total de tráfico** del site y han aumentado un 49% respecto a 2021.

Entre todos los canales destacan la **Publicidad en Buscadores**, que trae casi 340.000 visitas.

Como tráfico de referencia destacan: donostia.eus y kulturklik.

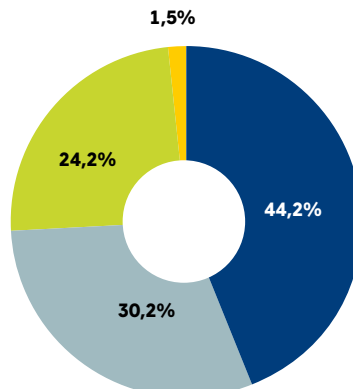


Idiomas

(sin tráfico de pago)

Distribución de idiomas acumulado de 2022.

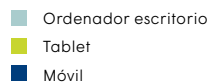
Durante el 2022 todos los idiomas han aumentado. **El 30% de las páginas del sitio web se ven en francés. El inglés es el idioma que más ha crecido** en este año (+108% que en 2021).



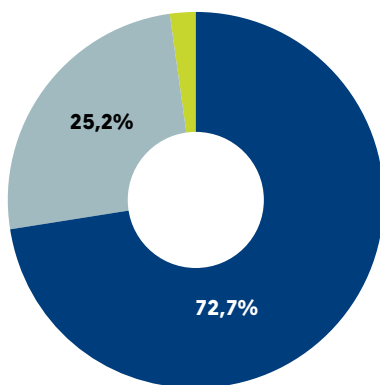
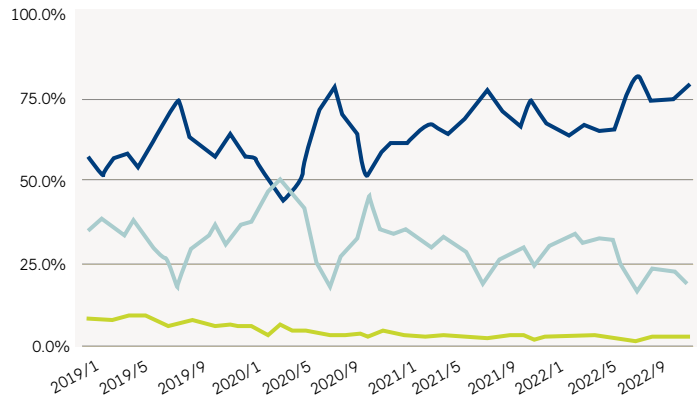
1.	/es/	1.347.725	44,2%
2.	/fr/	919.662	30,2%
3.	/en/	736.715	24,2%
4.	/eu/	44.335	1,5%

Dispositivos (sin tráfico de pago)

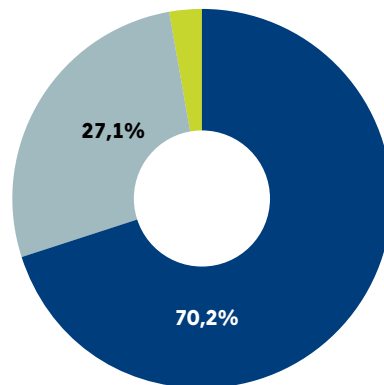
El móvil sigue ganando cuota año tras año superando el 73% de las visitas en 2022.



Porcentaje visitas por Tipo Dispositivo



01 enero-31 diciembre
2022



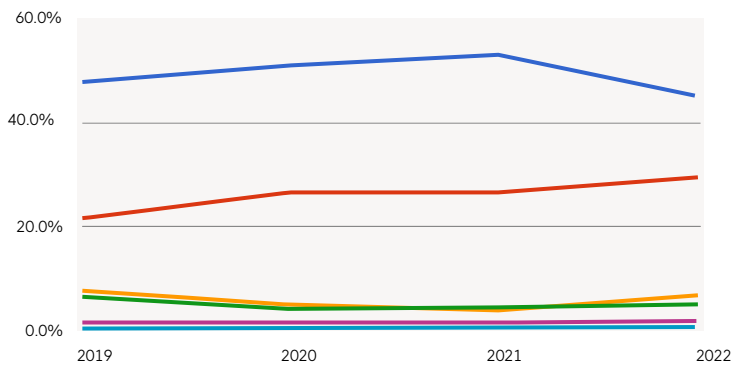
01 enero-31 diciembre
2021

Desde dónde nos visitan (sin tráfico de pago)

Entre los principales países, todos traen más tráfico que en 2021. Aunque **Francia sigue siendo el país extranjero que más tráfico deriva** (29% del total este año), destaca **Reino Unido que ha aumentado un 129%**.



Porcentaje visitas por País



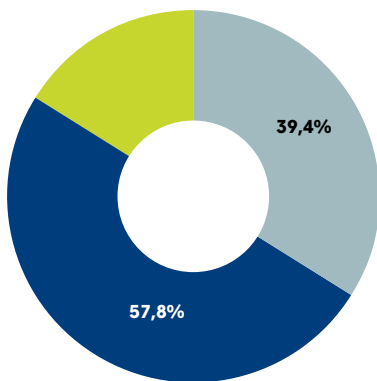
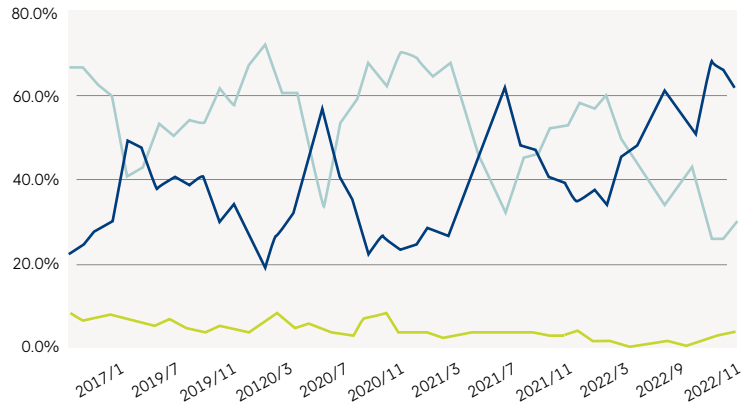
Apartado web dirigido a turismo MICE



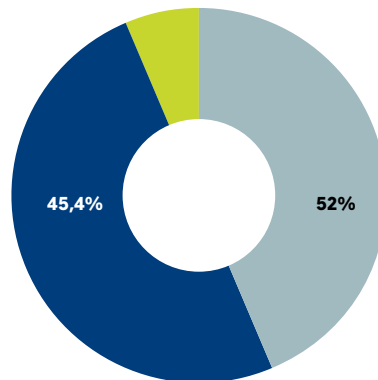
Dispositivos (sin tráfico de pago)

El móvil sigue ganando cuota año tras año superando el 56% de las visitas en 2022.

- Ordenador escritorio
- Tablet
- Móvil



01 enero-31 diciembre 2022

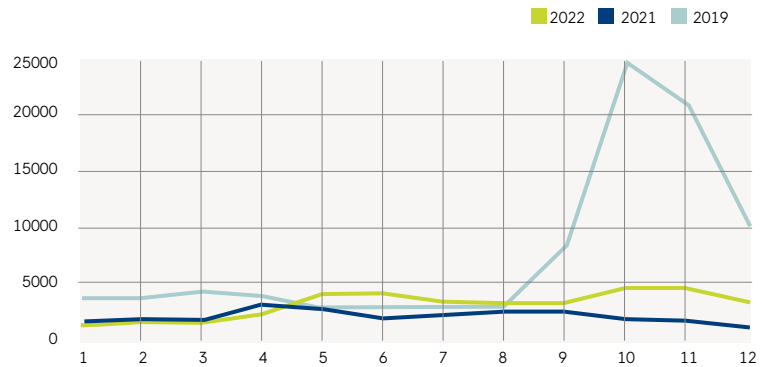


01 enero-31 diciembre 2021

Visitas mensuales

30.622 visitas durante 2022. El número de visitas ha aumentado un 37% respecto a 2021, aunque no hemos llegado al volumen de visitas pre-pandemia. El volumen de sesiones ha sido un 66% más bajo que en 2019.

58.914 páginas vistas por **23.956 usuarios**.



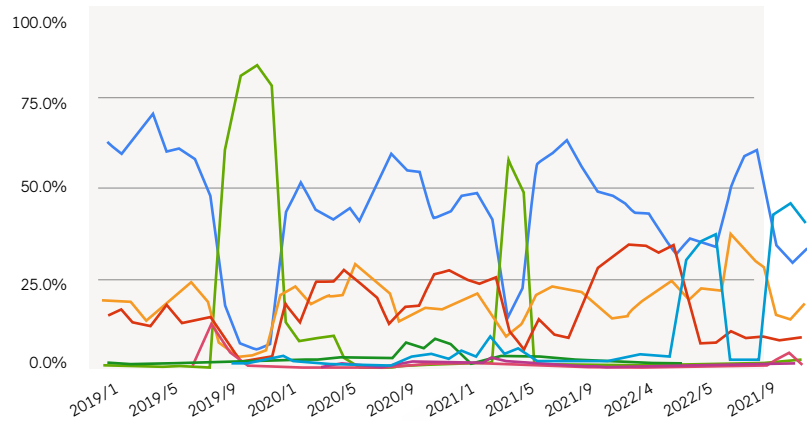
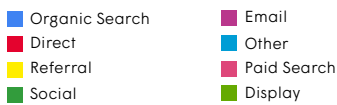
Visitas por canal

Las visitas de Buscadores Orgánicos suponen el 43% del total y ha aumentado un 22% respecto a 2021.

Entre todos los canales destacan las **campañas publicitarias**, que traen casi 9.000 visitas (el 29% del total del tráfico).

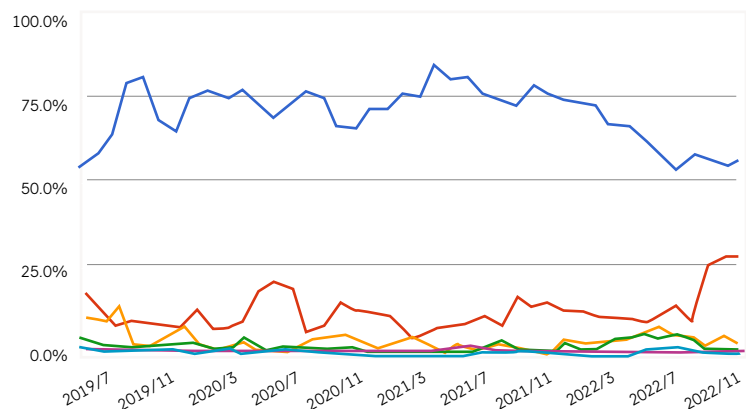
La mayor parte del tráfico de referencia procede de la web de San Sebastián Turismoa, del apartado de Ocio.

Canales (Porcentaje)



Porcentajes visitas por país

Entre los principales países, todos traen más tráfico que en 2021. Destaca **Francia que ha aumentado un 200%**, sobretodo a partir de septiembre.



Apartado web dirigido a **Prensa y Agentes**



Visitas mensuales

6.195 visitas durante 2022. El número de visitas ha aumentado un 7% respecto a 2021. Sin embargo, tenemos un 49% menos de visitas que en el periodo pre-pandemia (2019).

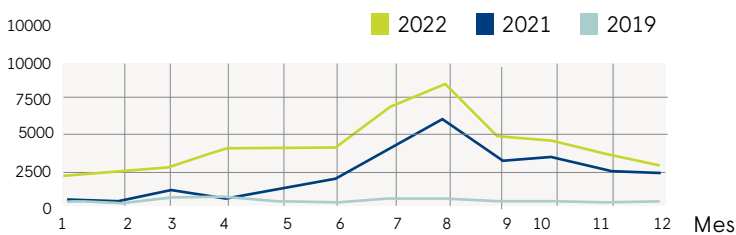
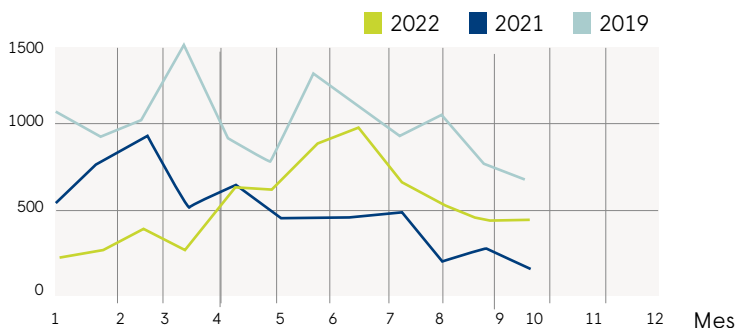
11.643 páginas vistas por **5.043 usuarios**.

El 37% de las visitas de prensa durante 2022 han llegado desde **Buscadores Orgánicos**. Aunque sigue siendo el principal canal de tráfico, ha descendido un 57% respecto a 2021. El 27% del tráfico ha llegado desde enlaces en www.sansebastianturismoa.eus.

El único canal de tráfico que ha crecido es **la publicidad en Medios de Comunicación** (Diario Vasco, Berria, Noticias de Gipuzkoa, Argia, Hitzza) que traen 885 visitas.

El mercado español ha tenido menos peso en 2022 que el año anterior, aunque sigue suponiendo el 64% del total del tráfico. Crecen las visitas desde Francia (44%) y Reino Unido (160%).

El 64% de las páginas del sitio web se visualizan en castellano. El francés supone otro 24% y crece un 28% respecto a 2021.



Apartado web sobre la **Accesibilidad turística**



Visitas mensuales

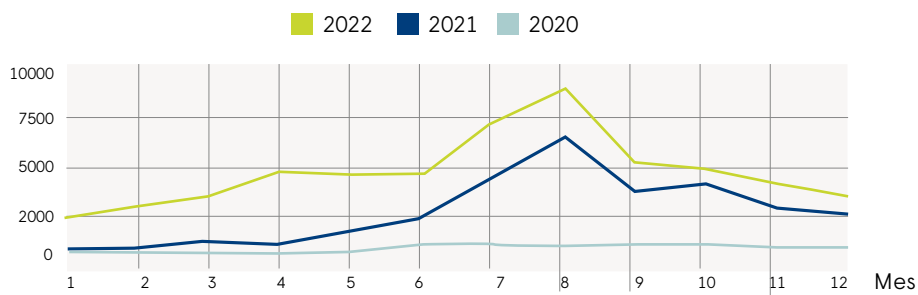
Este apartado, creado en 2020 ha recibido **51.797 visitas** durante 2022, un 94% más que en 2021.

74.747 páginas vistas por **44.468 usuarios**.

El tráfico de Buscadores Orgánico supone el 85% del total y ha crecido un 100% respecto a 2021.

Las personas usuarias han llegado principalmente buscando información sobre cómo llegar (Renfe, Autobús, Parking).

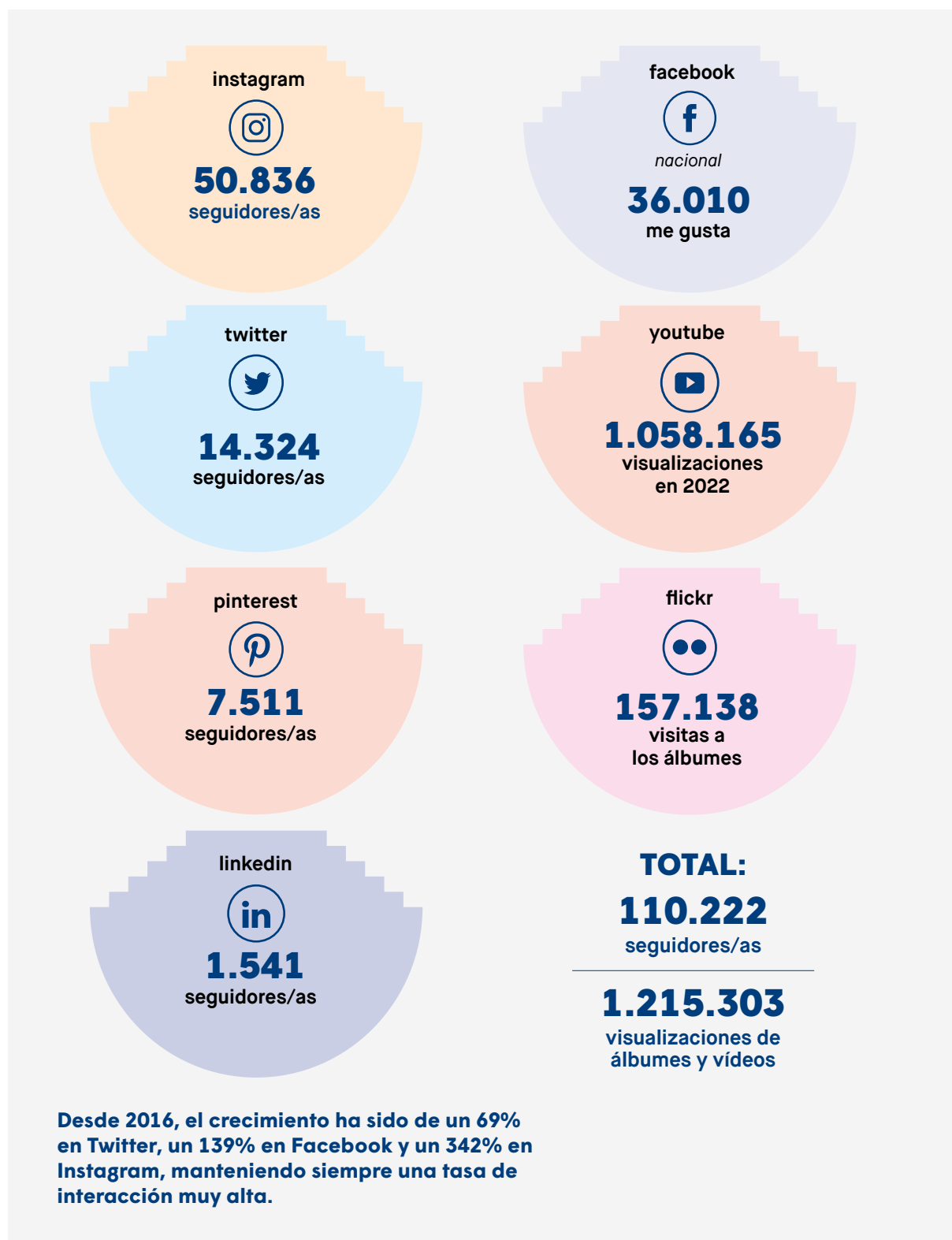
La gran mayoría de personas usuarias procede de **España y Francia**. El 60% de las páginas se ven en castellano, pero el **francés e inglés suben con fuerza** (+171% y +242%, respectivamente).

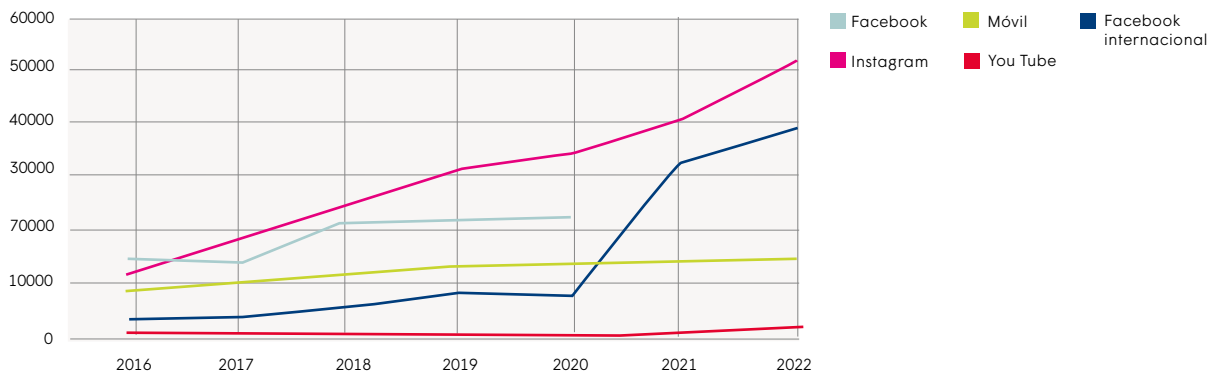
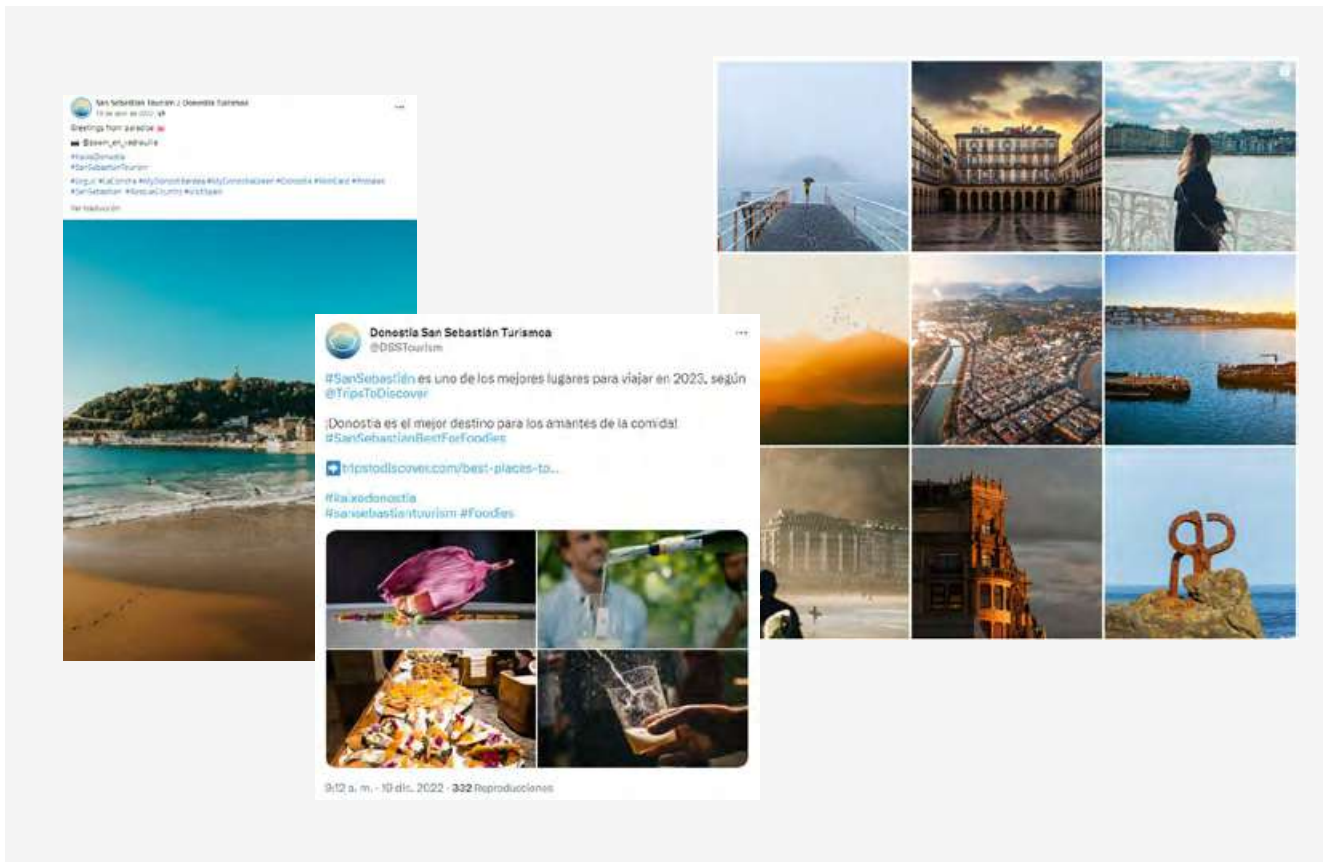




Más seguidores/as y mayor interacción en las redes sociales

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





Además, durante el 2022, se ha hecho uso de las redes sociales de DSST para promocionar varias campañas llevadas a cabo, como La Lilaton, Basque Challenge 2 o Donostia en Modo ON entre otras.

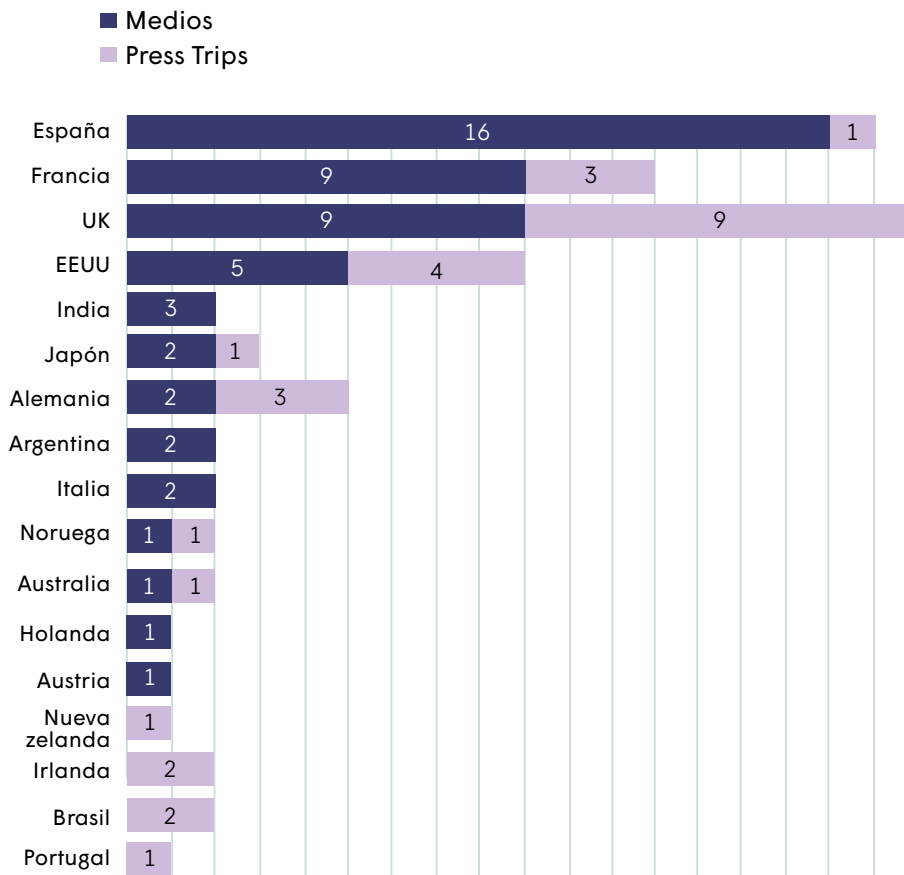
	Facebook Nacional	Facebook Internacional	Instagram	YouTube	Twitter
2016	13860	2258	11477	481	8483
2017	13379	3613	17800	574	10211
2018	20680	5614	24681	648	11589
2019	21468	7524	30824	769	12685
2020	21959	7940	34400	912	13400
2021	-	32096	40627	1128	13921
2022	-	37927	50836	1230	14324

4.1.3. Press trips o viajes de prensa e Influencers

DSST trabaja habitualmente en colaboración con medios de comunicación internacionales, con el objetivo de posicionar a Donostia como un destino de calidad a nivel mundial, haciendo especial hincapié en los mercados prioritarios (Francia, Alemania, UK, Países Nórdicos, Holanda, Bélgica,

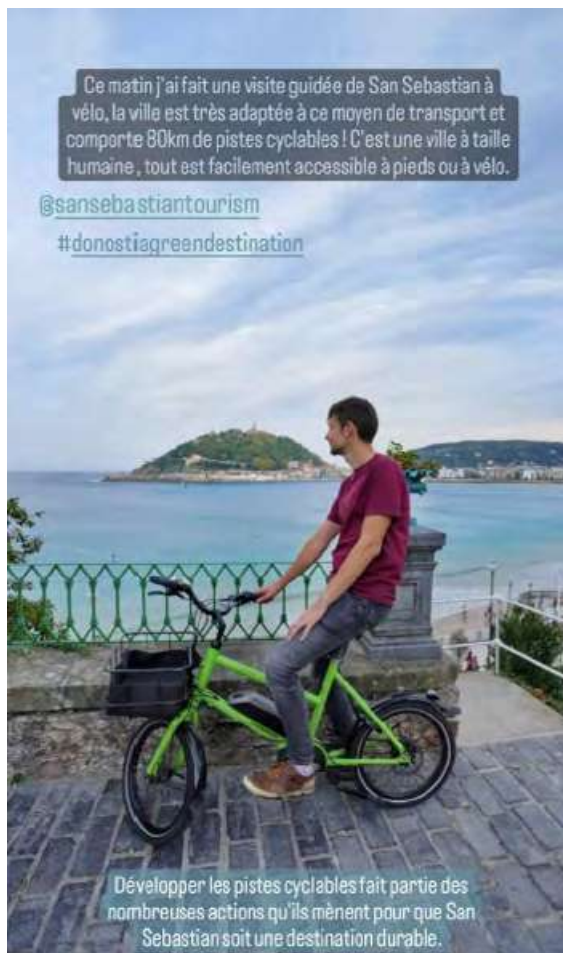
EEUU, Canadá, Japón, Australia...). En 2022 se han vuelto a reactivar los viajes de prensa y de enero a diciembre se han atendido **29 viajes de prensa y 53 medios online**. Entre los medios con los que se ha colaborado se encuentran **Le Figaro, National Geographic, House & Garden, Condé Nast Traveler, Vanity Fair, The Daily Mail, The Times, Travel and Leisure** etc.

Medios atendidos por países



TOTAL: Medios **53** Press Trips **29**

Además, se ha colaborado con **varios influencers** para poner en valor la sostenibilidad y la accesibilidad del destino. El principal objetivo de esta campaña ha sido **dar a conocer San Sebastián** como una ciudad abierta y acogedora, que apuesta por un **turismo sostenible, respetuoso y de calidad**.



Resultados de la colaboración:

1,2M
impresiones

1,6M
visualizaciones

26,7K
engagements

48.000€
Media value

Para ello, seleccionamos a varios influencers de Reino Unido y Francia, quienes mostraron el destino y animaron a sus seguidores a visitar, disfrutar y adentrarse dentro de la ciudad, en sus **rincones**, en su **cultura** y en sus tradiciones, de una manera **sostenible y respetuosa**.

4.1.4. 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 guiar, informar y formar a las **empresas asociadas** a DSS Turismoa, al **sector turístico** y a la **ciudadanía**.

DSS Turismoa pretende ser el **referente principal** en la **gestión pública y privada del turismo** en la ciudad y el territorio, y por ello da a conocer su actividad a través de **los medios de comunicación**, la generación de **noticias** y los **newsletters**.

En 2022, sumando el número de entrevistas, noticias y ruedas de prensa organizadas, se han generado **121 impactos**, garantizando la presencia en los medios locales y regionales principales - EITB, telebista, Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa, RTVE, Radio San Sebastián/ Cadena SER, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, COPE, Donostiatik, RNE, Habla Radio, Gipuzkoa Gaur etc. - y en medios especializados del sector turístico tanto del ámbito de ocio como de negocio, como Hosteltur, Evento Plus o Nexotour, entre otros.

▷ **Ver noticias relacionadas con el turismo de ocio**

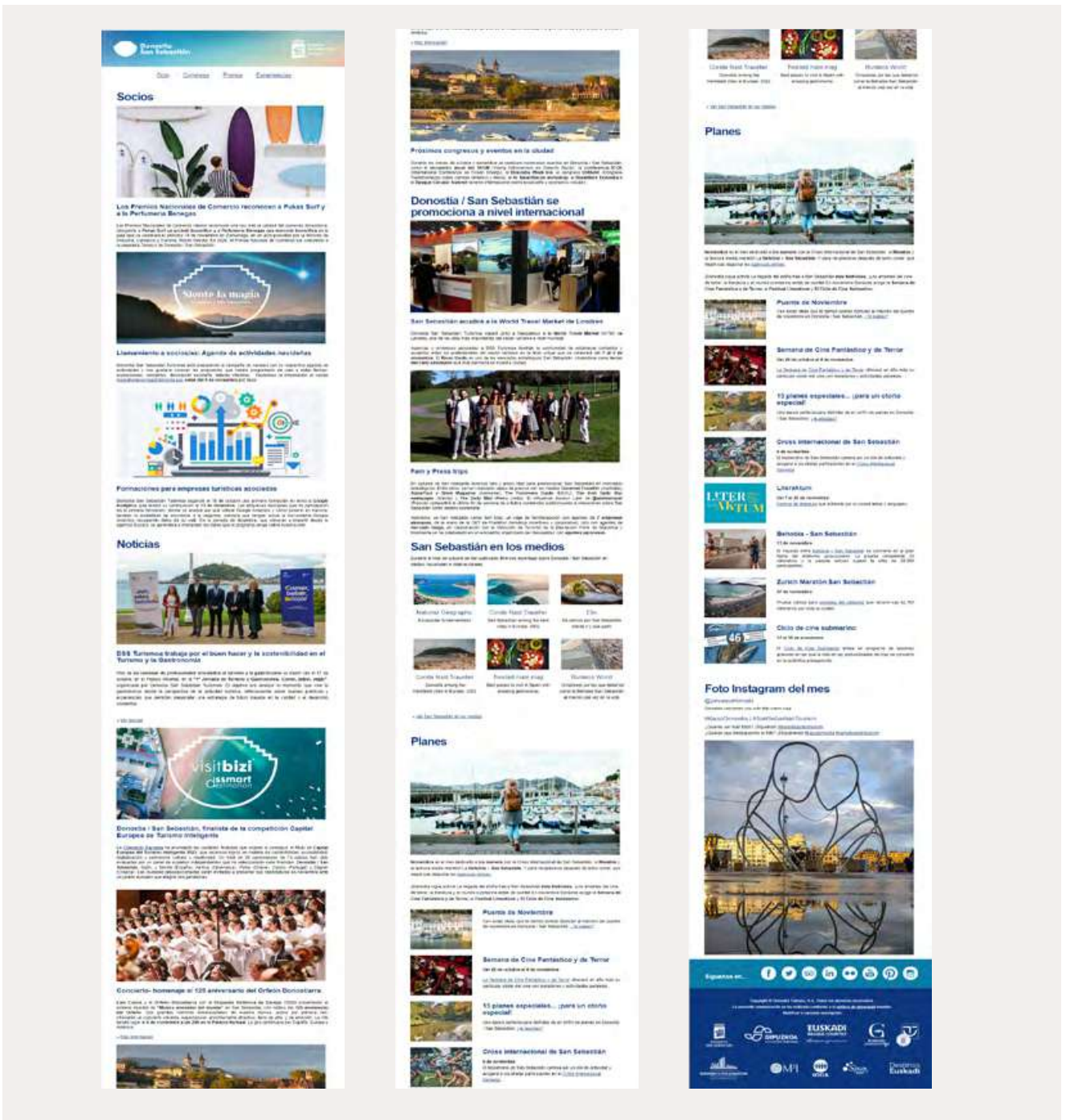


▷ **Ver noticias relacionadas con el turismo de reuniones**



También se han enviado mensualmente boletines con una versión con información interna para los socios y socias de DSS Turismoa y otra versión para medios de comunicación locales, agentes, stakeholders y otros suscriptores, 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.



4.1.5. Publicaciones

Las publicaciones de DSS Turismoa son una importante y potente herramienta para dar a conocer el **posicionamiento de la ciudad**, promocionar a los **establecimientos asociados** de la entidad y realizar la **promoción del destino turístico** por la variedad y distribución masiva de las mismas. Renuevan su contenido cada año para adaptarse a las nuevas necesidades de información del destino y de los socios de la entidad.

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

Dossier de prensa

Fecha de publicación: enero 2022

Una publicación profesional dirigida a **periodistas** que desean viajar a Donostia / San Sebastián. Su objetivo es trasladar de manera muy visual una imagen de **destino de calidad**, que apuesta por un turismo **sostenible**, transmitiendo los **valores y atributos** asociados a la ciudad. El dossier muestra la espectacular belleza de la ciudad, su gastronomía, actividad cultural y deportiva, equilibrio entre lo tradicional y lo moderno y sus particularidades.

- ▷ [Versión interactiva](#)
- ▷ [Versión en pdf](#)

El dossier está disponible en 4 idiomas en la web, y se imprimieron algunos ejemplares en castellano e inglés para repartir físicamente a los periodistas que nos visitan a través de los press trips organizados por DSST.



Guía de alojamientos

Fecha de publicación:
enero 2022

Diseño de la publicación que reúne a las empresas asociadas a Donostia San Sebastián Turismoa del sector del alojamiento. Se imprimieron 10.000 ejemplares en 4 idiomas (castellano, euskera, inglés, francés).



Tarjetas turísticas

Fecha de publicación:
enero 2022

Flyer tarjetas turísticas

Diseño de la publicación que resume las ventajas de las tarjetas turísticas de Donostia San Sebastián Turismoa, tanto la San Sebastian card como la Basque card. Impresión de 15.000 ejemplares en 2 versiones: una de castellano-inglés (7.500 unidades) y la otra de euskera-francés (7.500 unidades).

Ezagutu Donostia eta Euskadi turismo txartelak erabiliz.

Ezagutu Donostia, Gipuzkoa eta Euskadi
%50 arteko deskontuekin garmio publiko, jatetxe, denbela, kultura eta abarretan.

- 10 egunetarako balioa
- Deskontuak 2 pertsonentzako.
- Oso onuragarriak pertsona urrituetarako txartelak.
- Turismo-bulgaztan, hoteletan eta webgunean sartgai.

San Sebastián card

9€ | 6 bidaiak
16€ | 12 bidaiak

basque card

26€

Basque card

Basque card

Donostia San Sebastián

GIPUZKOA TURISMOA

EUSKADI

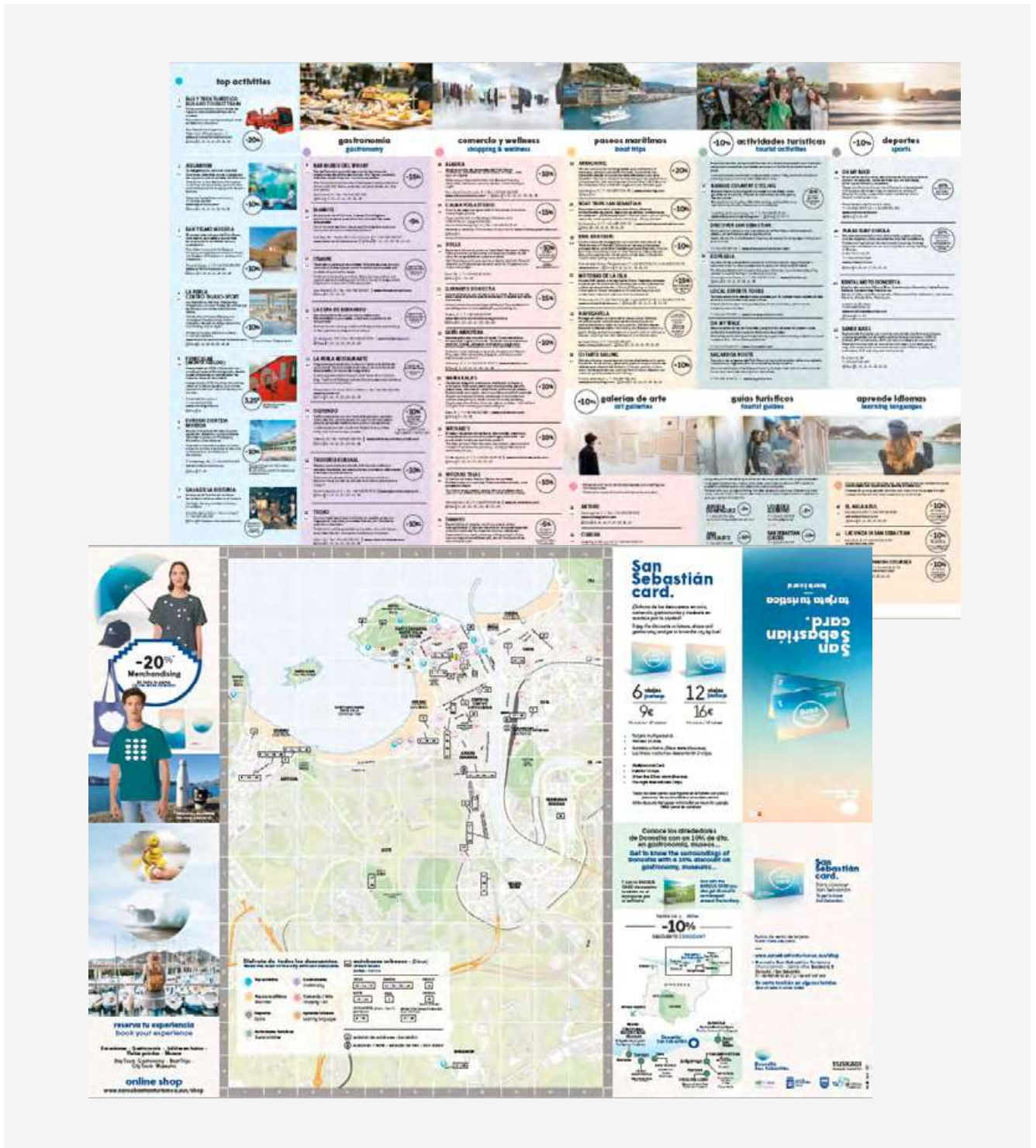
Basque card

Diseño de la publicación que detalla el funcionamiento de la tarjeta turística de Basque Card. Impresión de 1.250 ejemplares en 2 versiones: una de castellano-inglés (950 unidades) y la otra de euskera-francés. (300 unidades)



Sansebastian card

Diseño de la publicación que detalla el funcionamiento de la tarjeta turística de San Sebastián Card. Impresión de 10.000 ejemplares en 2 versiones: una de castellano-inglés (7.000 unidades) y la otra de euskera-francés. (3.000 unidades)



Manual para organizadores de congresos

Fecha publicación: junio 2022

Unidades: 50 unidades en Castellano y 50 unidades en inglés.

Publicación profesional dirigida a agencias que quieran organizar un evento en el destino, desde un congreso a una feria o reunión de trabajo. Información actualizada y detallada sobre

sedes, alojamiento, agencias y empresas locales para servicios personalizados, información turística para los participantes, etc.



El Manual para Organizadores de Congresos es la principal publicación del departamento Convention Bureau y una herramienta imprescindible para responder a las demandas del sector MICE. Su contenido se renueva bienalmente para adaptarse a las nuevas incorporaciones de las empresas asociadas y para dar respuesta a las nuevas necesidades de los organizadores.

Ticketing

Fecha de publicación: julio 2022

4 idiomas (euskera, castellano, francés, inglés) en una única edición.

Unidades: 10.000



Plano turístico

Fecha de publicación:
septiembre 2022

Diseño del plano turístico de la ciudad enumerando los principales recursos turísticos. Impresión de 500.000 ejemplares en 2 versiones: una de castellano-euskara y la otra de inglés-francés.



Guía de incentivos

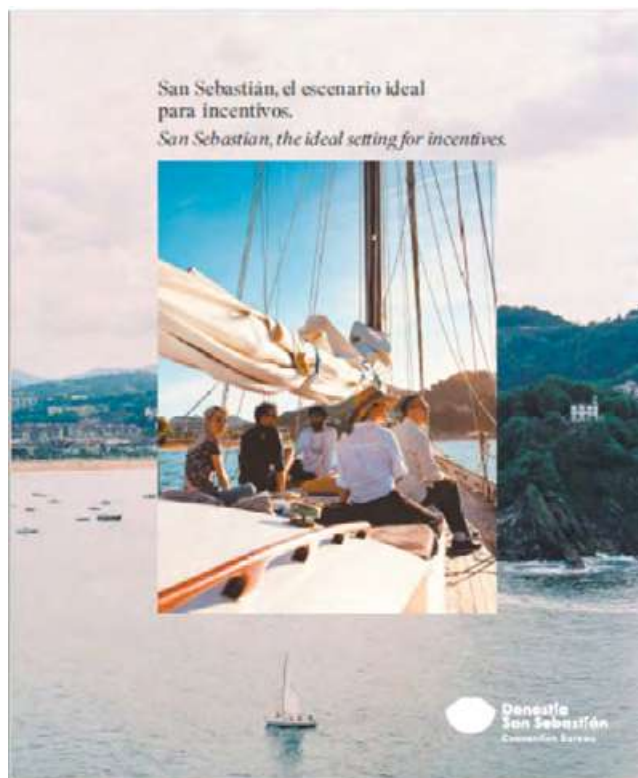
Fecha de Publicación:
diciembre 2022

Unidades: 500 Unidades, en dos versiones: Castellano/ euskera y Castellano/ inglés

Los viajes de incentivos se erigen como uno de los grandes baluartes para premiar a los trabajadores de una corporación gracias a su valor experiencial. En palabras de la Asociación de Empresas de Incentivo, "el viaje de incentivo es una herramienta potente, de estimulación de ventas y rentabilidad, de fidelización de empleados y distribuidores, de cultura de empresa e, incluso cada vez más, de responsabilidad de empresa.

La guía de incentivos se renueva con un nuevo planteamiento donde se recogen "53 maneras de premiar y hacer equipo", descubriendo al lector las innumerables actividades que se pueden llevar a cabo en el destino.

El catálogo se dirige a agencias de incentivos de empresa, tanto nacionales como internacionales (público profesional).



Agenda de Navidad 2022-23

**Fecha de impresión:
Diciembre 2022**

2 ediciones. 4 idiomas en edición online e impresa.

Unidades: 6.000.

Una recopilación de las actividades relacionadas con la Navidad que van a realizarse en este periodo tanto en la ciudad como en su entorno más cercano, con ejemplos de: Decoración iluminación navideña, Talleres infantiles, Conciertos-teatros, Mercados, Exposiciones, Actos solidarios-benéficos, etc.



Leads - Newsletter

Durante el año 2022, Donostia San Sebastián Turismo ha ampliado su base de datos de personas interesadas en el destino a través de varias acciones de captación, llegando a 33.607 leads.

Personas usuarias por idioma:
Castellano. 27.484
Francés. 3.222
Euskera .2.579
Inglés. 322

Acciones específicas para captar leads:

- Stand físico en la feria de la Maratón
- Campaña online de Navidad

Los resultados de la campaña navideña fueron excelentes: de las 18.748 personas que participaron en el sorteo, 15.948 dieron su consentimiento para recibir información sobre eventos interesantes que tendrán lugar en el destino y promociones o sorteos que DSST lleve a cabo.



**Naturaz inguratuta ezin
hobe deskantsatzeko gauak**

Arima Hotela



Relax esperientzia

La Perla talasoterapia



Bazkaria badiara begira

La Perla jatetxea

4.2. Sector MICE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

22 investigadores/as por 1.000 habitantes (Media nacional 4,6 por 1.000 habitantes)
Oficina de Estrategia
(Ayuntamiento de Donostia/San Sebastián)

Entre las 200 principales ciudades del mundo con mayor producción científica
Centro de Investigación Científica más colaborativo del mundo
Revista Nature

7º destino a nivel nacional por su capacidad de atraer congresos internacionales en 2021
ICCA
(Internacional Congress and Conventions Association)

60% de los congresos celebrados en 2022 fueron internacionales
Donostia Turismo
(Ayuntamiento de Donostia/San Sebastián)



San Sebastián es epicentro de talento e intercambio de Conocimiento

Congresos

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

Una línea de trabajo de San Sebastián Convention Bureau es la **búsqueda y el análisis de eventos profesionales** con potencial para que se celebren en Donostia / San Sebastián. Así, está en

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

Las **empresas asociadas** a Donostia San Sebastián Turismo son importantes ya que son las que van a garantizar un alto grado de **profesionalidad** a la hora de celebrar los eventos. Los congresos necesitan de **infraestructuras y hoteles** preparados y también de buenas personas profesionales a lo largo de toda la cadena de valor, desde las agencias OPC, DMC, servicios de catering, transporte y en general todos los servicios.

Convenciones

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

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

Incentivos

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

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



4.2.1. Captación de congresos y convenciones

El San Sebastián Convention Bureau realiza un **seguimiento de las candidaturas** de Donostia / San Sebastián presentadas a lo largo del año para que la ciudad opte a ser la sede de eventos profesionales (congresos y convenciones).

CRM

Desde el año 2013 cuenta con un CRM que le permite hacer un **seguimiento** y llevar un control de la actividad de Donostia / San Sebastián dentro del sector MICE, a la vez que facilita la captación de eventos profesionales.

La constante incorporación de datos al CRM ha hecho que a día de hoy contemos con el **contacto** de más de **3.400 entidades** que intervienen en el desarrollo de la actividad de Donostia / San Sebastián dentro del sector MICE. Estas entidades son y pueden ser claves a la hora de atraer un evento profesional a la ciudad.

El pasado año se incorporó un nuevo

apartado que permite cruzar la información de las acciones comerciales en las que participa (ferias, workshops, presentaciones, Fam-trips, etc.) con la información que ya existe en el CRM. A lo largo de este año 2022, se ha alimentado este nuevo apartado y se han realizado las mejoras oportunas para facilitar el **cruce de datos** de estas acciones comerciales con los eventos y las entidades ya registradas en el CRM.

Todas estas mejoras están destinadas a obtener una **línea temporal completa** del proceso que sigue un evento profesional, desde el momento de su captación y análisis de su potencial y requisitos, hasta el de su celebración en Donostia / San Sebastián.



Candidaturas presentadas

A continuación, se aportan los datos correspondientes a la evolución de la labor de captación de eventos profesionales en la que ha intervenido el San Sebastián Convention Bureau en el año 2022.

Ha presentado un total de **23 candidaturas**, superando la cifra de 7 presentadas en 2021 y alcanzando la misma cifra del año 2019 (prepandemia).

De las candidaturas presentadas en 2022, un total de 10 han confirmado la sede en Donostia / San Sebastián y 7 están pendientes de tomar una decisión. En 2021 se confirmaron 3 y en 2019 fueron 6 las candidaturas confirmadas en la ciudad.

Congreso	Año celebración	Fechas de celebración	Participantes	Estado
JORNADA-ENCUENTRO ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LOGOTERAPIA (AESLO)	2022	Octubre	80	Ganada
MICROCONF GROWTH EU 2022	2022	Noviembre	150	Perdida
TOP14 - LIGUE NATIONALE DE RUGBY FRANÇAISE (LNR)	2023	Junio	39.500	Ganada
CONGRESO NACIONAL DE SATSE - SINDICATO DE ENFERMERÍA	2023	Junio	600	Descartada
DER KREIS	2023	Junio	500	Perdida
ARCHITECTURES AND MECHANISMS OF LANGUAGE PROCESSING (AMLAP)	2023	Agosto/Septiembre	300	Ganada
CONVENCIÓN TURESPAÑA	2023	Octubre	700	Ganada
CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ASESORES FISCALES (AEDAF)	2023	Octubre	350	Ganada
WEB 3D CONFERENCE	2023	Octubre	80	Ganada
CONFERENCE ON EMPIRICAL METHODS IN NATURAL LANGUAGE PROCESSING (EMNLP)	2023	Octubre/Noviembre	1.500	Perdida
REUNIÓN ANUAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE NEUROLOGÍA (SEN)	2023	Noviembre	3.000	Fase estudio
CONGRESO IBEROAMERICANO DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA (AEOP)	2024	Enero	300	Ganada
CONGRESO NACIONAL DE DETECTIVES (APDPE)	2024	Marzo	200	Fase estudio
CONGRESO NACIONAL DE A SECCIÓN DE SUELO PÉLVICO DE LA SEGO	2024	Abril	200	Ganada
SOCIETY FOR APPLIED PHILOSOPHY ANNUAL CONFERENCE (SAP)	2024	Junio	100	Fase estudio
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON LASER PRECISION MICROFABRICATION (LPM)	2024	Junio	250	Ganada
EUROCITIES GENERAL MEETING (AGM)	2024	Junio	500	Perdida
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON POLYMER ELECTROLYTES (ISPE)	2024	Junio	150	Perdida
ISDRS CONFERENCE - INTERNACIONAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT RESEARCH SOCIETY	2024	Junio	200	Fase estudio
CONGRESO NACIONAL DE PSIQUIATRÍA (SEP)	2024	Octubre	1.500	Ganada
EURONOISE	2025	Junio	750	Perdida
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON BILINGUALISM (ISB)	2025	Junio	750	Fase estudio
ANNUAL MEETING OF THE EUROPEAN CALCIFIED TISSUE SOCIETY (ECTS)	2025	Mayo	900	Fase estudio
IEEE INTERNATIONAL MAGNETICS CONFERENCE (INTERMAG)	2026	Mayo	750	Fase estudio

Eventos procedentes de candidaturas ganadas

En el año 2022 se celebraron un total de 14 congresos procedentes de candidaturas de Donostia / San Sebastián presentadas en años anteriores, que finalmente se han celebrado en la ciudad. En 2021 la cifra de congresos de este tipo fueron 4.

Congreso	Fecha inicio	Fecha fin	Delegados
14º SIMPOSIO INTERNACIONAL DEL GRUPO ESPAÑOL DE INVESTIGACIÓN EN CÁNCER DE MAMA (GEICAM)	28-04-2022	29-04-2022	515
INTERNATIONAL SOSORT MEETING	04-05-2022	07-05-2022	236
REUNIÓN DEL GRUPO ESPECIALIZADO DE POLÍMEROS (GEP) - SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE POLÍMEROS (SLAP) - CONGRESO IBEROAMERICANO DE POLÍMEROS (CIP)	08-05-2022	12-05-2022	393
17TH INTERNATIONAL SYMPOSIUM OF THE WORLD SOCIETY OF VICTIMOLOGY	05-06-2022	09-06-2022	438
REUNIÓN CIENTÍFICA ANUAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE EPIDEMIOLOGÍA (SEE)	30-08-2022	02-09-2022	850
ESTUARINE AND COASTAL SCIENCES ASSOCIATION BIENNIAL CONFERENCE - ECSA	05-09-2022	09-09-2022	464
REUNIÓN ANUAL DE LA SOCIEDAD VASCO-NAVARRA DE PSIQUIATRÍA (SVNPSI)	22-09-2022	23-09-2022	130
28ª REUNIÓN ANUAL DE LA SOC. EUROPEA DE ANESTESIA REGIONAL Y TRATAMIENTO DEL DOLOR - ESRA	28-09-2022	30-09-2022	546
CONVENCIÓN WISTRAND	29-09-2022	02-10-2022	75
XXVI JORNADAS-ENCUENTRO DIGNIDAD HUMANA Y RETOS DE NUESTRO TIEMPO	7-10-2022	08-10-2022	40
CILECT CONGRESS - CENTRE INTERNATIONAL DE LIAISON DES ESCOLES DE CINEMA ET DE TELEVISION	10-10-2022	13-10-2022	213
INTERNATIONAL CONFERENCE ON OCEAN ENERGY - ICOE & OCEAN ENERGY EUROPE - OEE	18-10-2022	20-10-2022	650
CONVENTION ENGIE SUD-OUEST	20-10-2022	21-10-2022	50
EUROPEAN ROWING COASTAL CHAMPIONSHIPS (ERCCH)	27-10-2022	30-10-2022	800

Congresos con edición múltiple

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

(*) Congreso procedente de candidatura ganada

1. DFERIA - ARTES ESCÉNICAS - 29 ediciones en San Sebastián
2. DÍA C - CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD y ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES – 5 ediciones en San Sebastián (*)
3. SOL-SKYMAG - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS - 7 ediciones en San Sebastián (*)
4. MEDICAL LASER CONGRESS TOP100+ - 7 ediciones en San Sebastián
5. SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA – 24 ediciones en San Sebastián (*)
6. CONGRESO INTERNACIONAL DE EMPLEO – 5 ediciones en San Sebastián
7. UHINAK, CONGRESO TRANSFRONTERIZO SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y LITORAL – 5 ediciones en San Sebastián
8. FORMACIÓN MÉTODO SCHWIDERSKI – 6 ediciones en San Sebastián
9. SALUD DIGITAL – 9 ediciones en San Sebastián

Apoyo a candidaturas y congresos

Dada la importancia de los eventos profesionales, tanto para la ciudad como para la evolución de sectores estratégicos y de nuestra sociedad en general, Donostia San Sebastián Turismoa, a través del departamento Convention Bureau, ofrece **apoyo institucional** a aquellos eventos que cumplen una serie de requisitos en su fase de candidatura y que consideran a Donostia / San Sebastián como una de sus posibles sedes a valorar.

Durante el año 2022, Donostia San Sebastián Turismoa ha firmado **convenios**, algunos de ellos en colaboración con la Diputación Foral de Gipuzkoa y otros también con Kursaal, para apoyar 2 eventos de más de 1.000 participantes, 4 eventos de 500 a 1.000 participantes y 7 eventos de 50 a 500 participantes.

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

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

Además, el San Sebastián Convention Bureau hace las labores de **intermediario** en la gestión de presencia institucional en eventos que así lo requieran, así como de aportar **cartas de apoyo institucional** a los promotores de eventos profesionales que así lo precisen.

Programa Enbaxadore

El programa **Donostia / San Sebastián Enbaxadore**, promovido por Donostia San Sebastián Turismoa junto con el Palacio de Congresos Kursaal, **reconoce 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 para atraer un congreso a la ciudad, buscando subrayar esta labor y su repercusión, tanto a nivel económico como generadora y difusora del conocimiento, en nuestro entorno.

Tenemos el honor de contar con más de **70 profesionales** que conforman este prestigioso "club", creado en 2012 para distinguir a los profesionales que han organizado reuniones, eventos o congresos de más de 450 delegados (en caso de citas nacionales) y de más de 200 asistentes (en caso de foros internacionales).

El evento de nombramiento de nuevos **Enbaxadore 2022** se celebrará en febrero de 2023.

Durante el año 2022 los congresos que han contado con este servicio son los siguientes:

1. 48ª ASAMBLEA GENERAL FEDERAL DE AMNISTIA INTERNACIONAL
2. 14ª SIMPOSIO INTERNACIONAL DEL GRUPO ESPAÑOL DE INVESTIGACIÓN EN CANCER DE MAMA (GEICAM)
3. INTERNATIONAL SOSORT MEETING
4. REUNIÓN DEL GRUPO ESPECIALIZADO DE POLÍMEROS (GEP)
 - SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE POLÍMEROS (SLAP)
 - CONGRESO IBEROAMERICANO DE POLÍMEROS (CIP)
5. III CONGRESO NACIONAL DE ENFERMERÍA Y VACUNAS (ANENVAC)
6. WORLD CONGRESS OF COLLEGES AND POLYTECHNICS (WFCP)
7. REUNIÓN CIENTÍFICA ANNUAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE EPIDEMIOLOGÍA – SEE
8. 28ª REUNIÓN ANUAL DE LA SOCIEDAD EUROPEA DE ANESTESIA REGIONAL Y TRATAMIENTO DEL DOLOR (ESRA)
9. INTERNATIONAL CONFERENCE ON OCEAN ENERGY – (ICOE & OCEAN ENERGY EUROPE – OEE)

4.2.2. Captación de incentivos

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

Los promotores de los grupos de incentivo pueden ser organizadores de otro tipo de eventos profesionales (convenciones, presentaciones, congresos, jornadas, simposios, etc.). Para detectarlos y darles una respuesta adecuada, se registran sus datos y se cruzan en el CRM con otro tipo de eventos.

La captación de los grupos de incentivo se realiza fundamentalmente en las ferias y workshops en los que participa el San Sebastián Convention Bureau (ver apartado **Ferias y Workshops 4.2.3**). La información obtenida en estas acciones

comerciales se registra en el CRM junto con la que nos aportan las agencias DMC asociadas a Donostia San Sebastián Turismoa.

Tal y como se ha indicado anteriormente en el apartado **Incentivos (2.3.3)** de esta memoria, la cifra de incentivos registrados en el año 2022 asciende a 29 (un 45% más que en 2021). La mayoría de estos grupos de incentivo registrados, un 72%, son de ámbito internacional y el mes preferido para la celebración es junio.

4.2.3. Acciones de promoción y comercialización

Las publicaciones del sector MICE se pueden consultar en el apartado **Publicaciones 4.1.5**. A continuación, se describen otras acciones de promoción y comercialización.

Ferias y Workshops:

En el año 2022 el Convention Bureau ha participado en 3 eventos organizados por entidades privadas:

Fecha	Nombre
16-17 marzo	SO ÉVÉNEMENT - Burdeos
8-11 mayo	M&I EUROPE SPRING – Sevilla
22-23 noviembre	IBERIAN MICE FORUM – Sevilla

SO ÉVÉNEMENT - Burdeos. Feria privada organizada por la empresa Meet & Com. Dirigida a agentes MICE de toda Francia interesados en organizar eventos en la zona Atlántica-Aquitania. 29 citas mantenidas

M&I EUROPE SPRING – Sevilla. Foro privado organizado por la empresa WorldWide Events dirigido a agentes MICE de toda Europa. 43 citas mantenidas

IBERIAN MICE FORUM – Sevilla. Foro privado organizado por la empresa Global MICE Forums y dirigido a agentes MICE de toda Europa. 16 citas mantenidas

Acciones de asociaciones del sector MICE

El Convention Bureau es miembro del **Spain Convention Bureau (SCB)**, una red formada por 62 Convention Bureau de distintos destinos españoles. Anualmente el SCB propone un calendario de acciones y en el año 2022 el San Sebastián Convention Bureau ha participado en tres de estas acciones:

Fecha	Nombre
24-26 junio	JORNADA INVERSA MERCADO BELGA SCB – Vitoria-Gasteiz
5-7 julio	JORNADA DIRECTA MERCADO ITALIANO SCB – Roma/Milán
17 noviembre	JORNADA DIRECTA MERCADO FRANCÉS SCB – Paris

JORNADA INVERSA MERCADO BELGA del SCB – Vitoria-Gasteiz. Jornada en un destino español en la que participan agentes MICE del mercado de Bélgica y Holanda organizada por el Spain Convention Bureau (SCB). Encuentro con 5 agentes de Bélgica y 7 de Holanda

JORNADA DIRECTA MERCADO ITALIANO del SCB – Roma/Milán. Dos eventos desarrollados en formato presentación y workshop en las dos ciudades de Italia a los que acudieron agentes de Roma y Milán. Encuentro con un total de 20 agentes de Italia.

JORNADA DIRECTA MERCADO FRANCÉS del SCB – Paris. Jornada de promoción de los destinos MICE españoles en la casa del Embajador de España en París organizada por el Spain Convention Bureau (SCB) Encuentro con 38 agentes de París.

Participación en foros MICE

En el año 2022 se ha participado en dos foros de ICCA (International Congress and Convention Association) de la que es miembro y en un foro de SITE (asociación internacional que trabaja el ámbito de los incentivos):

Fecha	Nombre
20-22 abril	ICCA IBERIAN CHAPTER – Gijón
31 mayo - 1 junio	SITE GLOBAL CONFERENCE - Dublín
6-9 noviembre	61th ICCA INTERNATIONAL CONGRESS – Krakow

Fam-trips

1. FAM-TRIP TERRES&CÍE – 6-7 mayo 2022

Colaboración en el Fam-trip organizado por la agencia francesa Terres&Cie para sus 7 mejores clientes.

2. FARM-TRIP MERCADO ALEMÁN – 13-15 octubre 2022

Organización de Fam-trip con 5 agentes alemanes en colaboración con la Oficina Española de Turismo (OET) de Frankfurt. Programa desarrollado junto con la DMC socia InBasque.

3. FAM-TRIP MERCADO BELGA – 21-23 octubre 2022

Organización de Fam-trip con 6 agentes belgas con la colaboración de la Diputación Foral de Gipuzkoa. Programa desarrollado junto con la DMC socia GS Incoming.

Como resultado de estos Fam-trips, la agencia Terres&Cie confirma un grupo de incentivo de 30 personas en mayo de 2022 y la agencia GS Incoming recibe una solicitud para desarrollar un programa para un grupo de incentivo previsto para mayo-junio de 2023.

Más información en [Acciones con socios](#).

Visitas de Inspección

A lo largo del año 2022 San Sebastián Convention Bureau ha facilitado y colaborado en la realización de 13 visitas de inspección de entidades interesadas en organizar eventos en la ciudad (en 2019 fueron 10). De estas visitas, 9 han confirmado sus eventos en la ciudad y 4 están pendientes de decidir su destino.

Cabe destacar que la mayor parte de estas visitas están vinculadas con la organización de eventos internacionales (9 de 13). Este dato viene a confirmar una vez más el interés que despierta y el posicionamiento que Donostia / San Sebastián tiene como destino idóneo para acoger eventos profesionales de ámbito internacional.

Título del evento	Nº delegados	Ámbito	Confirmado
ACE PRODUCERS ANNUAL REUNIÓN	100	Internacional	Sí
TOP14 RUGBY - LIGUE NATIONALE DE RUGBY FRANÇAISE (NR)	40.000	Internacional	Sí
DANCE WORLD CUP (DWC)	5.000	Internacional	Sí
BIOEQUITY	500	Internacional	Sí
OPC MEDICONGRESS	350	Internacional	Pendiente
PSA OFFSHORE REFRESHER CONFERENCE - PHARMACEUTICAL SOCIETY OF AUSTRALIA (PSA)	300	Internacional	Sí
CONGRESO ANUAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE NEUROLOGÍA - SEN	1.700	Nacional	Pendiente
OPEN INFRA SUMMIT	2.000	Internacional	Pendiente
CONGRESO ANUAL DE LA ASOCIACIÓN DE DISTRIBUIDORES DE ENERGÍA ELÉCTRICA DE ESPAÑA (CIDE)	400	Nacional	Sí
CONVENTION DER KREIS	500	Internacional	No
CONGRESO NAÚTICO (ANEN)	600	Nacional	Sí
RVN HOSPITALITY	86	Internacional	Pendiente
CONGRESO CONAIF - CONFEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES DE INSTALADORES Y FLUIDOS	300	Nacional	Sí

Visitas comerciales

A lo largo del año 2022 hemos contactado con una selección de entidades locales que tenemos registradas en nuestro CRM y a las que hemos realizado un seguimiento por su potencial para captar, atraer y organizar congresos y eventos profesionales en Donostia / San Sebastián.

El resultado de estos contactos ha sido la **presentación de los servicios** de San Sebastián Convention Bureau en la sede de las siguientes entidades locales:

- **Facultad de Educación, Filosofía y Antropología UPV-EHU** – unas de las facultades de la ciudad más activas en la organización de congresos. Desde 2009 tenemos registrados 18 congresos celebrados.

Presentación ante 11 personas, activos participantes en distintos congresos, y por lo tanto posibles promotores.

Como resultado se han presentado dos candidaturas:

- Society for Applied Philosophy Annual Conference – 100 delegados – junio 2024
- Congreso Internacional y Jornadas de Universidades y Educación Inclusiva – 400 delegados - marzo 2024

- **Polymat – Basque Center for Macromolecular Design and Engineering**

– centro de investigación de referencia que organiza reuniones profesionales a nivel internacional. Desde el año 2012 tenemos registrados 16 eventos celebrados en San Sebastián de la mano de esta entidad.

Como resultado Polymat está valorando presentar las siguientes candidaturas:

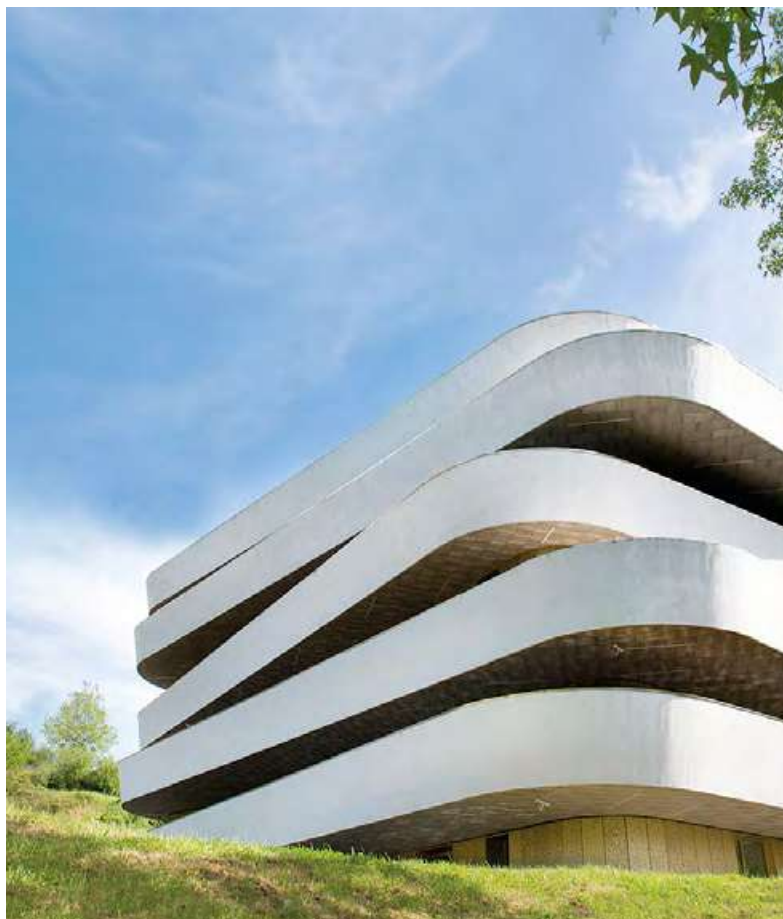
- International Symposium on Polymer Electrolytes (ISPE) – 150 delegados – junio 2026
- European Association of Research Managers and Administrators (EARMA) – 750 delegados – abril 2024 en adelante

San Sebastián Convention Bureau también ha facilitado información de la ciudad para organizar eventos profesionales a numerosos agentes del sector MICE y hemos mantenido reuniones presenciales, entre otras, con las siguientes agencias:

- **Agencia de receptivo de Francia:** trabaja destinos del País Vasco vinculados con el deporte del Rugby. Organiza seminarios y actividades con asiduidad en Donostia / San Sebastián. En junio de 2023 traerán un grupo con motivo de la celebración del evento deportivo TOP14 de la Liga Nacional Francesa de Rugby.

- **Agente nacional independiente, que colabora con múltiples agencias a nivel nacional** – está organizando un incentivo de 13 personas en octubre de 2023. Se mantuvo una reunión para facilitarle información actualizada de Donostia / San Sebastián como destino de incentivos.

- **Agencia de eventos y comunicación con varias sedes a nivel nacional:** opera a nivel nacional con cliente nacional e internacional. Ha abierto una delegación en el País Vasco a finales de 2022 en Bilbao. Amplia experiencia y trayectoria organizando eventos corporativos.



Acciones con socios

Forma parte del trabajo que desarrolla el San Sebastián Convention Bureau la búsqueda de fórmulas que permitan la implicación de las empresas asociadas en distintas acciones comerciales. Es por ello que facilita la participación de las empresas asociadas en diferentes foros y ferias del sector MICE. En concreto, a lo largo del año 2022 se les ha abierto la posibilidad de participar en las siguientes acciones comerciales:

Fecha	Evento	Socios	Lugar	Organizador
23 al 25 de mayo de 2022	FERIA IMEX	1. InBasque 2. Basque Destination	Frankfurt	IMEX Group
10 de noviembre de 2022	Webinar - SCB Meet Francia	Convocatoria enviada a todos los socios	Online	Spain Convention Bureau (SCB) y Oficina Española de Turismo (OET-Paris)
13 al 16 de octubre de 2022	Fam-trip con el mercado alemán	InBasque	San Sebastián	OET-Frankfurt en colaboración con el Convention Bureau
21 al 23 de octubre de 2022	Fam-trip con el mercado de Benelux	GS Incoming	San Sebastián	El Convention Bureau y la Diputación Foral de Gipuzkoa
29 de noviembre al 1 de diciembre de 2022	FERIA IBTM WORLD	Participan 11 socios: InBasque, Basque Destination, Hagoos, Tenedor Tours, Aquarium, Kursaal y Palacio Miramar, Fico-ba, H. Londres y de Inglaterra, H. Silken Amara Plaza, H. Arima	Barcelona	RX Global - Reed Exhibitions Limited

Por otro lado, a lo largo del año 2022 se ha respondido a un total de 113 solicitudes facilitando el contacto de empresas socias de Donostia San Sebastián Turismoa. De estas solicitudes, 21 corresponden a solicitudes de información hecha en procesos de candidatura de congresos, 33 corresponden a congresos confirmados, 46 son de incentivos en fase de valoración del destino y 13 corresponden a incentivos confirmados en Donostia / San Sebastián.

A su vez, se ha estado en contacto y ha testado los servicios que ofrecen las empresas asociadas a Donostia San Sebastián Turismoa durante las 14 visitas de inspección que ha atendido y durante la organización y materialización de los programas de dos Fam-trips de la mano de las DMC locales InBasque y GS Incoming.

4.3. Turismo de ocio

4.3.1. Productos Turísticos

El principal objetivo del departamento de productos turísticos es **diseñar y desarrollar productos y servicios turísticos que consoliden** el destino y lo **posicionen** como **destino internacional de turismo urbano** siguiendo las pautas marcadas por el Plan Director, como son la sostenibilidad, la autenticidad, el fomento de la descentralización y la generación de recursos propios. Para alcanzar ese objetivo se desarrollan una serie de acciones:

Elaboración de una serie de variados productos propios

Asesoramiento a las empresas asociadas en la creación de sus actividades

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

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



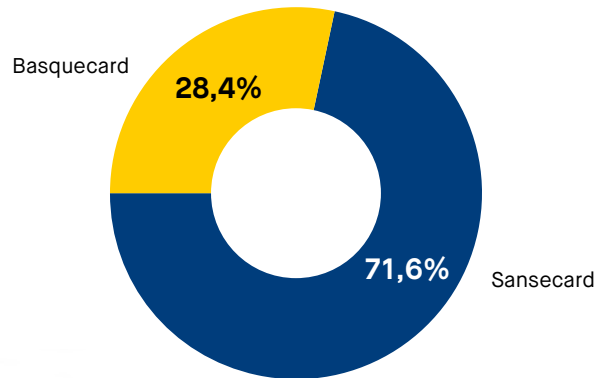
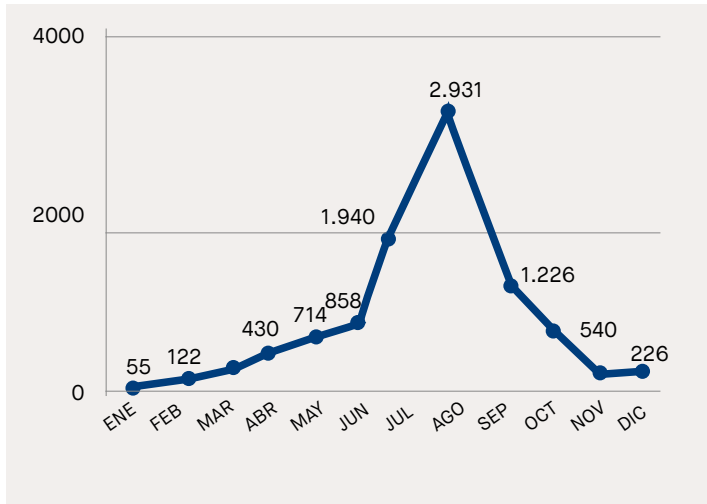
4.3.1.1.

Productos propios

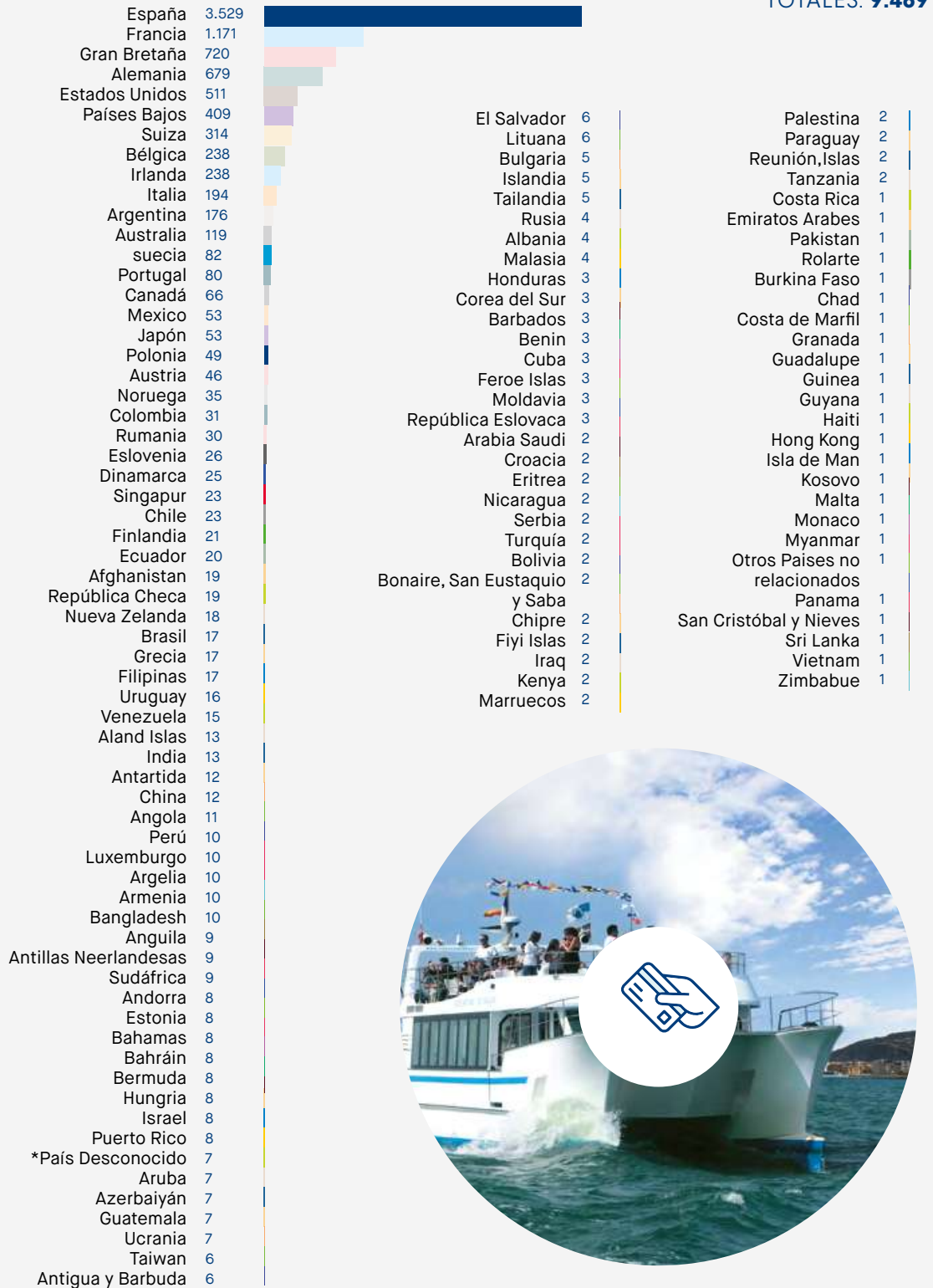
1. Tarjetas turísticas

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 las empresas asociadas a la entidad (museos, restaurantes, comercios, etc) como las líneas de transporte público: **San Sebastián Card** (2 tarjetas), para conocer Donostia / San Sebastián, y **Basquecard** para conocer Donostia / San Sebastián, Gipuzkoa y las capitales de la Comunidad Autónoma. El objetivo de este producto es que quienes nos visitan conozcan el mayor número de recursos que ofrece el destino haciendo uso del transporte público.

Unidades vendidas 2022 – Clasificación mensual y por tipo de tarjeta



Procedencias



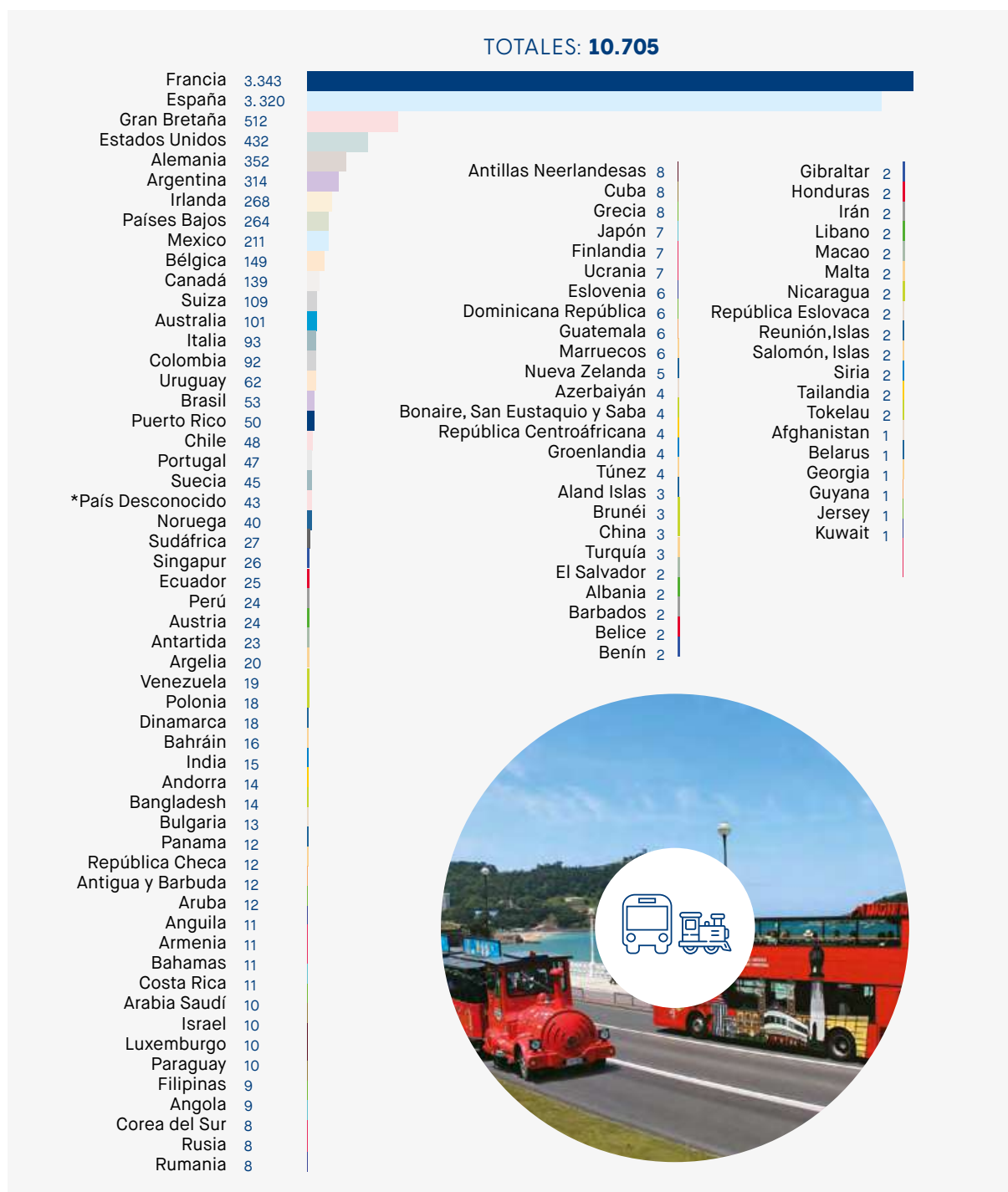
Fuente: datos recogidos sólo en ventas web y Oficinas de Turismo de Donostia / San Sebastián

*La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.

2. Transporte turístico

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

Procedencias generales



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

*La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.

Procedencias Nacionales

TOTALES: **3.320**

Barcelona	520
Madrid	421
Valencia	243
Gipuzkoa	204
Zaragoza	162
Alicante	123
Tarragona	91
Gipuzkoa	90
Girona	72
Castellón	72
Murcia	65
Las palmas	64
Sevilla	53
Asturias	51
Cádiz	49
Bizkaia	48
Malaga	47
Pontevedra	47
Navarra	47
Valladolid	46
Lleida	43
Santa cruz de Tenerife	43
Burgos	39
Granada	38
A Coruna	37
Illes balears	37
Cantabria	33
Araba/Álava	32
Segovia	20
Toledo	19
Badajoz	19
Ourense	18
Lérida	18
Bizkaia	18
Cáceres	18
Gerona	17
Ciudad Real	16
Guadalajara	16
Teruel	15
Córdoba	13
La Rioja	13
Salamanca	13
Soria	11
Lugo	10
Avila	10
Palencia	9
Islas Baleares	9
Zamora	9
Huelva	7
Cuencía	4
Jaen	4
Cataluna	3
León	2
Andalucía	2
Ávila	2
Castellon	2
Ceuta	2
La coruña	2
Almeria	1
*Desconocido	27



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

*La procedencia desconocida se debe a ventas efectuadas sin detallar el país de origen.

4.3.1.2.

Productos de asociados

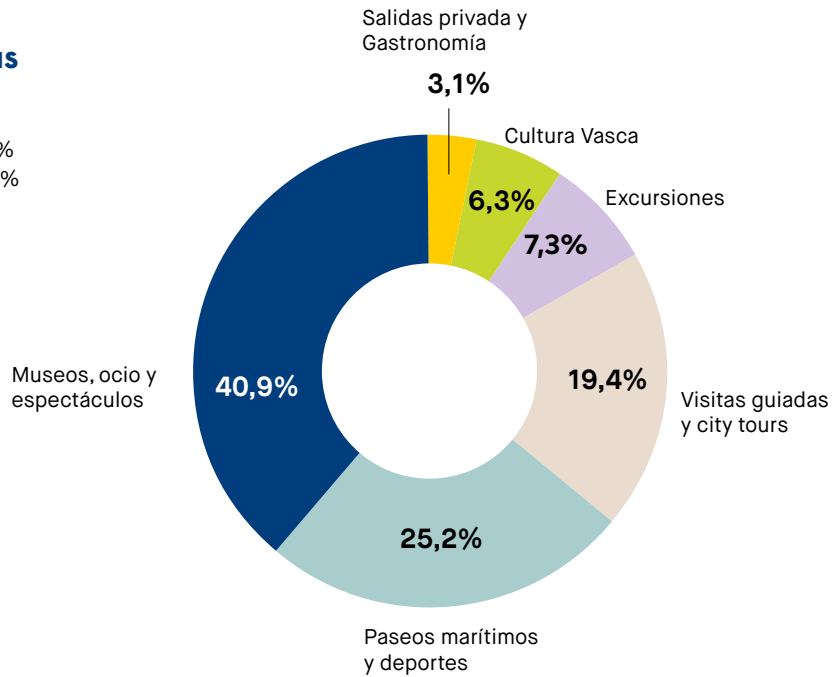
Donostia San Sebastián Turismoa pone a disposición de aquellas personas que nos visitan, una **variada oferta de actividades**. Esta oferta se elabora en colaboración con diversas **empresas locales asociadas** de la Entidad con el resultado de un completo portafolio de productos dirigidos principalmente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

CITY BREAK
VISITAS GUIADAS Y CITY TOURS
Donostia Esencial (mañana y tarde) y su salida privada
Bus Turístico y tren turístico
Ebike Tour (mañana y tarde, posibilidad de castellano o inglés) y su salida privada
Ebike 3 Playas (mañana y tarde)
Basque by Bike (mañana y tarde)
Visita puerto y barco pesquero
Visita lonja pescado de bajura
GASTRONÓMICAS
4 Pintxos Tour castellano + pintxo tour inglés (mañana y tarde)
Bodegas Rioja inglés/castellano y su salida privada
Puesta de sol Experiencia Gastro (con y sin transporte)
Puesta de sol Experiencia Cantábrico (con y sin transporte)
Puesta de sol Experiencia Marisco (con y sin transporte)
EXCURSIONES
Tour Costa Francesa grupo reducido castellano/inglés y su salida privada
Tour Costa Francesa grupo grande castellano/inglés
Bilbao Gaztelugatxe castellano/inglés grupo reducido y su salida privada
Bodega Txakoli castellano/inglés y su salida privada
Costa Gipuzkoa ½ día castellano/inglés y su salida privada
Tour 3 templos castellano/ inglés y su salida privada
Tour Hondarribia/pasaia grupo grande castellano/inglés
Tour Hondarribia pasaia ½ día. Y su salida privada
PASEOS MARÍTIMOS Y DEPORTES
Motoras a la Isla – Línea Azul
Travesía por Donostia Catamarán
Descenso río Oría en Kayak
Canoa por el Urumea + Sidrería
Ruta Kantauri 2 bahías (mañana y tarde)
Ruta Kantauri 3 bahías (mañana y tarde)
Flysch Esencial (diferentes salidas)
Catamarán y visita a Albaola
Surfing Day
Alquiler Body Board, piragua, Tabla Sup
Alquiler Canoa por el Urumea
CULTURA VASCA
Pelota Galarreta
Comida + Cena visita sagardoetxe
Sidrería Petritegi comida + Cena
Comida + Cena sidrería + Transporte
Caserío vasco + Bodega de sidra
Lagar siglo XVI
MUSEOS, OCIO Y ESPECTÁCULOS
Casino + Casino Premium
Talaso Circuito 2 horas
Talaso Circuito 3 horas
Talaso Circuito y/o Gym 5 horas
Comida + Cena + Talaso 2 horas
Eureka Museo
Eureka Museo + Planetario
Aquarium entrada
San Telmo entrada
Chillida Leku entrada
Sagardoetxea Museo de la Sidra
Arrantzale-Pescador por un día

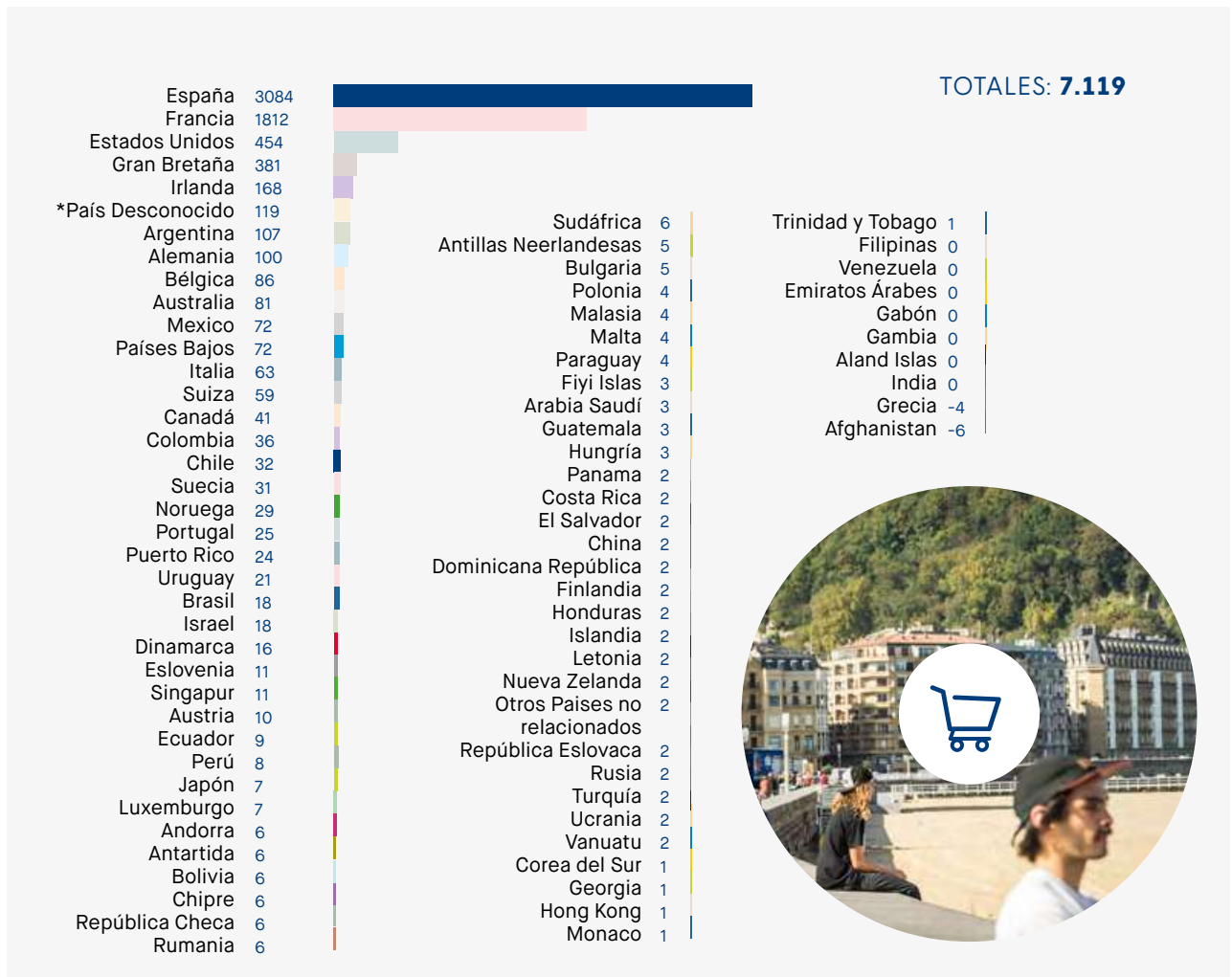


Clasificación de ventas por unidades

Museos, ocio y espectáculos: 38,7%
 Paseos marítimos y deportes: 25,2%
 Visitas guiadas y city tours: 19,4%
 Excursiones: 7,3%
 Cultura vasca: 6,3%
 Gastronomía: 3,1%



Procedencias General



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

4.3.1.3.

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.

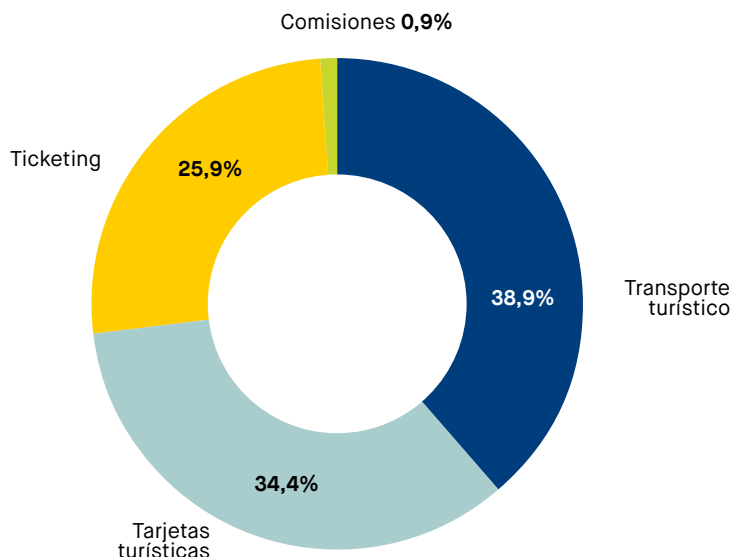
Transporte turístico: 38,9%

Tarjetas turísticas: 34,4%

Productos de Empresas asociadas

(Ticketing): 25,9%

Comisiones: 0,9%



4.3.3.

Ferias y workshops

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

Se ha participado en 6 ferias (3 nacionales y 3 internacionales) y 2 workshops internacionales:

Fechas 2022	Feria / Workshop
Enero	FITUR (Madrid)
Marzo	Jornada directas EEUU (Miami)
Mayo	Expovacaciones (Bilbao)
Septiembre	Workshop Basquetour Bilbao (mercado alemán)
Septiembre	JATA Tourism Expo Japan (Tokyo)
Noviembre	World Travel Market (Londres)
Noviembre	Intur (Valladolid)

4.3.4. Fam Trips, AAVV y TTOO atendidos

Donostia San Sebastián Turisboa ha organizado y colaborado en 8 viajes de familiarización, mostrando el destino directamente a 48 agentes y ha atendido consultas de 91 agencias centradas en los ámbitos estratégicos para la entidad como: City Break, Gastronomía y Premium.

En cuanto a mercados destacan el japonés, americano y europeo. 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.

	Fecha fam	Pax	Via	País origen
TTOO TRAVEL DESIGN STUDIO	febrero	2	Fam Trip	ITALIA
INVENTOUR	marzo	2	Fam Trip	MADRID (Cliente inglés y polaco)
OET LA HAYA	mayo	8	Fam Trip	PAÍSES BAJOS
SAGARDOA ROUTE	octubre	8	Fam Trip	MIX ESPAÑA + EUROPA
FAM TRIP EMBAJADA DEL JAPÓN	octubre	7	Fam Trip	JAPÓN
OET BRUSELAS	noviembre	6	Fam Trip	BÉLGICA /LUXEMBURGO
OET TOKYO	noviembre	3	Fam Trip	JAPÓN
CREATIVE DESTINATIONS	noviembre	10	Fam Trip	ESTADOS UNIDOS



4.3.5. Atención al visitante

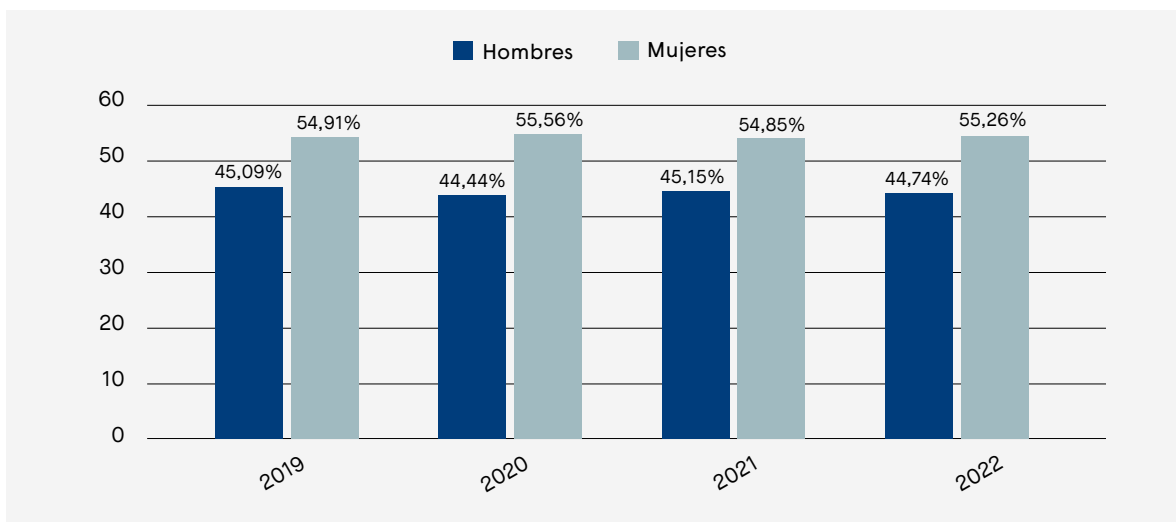
En 2022 se ha superado ampliamente el número de personas atendidas en oficina con respecto a 2021, en un 72,43 %, rompiendo con la tendencia de los dos años previos, 2020 (-82,97%) y 2021 (-68,97%). Como en 2021, la oficina ha permanecido abierta durante todo el año 2022. La "vuelta a la normalidad" se ha reflejado en datos y flujos similares a los previos a la pandemia.

OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN

Total visitantes	2020	2021	2022	Dif.
ENERO	↑4.738	↓431	↑1.763	%309,05
FEBRERO	↑6.702	↓234	↑3.141	%1242,31
MARZO	↓1.881	↓685	↑3.813	%456,64
ABRIL	↓0	↓876	↑8.791	%903,54
MAYO	↓0	↓1.345	↑9.250	%587,73
JUNIO	↓1.656	↓5.665	↑11.344	%100,25
JULIO	↓8.451	↓14.319	↑21.841	%52,53
AGOSTO	↓9.899	↓20.054	↑28.530	%42,27
SEPTIEMBRE	↓3.772	↘12.624	↑17.959	%42,26
OCTUBRE	↓2.090	↘9.115	↑10.297	%12,97
NOVIEMBRE	↓226	↘4.010	↑4.017	%0,17
DICIEMBRE	↓395	↘3.183	↑4.338	%36,29
TOTAL	39.810	72.541	125.084	

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

Visitantes oficina de turismo por género



4.4. Gestión del destino turístico

La gestión del destino es ya clave para el logro de un destino turístico **sostenible, accesible, responsable e innovador**.

Son muchos los retos a los que se enfrenta el destino, entre los que se incluyen aquellos derivados del éxito del fenómeno turístico en la ciudad.

Para conseguir un destino sostenible y equilibrado, se está trabajando en diferentes direcciones y con diversos agentes:

Con la empresa privada turística, mediante la figura del socio adherido a Donostia San Sebastián Turismoa, trabajando en programas de competitividad (Código Ético del Turismo de Euskadi), programas de sostenibilidad (Zero Plastik o Ecolabel), formaciones en digitalización e innovación, o jornadas de puesta y trabajo en común (Haciendo Equipo).

Con otros agentes públicos, tanto municipales como supra municipales, para desarrollar proyectos de conocimiento e innovación (Observatorio Turístico), programas de sostenibilidad (Departamento de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián), programas de competitividad (Basquetour) o en jornadas de innovación y conocimiento (Hub de Gipuzkoa).

Mejorando el destino físicamente y adaptándolo a los nuevos retos que llegan inexorablemente: señalización turística, mejora de la accesibilidad y su promoción, adaptación a los cambios que la nueva movilidad exige.

4.4.1. Actuaciones con el sector

1. Jornadas y Talleres

La primera jornada del año con el sector turístico se realizó el 29 de marzo, bajo el título "**Mirando al futuro**" en el hotel Barceló Costa Vasca, y en la que se presentó el balance turístico de Donostia / San Sebastián en 2021 y el Plan de Acción para el año 2022. Asistieron 60 personas de 46 empresas asociadas y la jornada se valoró con una puntuación de 9,04 sobre 10.



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

Se planteó una segunda jornada **"Haciendo Equipo"** para el 23 de noviembre, pero teniendo en cuenta que la temporada turística de 2022 ha sido un éxito y se prolongó hasta bien entrado noviembre, las empresas no tenían disponibilidad, y a falta de quórum, se optó por posponerlo a 2023.

En cuanto a los talleres, el año 2022 se ha optado por reducir el número de formaciones para poder conseguir una mayor coordinación con el Hub de Gipuzkoa (Turismo Diputación de Gipuzkoa) ya que también ofrecen una variada carta de formaciones.

En Donostia San Sebastián Turismo, siguiendo las pautas de necesidades comunicadas por el sector o bien detectadas desde el propio ente, se han ofrecido dos formaciones:

• **Formación en Igualdad:**

- Acciones y prácticas para fomentar la igualdad entre hombres y mujeres
- Comunicación no sexista e inclusiva
- Conocer e identificar a los colectivos vulnerables.

Además, la consultora DAITEKE, dio la opción de ofrecer una asesoría gratuita de 30 minutos a cada empresa socia participante.

- **Google Analytics:** se impartió en dos sesiones diferentes. En la primera se explicó el por qué y para qué utilizar Google Analytics y cómo ponerlo en marcha en las webs.

En la segunda sesión, del 13 de diciembre, se ilustró sobre cómo interpretar los datos que el programa Google Analytics arroja sobre el uso de las webs monitorizadas

Jornada	Lugar	Fecha	Asistentes		Valoración
			Empresas	Personas	
Igualdad	Online	15/06/2022	18	33	9,27
Google Analytics	Online	18/10/2022	19	22	9,6
Google Analytics II	Online	13/12/2022	18	20	9,33

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

Programa Código Ético del Turismo de Euskadi

El año 2022, se siguen manteniendo en stand-by por parte de Basquetour los programas SICTED y Smart Business, en espera de desarrollar un nuevo programa piloto más actualizado y ambicioso, del que forma parte el programa del Código Ético del Turismo de Euskadi.

El programa **Código Ético del Turismo de Euskadi** es un programa que tiene como fin el promover un turismo más **responsable y sostenible** entre

las entidades público – privadas, y conseguir así que Euskadi sea un destino responsable, sostenible y comprometido. Es una adaptación del Código Ético Mundial para el Turismo de la UNTWO. Se vertebra en ocho principios clave:

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

Es el tercer año en el que Donostia San Sebastián Turismo **participa y gestiona la participación de las empresas privadas** del sector. En concreto, se han revalidado todas las empresas participantes en las dos temporadas anteriores (27 empresas) y se ha conseguido el alta de nuevas empresas en el Registro de Empresas de Código Ético (15 empresas).

El 11 de mayo muchas de las empresas turísticas asociadas a Donostia San Sebastián Turismo junto al equipo de Gestión de Destino, participaron en el evento de entrega de distintivos de las dos primeras ediciones, que tuvo lugar en Bilbao.

3. Gestión de la relación con las empresas asociadas

La relación con las empresas turísticas privadas asociadas a DSST, sigue siendo un **eje principal** en el día a día de la actividad turística. Además del seguimiento de la participación en programas, formaciones y jornadas, las consultas individuales y puntuales sobre una gran variedad de temas son una tarea constante.

Para ello se creó en 2021 la **nueva CRM** (Sistema de Gestión de las Relaciones con los clientes - Customer Relationship Management). Durante el año 2022 y gracias a la financiación de las Ayudas Europeas del Plan de Sostenibilidad Turística (Next Generation), se están desarrollando dos grandes mejoras en el sistema:

- Envío de newsletters desde la propia CRM, de manera que consta cuándo y a qué email de cada empresa asociada se envió y el número de aperturas, teniendo así un mayor control de los envíos que se realizan y su eficacia.
- La posibilidad de que algunos campos de información que se refleja en la web de DSST las puedan editar las propias empresas on line.

4.4.2. Sostenibilidad Turística

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

La aplicación de las tres vertientes que componen la **sostenibilidad – económica, medioambiental y social** – están gestando el eje principal de acción de Donostia San Sebastián Turismoa y de las acciones que se llevan a cabo en el área de Gestión de Destino.

4.4.2.1. Actuaciones medioambientales

Durante el 2022 se ha continuado con el programa **ZERO PLASTIK HOTELAK** puesto en marcha por el departamento de Medio Ambiente del Ayuntamiento en coordinación con Donostia San Sebastián Turismoa y que tiene como objetivo **reducir el consumo de plástico** de un solo uso y mejorar la gestión de los residuos de los alojamientos turísticos.

En el segundo semestre del año, se han realizado **inspecciones** por parte de la secretaria técnica Isladak, para comprobar la implantación de las buenas prácticas acordadas y trabajadas en la primera temporada del programa.

Además, se han realizado **reuniones presenciales** con varios de los **alojamientos** participantes para presentar, reflexionar y debatir sobre las dificultades detectadas a la hora de la implantación de las buenas prácticas.

Asimismo, se ha presentado una campaña similar dirigida a las **viviendas de uso turístico**, con el objetivo de plantear a los propietarios y gestores – comercializadores, de pautas concretas en la gestión de residuos, eliminación de plásticos de un solo uso, ahorro en consumo de energía etc. En total, han participado en el programa 5 comercializadoras de VUTs y una vivienda turística independiente, sumando un total de 1.169 plazas en esta modalidad de alojamiento.

Finalmente, y gracias a la financiación de las Ayudas Europeas del Plan de Sostenibilidad Turística (Next Generation), y en coordinación, una vez más, con el departamento de Medio Ambiente del Ayuntamiento, se ha preparado a seis alojamientos asociados a Donostia San Sebastián Turismoa para presentarse al certificado de sostenibilidad energética **ECOLABEL**. A principios de 2023 se obtendrá el resultado de las auditorias



4.4.2.2. Actuaciones en sostenibilidad social

Hay varias afecciones que el crecimiento del turismo ha creado en Donostia / San Sebastián en los últimos años, y que están teniendo un **impacto en la sostenibilidad social**. Desde Donostia San Sebastián Turismo se están llevando a cabo acciones para **mitigar o controlar** algunas de estas afecciones.

Campaña de control del uso de medios amplificadores de sonido

Una de ellas son los efectos derivados del crecimiento de **visitas guiadas en grupo**, que han aumentado tanto en el número de componentes de los grupos, como en el propio número de grupos. La utilización de equipos de amplificación sonora para dar las pertinentes explicaciones ha traído una serie de consecuencias que se han tratado de mitigar.

Para ello, en otoño y tras varias reuniones con Medio Ambiente y el servicio UCOM (Unidad de Control de las Ordenanzas Municipales), se ha conseguido poner en marcha una **campaña de control del uso de medios amplificadores de sonido** por parte de las visitas guiadas en la ciudad. Esta campaña tiene vocación de seguir durante los meses de mayor afluencia de 2023. La prohibición del uso de la amplificación mecánica ha traído una disminución drástica del ruido generado por dichos grupos.

Estudio sobre la oferta de alojamiento en la ciudad

Se ha encargado a la Universidad de Deusto un **informe sobre el estado actual** del alojamiento en la ciudad, el número de plazas ofertadas por categoría y en su conjunto, y una predicción sobre posibles aperturas en el futuro. Ante los datos obtenidos, el departamento de Gestión de Destino ha desarrollado un **informe de conclusiones y posibles acciones** para frenar el desmedido crecimiento de plazas de alojamiento en la ciudad.

Encuestas a la ciudadanía

Y para conocer de primera mano la opinión real del ciudadano sobre la actividad turística, se han realizado una serie de encuestas a la ciudadanía para que **valoren la actividad turística** de la ciudad, sus efectos positivos y negativos.

Se ha realizado una muestra total de 1781 encuestas en dos periodos diferentes: en marzo, 1091 encuestas y en agosto – septiembre, 690, para ver la diferencia entre temporadas.

Algunos datos destacados derivados de las encuestas:

- Cerca del 70% de las y los donostiarras valora la importancia y contribución del turismo al desarrollo económico de la ciudad
- Algo más del 57% de las y los donostiarras entrevistados/as en "temporada alta" serían proclives al mantenimiento del nivel de afluencia turística registrado a lo largo del año 2022. Pero, la población donostiarra cree necesario la actuación en el ámbito de la calidad en el empleo turístico, la afección de la actividad en los precios comerciales, hosteleros y de la vivienda, el desplazamiento del ocio local, la sustitución de comercio por hostelería, o el peligro de tematización de la ciudad.
- Cerca del 65% (hasta 67% en temporada alta) de las y los donostiarras opina que hemos llegado a un punto de "saturación turística".
- En torno a un 64%-68% de las y los donostiarras opina que no se debería atraer a más turistas, ni deberían llegar más turistas a su zona de residencia.
- "Si" a la tasa turística; una realidad respaldada por un 56% de la población (hasta un 62% entre residentes de Parte Vieja y hasta un 60% entre las personas adultas de 35 a 64 años).
- Cerca del 85% de las y los donostiarras sitúa "el Turismo" como un elemento beneficioso para el conjunto de la ciudad

4.4.2.3.

Actuaciones en favor de la accesibilidad (diversidad funcional)

En aras a completar la información sobre la accesibilidad de la cadena turística en la ciudad, en 2022 se han realizado y publicado en la **web accesible** de Donostia San Sebastián Turismoa (<https://accessibility.sansebastianturismoa.eus/es/>), en 4 idiomas, las fichas con la información de las características accesibles de 16 empresas de alojamientos (desde 5 estrellas a albergues, pasando por casi toda la gama de categorías de alojamiento) y 8 empresas de restauración.

4.4.2.4.

Actuaciones de mejora del destino: movilidad, accesibilidad, señalización

Se han realizado varias oleadas para revisar y subsanar el estado de las diferentes **señales turísticas** de la ciudad (peatonal, monumentos, mapas de ubicación, hoteles...), y también ha sido frecuente, y en aumento, la limpieza de grafitis con mensajes relacionados con la turismofobia.

Asimismo, se ha **cambiado la parada del Tren Turístico**, pasando de Pº de Salamanca 3 a la calle Miramar. De esta forma y de modo prioritario, se han eliminado los peligros existentes en la antigua ubicación, junto a un bidegorri, evitando el peligro de atropello de usuarios del tren. Además, al ubicar la nueva salida en una zona altamente turística (Alderdi Eder – Plaza de Cervantes), el servicio se ha visto beneficiado con más usuarios.

Desde DSST también se ha **reforzado la señalización turística peatonal** para crear un nuevo itinerario peatonal para llegar desde el centro de la ciudad a Tabakalera, motivado por el cierre del pasadizo subterráneo de Egia por las obras de la nueva estación del tren de alta velocidad.

Finalmente, para paliar el **cambio de sentido del tráfico** en las calles San Martín y Zubieta, y las calles adyacentes, planteado por el departamento de Movilidad, se han realizado varias reuniones de trabajo con los hoteles afectados, explicando los trabajos y el resultado final.



4.4.2.5. Observatorio

Además de continuar con la labor de difundir entre las empresas asociadas los datos estadísticos más relevantes y sus conclusiones, a través del espacio socios de la web de Donostia San Sebastián Turismoa, en el año 2022 se ha iniciado un **ambicioso programa de creación de un observatorio turístico** más completo, gracias al programa de ayudas de Europa Plan para la Sostenibilidad Turística en Destino.

Este observatorio pretende automatizar los datos más relevantes del fenómeno turístico obtenidos de diversas fuentes e integrarlo en el **Observatorio de ciudad** que está elaborando el Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián.

Asimismo, este observatorio estará a disposición de las empresas asociadas a DSST, en la intranet, y permitirá compartir la información de manera más sencilla y comprensible a la ciudadanía.



4.4.2.6. Destino Turístico Inteligente

En 2022 se ha realizado la **revisión de los indicadores** del programa Destinos Turístico Inteligente promovido por la Secretaría de Estado de Turismo y gestionado por Segittur. Un programa del que Donostia San Sebastián ya era miembro adherido y que persigue contribuir a **mejorar la competitividad** de los destinos turísticos y la **calidad de vida** de sus residentes incidiendo en cinco ámbitos de actuación: **gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad**.

Los requisitos a cumplir para ser miembro de pleno derecho del programa han sido revisados al alza en los últimos años, alcanzando un nivel exigente a la hora de calibrar el estado de los destinos turísticos.

Tras recopilar, trabajar y presentar toda una documentación ingente sobre las labores y los índices conseguidos en la ciudad en relación a los cinco ámbitos de actuación, Donostia San Sebastián ha conseguido ser miembro, junto a cinco ciudades más, con un **83% de cumplimiento** de media de los requisitos exigidos.



5. Organización y Administración de DSST

La misión del departamento de Organización y Administración de DSST es el **diseño, planificación, desarrollo y seguimiento** de los procesos vinculados a la gestión de recursos humanos y materiales, **gestión financiera y mejora continua** de la organización.

Objetivos principales

- **Asegurar el buen funcionamiento de todos los aspectos transversales que inciden en el desarrollo y la consecución de objetivos de todas las áreas de la organización, así como proponer e implantar mejoras en los diferentes procesos de trabajo.**
- **Adecuación de los recursos (humanos, económicos y materiales) a las necesidades de la organización.**
- **Mejorar la satisfacción del personal**
- **Asegurar y velar por el cumplimiento legal**

5.1. Balance económico

Gastos personal	-2.048.730,17
Gastos corrientes	-1.679.927,35
Aprovisionamientos	-28.095,94
Inversiones Reales	-22.000,00
	-3.778.753,46
Diputación	80.000,00
Gobierno Vasco	202.136,51
Recursos propios	327.941,37
Aportación socios	198.122,20
Otros ingresos (comisiones, aportaciones, etc..)	45.609,76
Subvenciones capital transferidos de otros ejercicios	2.856.043,62
Ayuntamiento aportación capital para gastocorriente	2.856.043,62
Ayuntamiento subvenciones capital para inversiones	22.000,00
	3.318.548,93

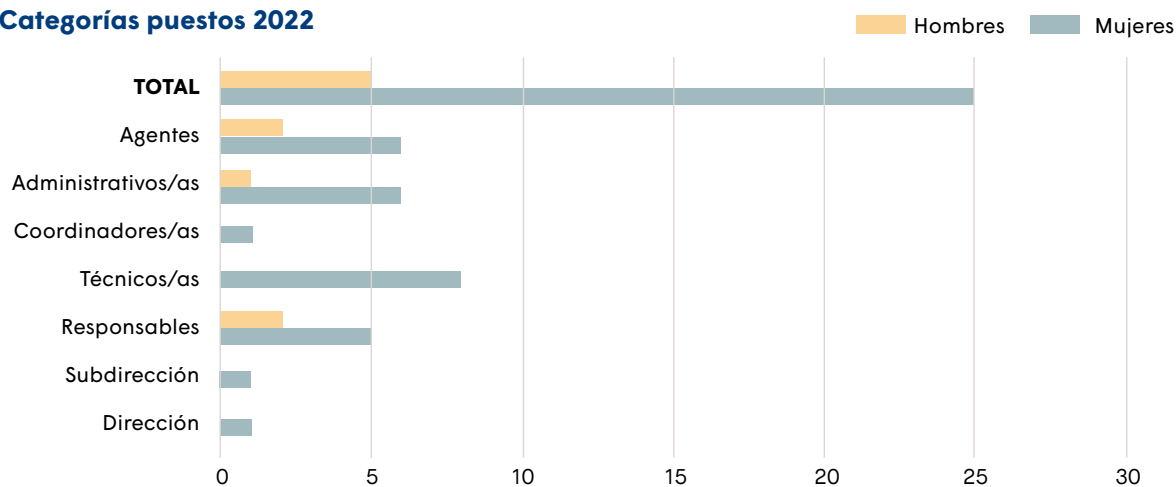
5.2. Personas de DSST

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

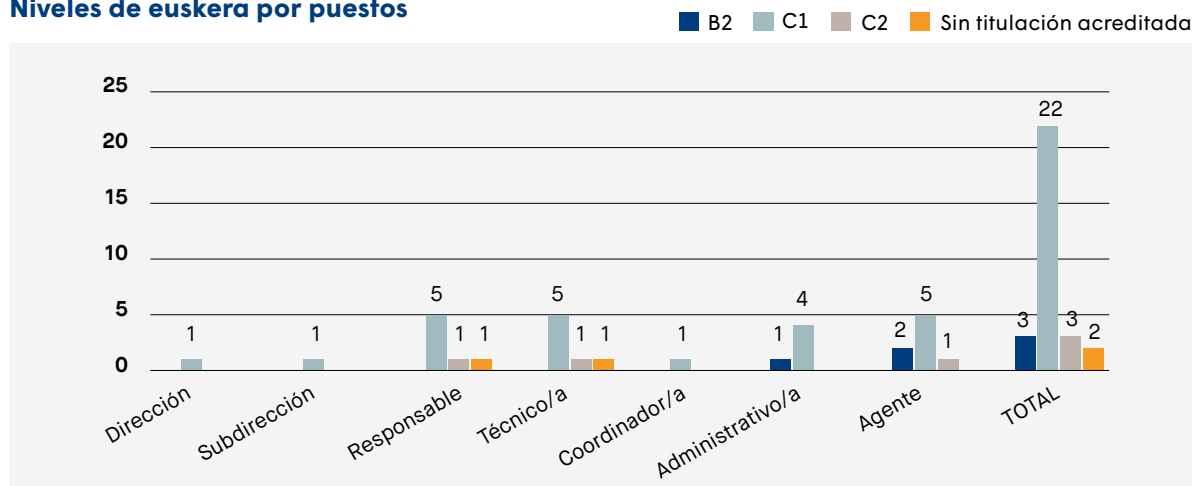
Categorías puestos y nivel de euskera

Puestos 2022	Mujeres	%	Hombres	%
Dirección	1	%3	0	%0
Subdirección	1	%3	0	%0
Responsables	5	%17	2	%7
Técnicos/as	8	%27	0	%0
Coordinadores/as	1	%3	0	%0
Administrativos/as	4	%13	1	%3
Agentes	6	%20	2	%7
TOTAL	25	%83,33	5	%16,67
TOTAL	30			

Categorías puestos 2022



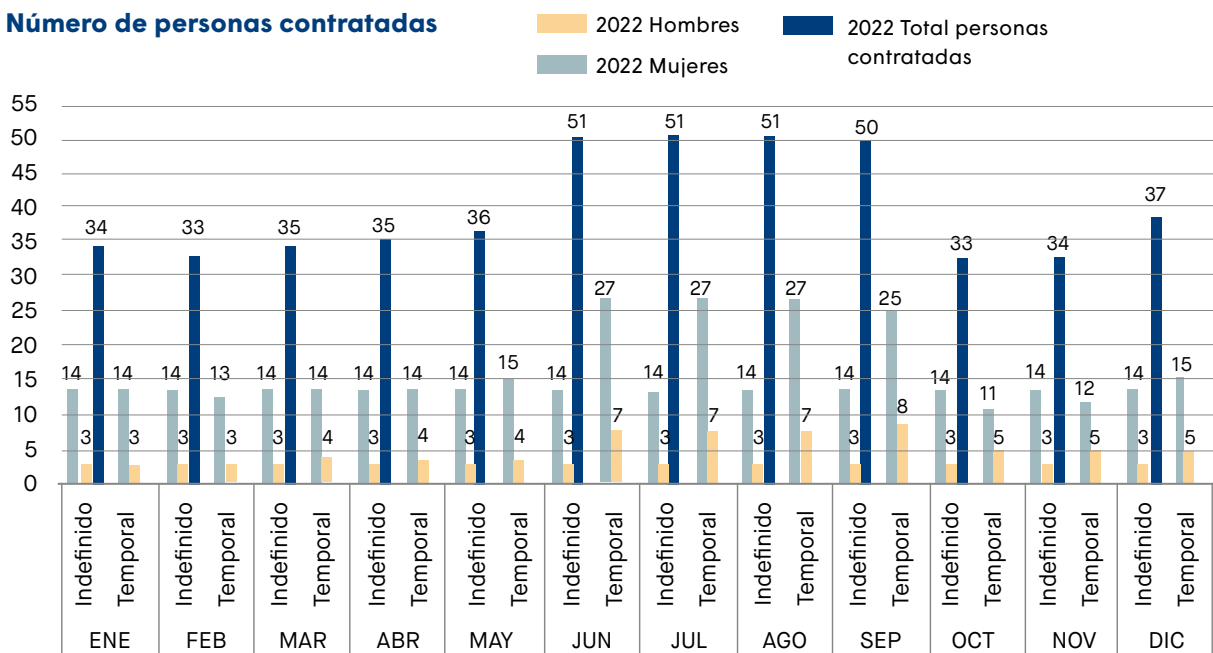
Niveles de euskera por puestos



**Tipos de relación
laboral**

Número de personas contratadas		2022		
		Mujeres	Hombres	Total personas contratadas
Enero	Indefinido	14	3	34
	Temporal	14	3	
Febrero	Indefinido	14	3	33
	Temporal	13	3	
Marzo	Indefinido	14	3	35
	Temporal	14	4	
Abril	Indefinido	14	3	35
	Temporal	14	4	
Mayo	Indefinido	14	3	36
	Temporal	15	4	
Junio	Indefinido	14	3	51
	Temporal	27	7	
Julio	Indefinido	14	3	51
	Temporal	27	7	
Agosto	Indefinido	14	3	51
	Temporal	27	7	
Septiembre	Indefinido	14	3	50
	Temporal	25	8	
Octubre	Indefinido	14	3	33
	Temporal	11	5	
Noviembre	Indefinido	14	3	34
	Temporal	12	5	
Diciembre	Indefinido	14	3	37
	Temporal	15	5	

Número de personas contratadas



Absentismo

	2022		2022		2022
ABSENTISMO *calculado en base a la jornada de baja por Incapacidad Temporal por enfermedad	%5,58	ABSENTISMO MUJERES *calculado en base a la jornada de baja por Incapacidad Temporal por enfermedad	%4,54	ABSENTISMO HOMBRES *calculado en base a la jornada de baja por Incapacidad Temporal por enfermedad	9,82%

Acciones formativas realizadas por las personas de DSST

CANVA BÁSICO

CORPORATE COMPLIANCE

DESARROLLO EQUIPO DIRECCIÓN

EXCEL INTERMEDIO/AVANZADO/PROFESIONAL

FEEDBACK, el arte de las conversaciones poderosas

FORMACION PARA LA IMPLANTACION EN PLANES Y MEDIDAS DE IGUALDAD EN LA EMPRESAS

IDIOMAS: INGLÉS

IDIOMAS: FRANCÉS

IGUALDAD

INSTRUCCIONES PARA LA UTILIZACIÓN DE SISTEMAS INFORMÁTICOS Y RECURSOS INFORMÁTICOS

INSTRUCTOR MINDFULNESS

MENTALIDAD RESILIENTE. MINDFULNESS

MODELO GESTIÓN AVANZADA Sesión de reciclaje

MODULO 4 MARKETING DIGITAL SOCIAL ADS FORMATOS PUBLICITARIOS EN FACEBOOK, INSTAGRAM Y LINKEDIN

MODULO 5 MARKETING DIGITAL GOOGLE ANALYTICS

PREVENCION DE INCENDIOS

PRIMEROS AUXILIOS

VISITAS A RECURSOS:

COMARCAS:

DEBEGESA: (DEBABARRENA)Deba, Mutriku, Mendaro, Eibar, Elgoibar, Soraluze

UROLA ERDIA: Azkoitia, Azpeitia, Aizarnazabal, Zestoa

UROLA GARAIA: Zumarraga, Urretxu, Legazpi, Ezkio

Satisfacción laboral interna

Encuesta satisfacción laboral 2022



Medidas organizativas derivadas del Covid- 19

Durante el año 2022 Donostia San Sebastián Turismoa ha seguido manteniendo y adoptando las medidas pertinentes que las autoridades competentes han implementado para hacer frente a la COVID-19, tanto para proteger a las personas trabajadoras como a clientes.



5.3. Plan de euskera

Durante el año 2022, San Sebastián Turismo ha seguido con el proceso de normalización del euskera poniendo en marcha acciones dirigidas tanto al ámbito externo como interno de la organización.

Podemos señalar:

Acciones internas

Grupo de trabajo: Constitución del grupo de trabajo dedicado a la normalización de euskera integrado por personas de cuatro departamentos de la entidad: Dirección, Organización, Información y Acogida y Marketing.

Plan de euskera: El plan de euskera vigente de 2017 a 2021 se ha ampliado a todo el 2022 para coincidir con los planes de euskera del resto de departamentos municipales.

Comunicación interna: Se ha aprobado una normativa interna para el uso de las lenguas oficiales en los correos internos y en las actas.

- **Correos internos:** la comunicación escrita entre la plantilla se realizará al menos en bilingüe. También se podrán realizar íntegramente en euskera. Si alguien lo necesitara, puede solicitar un resumen o explicación en castellano y se le enviará.
- **Actas:** En cuanto a las actas, cuando el acta de la reunión no se haga pública, se extenderá en el mismo idioma en que se haya celebrado. En cambio, cuando el acta deba hacerse pública, habrá dos opciones: bilingüe, priorizando el euskera, o íntegramente en euskera.
- **EME:** Con el fin de realizar el análisis del euskera de nuestra oficina, se ha cumplimentado el cuadro de ayuda denominado EME. Esta herramienta representa los ámbitos habituales de actuación de una empresa, mostrando dónde y en qué se utiliza el lenguaje. Una de las líneas de trabajo de este proyecto es la rotulación y, a lo largo de 2022, se han cambiado todos los rótulos internos para que estuvieran, al menos, en bilingüe o íntegramente en euskera.

PROYECTO ESTRATÉGICO 2022: ELE (Evaluación de Impacto Lingüístico)

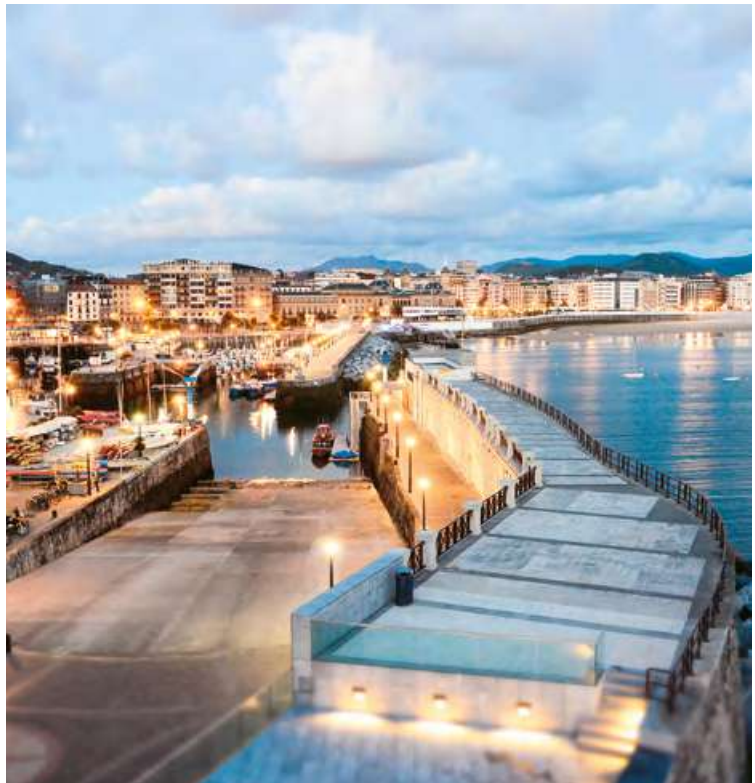
Como parte del nuevo Plan Director de Turismo 2023- 2027, y como se recoge en el Decreto 179/2019, Donostia San Sebastián Turismo, junto con el Servicio Municipal de euskera, ha llevado a cabo la **Evaluación de Impacto Lingüístico** (en adelante ELE).

El objetivo de este proyecto ha sido medir el impacto lingüístico que pueda tener nuestro nuevo plan de turismo sobre la situación sociolingüística del euskera y, en caso de que dicho impacto fuera negativo, proponer medidas correctoras.

El análisis ELE llevado a cabo por Donostia San Sebastián Turismo, ha sido el **primero** de todo el sector turístico vasco, siendo pionero en este ámbito.

Acciones externas

- **Basque Challenge 2:** Un reto creado para dar a conocer el euskera a quien nos visita. El objetivo de esta acción ha sido poner en valor la cultura y la lengua vasca, destacando lo que nos convierte en un destino singular. Mediante un concurso, se han puesto a prueba los conocimientos de euskera y se ha animado a los participantes a profundizar, de forma divertida, en la cultura vasca. El cuestionario se ha publicado en euskera, catalán, gallego, castellano, francés e inglés.
- **Patrocinio de Korrika** (abril)
- **Anunciar el Día del Euskera** en las redes sociales, informando tanto a los visitantes como a la ciudadanía sobre nuestra lengua (diciembre).
- **Apartado web sobre el euskera y la cultura vasca**



5.4. Plan de igualdad

Durante el año 2022, San Sebastián Turismoa ha continuado con la puesta en marcha de las acciones de intervención **definidas** en su primer **Plan para la igualdad de mujeres y hombres**.

Acciones destacadas

- Realizar reuniones de seguimiento de la **comisión de igualdad** para dar continuidad al proceso de implantación del plan de igualdad.
- Utilizar las **herramientas comunicativas** (difusión interna y externa) de Donostia San Sebastián Turismoa como vehículos de información y comunicación sobre cuestiones clave en la Igualdad, por ejemplo, días internacionales referentes a la mujer.
- Creación de un apartado el **sistema de comunicación interna** de la empresa (IBM Notes) al que tienen acceso todas las trabajadoras a través de su clave de usuario, donde está archivada información y documentación referente al Plan de Igualdad. Notes > Boletín > Plan de Igualdad:

- Compromiso por parte de Gerencia
- Diagnóstico previo a la elaboración del Plan de Igualdad
- Plan de Igualdad
- Protocolo de acoso sexual y por razón de sexo en el trabajo
- Información general sobre historia y reivindicaciones feministas: mujeres célebres, pioneras del feminismo, fecha señaladas, etc.
- Buzón de propuesta sobre igualdad
- Garantizar una **comunicación interna y externa inclusiva**.

Se tiene especial cuidado en la utilización de un lenguaje inclusivo en las comunicaciones externas y en la mayoría de los comunicados internos se tiende a utilizar el femenino genérico, puesto que las mujeres son el 87% de las trabajadoras de la organización.

Igualmente se han revisado y adaptado los textos en todos nuestros soportes publicitarios para utilizar una comunicación más inclusiva. En el ámbito gráfico se han revisado y cambiado fotos y videos que tiene como protagonistas a mujeres.

- Durante el año 2022 el Comité de Confidencialidad no ha recibido **ninguna denuncia** por razón de sexo o por acoso sexual.
- A continuación, se indica el número de personas que se han acogido en 2022 a las medidas de conciliación responsable que ofrece la organización: 5

Indicadores igualdad		2022		
		Mujeres	Hombres	TOTAL
Reducción jornada	Indefinido	2	0	5
	Temporal	3	0	
Excedencias voluntarias	Indefinido	2	0	2
	Temporal	0	0	
Permisos sin sueldo	Indefinido	3	0	5
	Temporal	1	0	
Permisos progenitores	Indefinido	0	0	0
	Temporal	0	0	
Horas lactancia	Indefinido	1	1	1
	Temporal	0	0	
Excedencias cuidado menores	Indefinido	0	0	0
	Temporal	0	0	

Medidas de conciliación responsable	Nº de personas que se acogen en 2022		
Medidas de conciliación	Mujeres	Hombres	TOTAL
Permiso de paternidad	0	0	0
Permiso de maternidad (a partir de la 6ª Semana)	2	0	2
Permiso de lactancia			
Reducción de jornada por guarda legal (menores de 12 años)	5	0	5
Excedencia por cuidado de menores (menores de 3 años)	0	0	0
Excedencia por cuidado de familiares	0	0	0
Excedencia voluntaria	2	0	2
Permiso sin sueldo	4	1	5
Flexibilidad de tiempo y espacio de trabajo	Mujeres	Hombres	TOTAL
Flexibilidad de entrada y salida	25	5	30
Flexibilidad de parada del mediodía	25	5	30
Posibilidad de elegir vacaciones de forma fragmentada	25	5	30
Abandono del puesto por emergencias familiares	0	0	0
Posibilidad de cambio de turnos	6	2	8
Trabajo a distancia	3	0	3

Nº de denuncias recibidas por el Comité de Confidencialidad	2020	2021	2022
Por acoso sexual	0	0	0
Por razón de sexo	0	0	0

Ayudas sociales	Número de personas que se acogen en 2022		
	Mujeres	Hombres	TOTAL
Médico	14	1	15
Estudios	1	0	1
Estudios hijos	9	1	10
Préstamos consumo	1	0	1

5.5. Modelo de gestión avanzada

El compromiso de Donostia San Sebastián Turismoa con la mejora de la gestión tiene sus antecedentes en las diferentes certificaciones de Calidad que ha ostentado durante años (Q de Calidad Turística de CB hasta el año 2012 y para OIT hasta el año 2018) y el seguimiento del modelo EFQM desde el año 2012.

En el año 2022 se ha continuado con el programa implantado de "Código Ético del Turismo en Euskadi" por Basquetour.

Además, derivado de las conclusiones obtenidas en la primera autoevaluación siguiendo el Modelo de Gestión Avanzada, se ha elaborado el **plan estratégico de Donostia San Sebastián Turismoa** ligado al último Plan Director de Turismo.

5.6. Compromiso medioambiental

Donostia San Sebastián Turismoa está sensibilizada con la problemática medioambiental, y se ha decidido incorporar el **respeto por el medio ambiente** en todas sus actuaciones.

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

Entre otros, se proponen los siguientes objetivos:

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

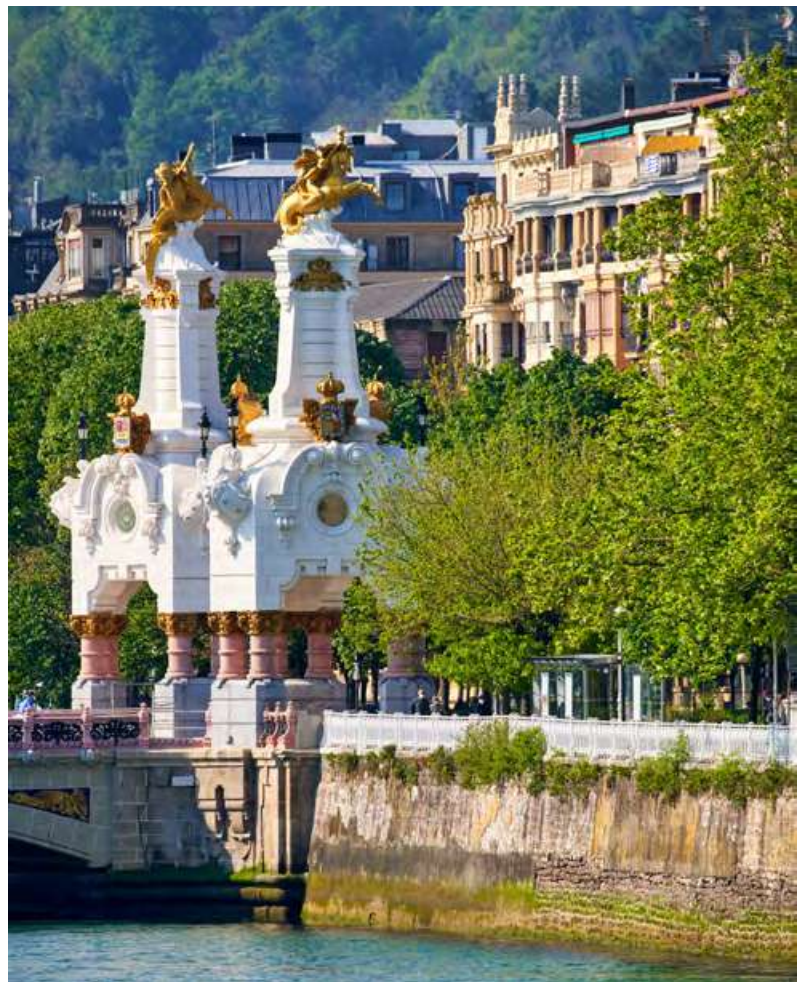
Cumplir toda la legislación medioambiental vigente.

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

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

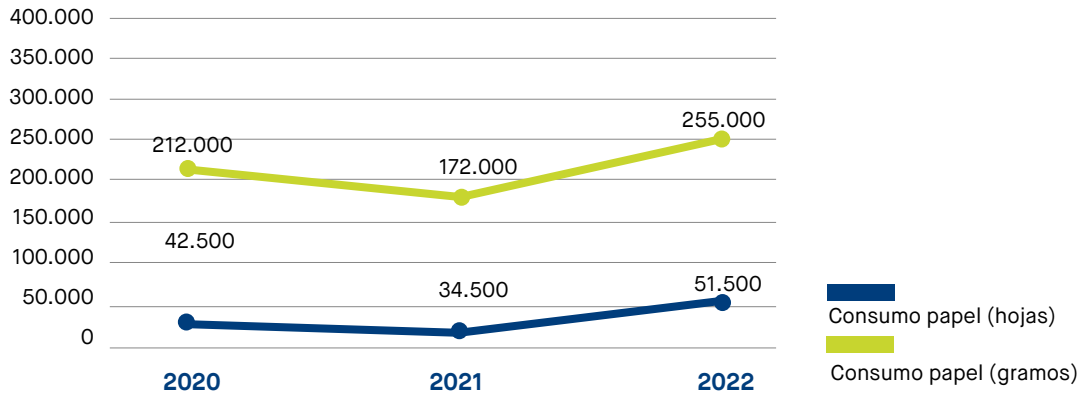
Reducir el consumo de materiales, reutilizar en lugar de desechar cuando sea posible, y promover el reciclaje y el uso de materiales reciclados.

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



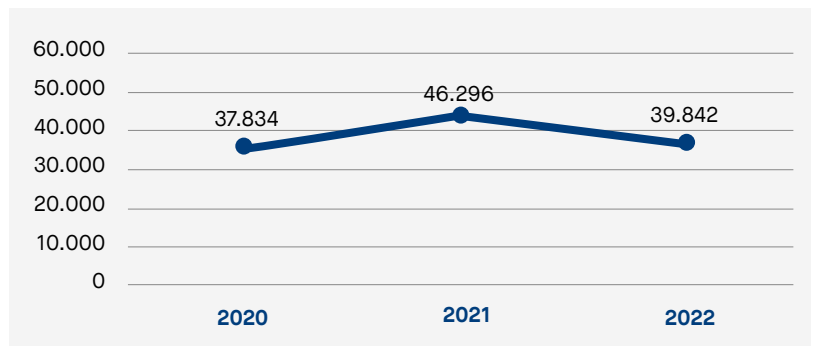
Consumo papel

	2020	2021	2022
Consumo de papel (hojas)	42.500	34.500	51.500
Consumo de papel (gramos)	212.000	172.000	255.000



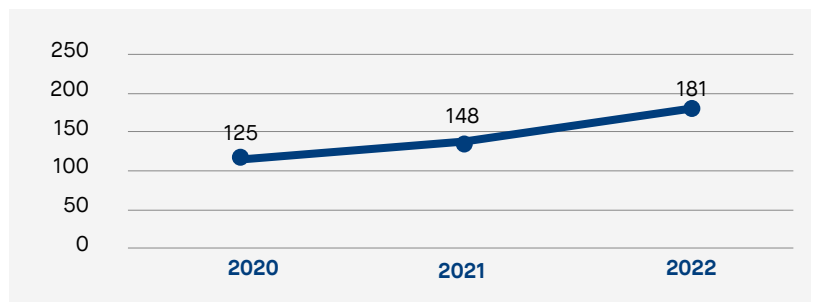
Consumo de electricidad (kWh)

2020	2021	2022
37.834	46.296	39.842



Consumo de agua (litros)

2020	2021	2022
125	148	181





6. Participación en foros y jornadas

A lo largo del año 2022 DSS Turismoa ha participado en las siguientes ponencias:

Master turismo gastronómico del Basque Culinary Center - Donostia

18/02/2022

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

Destino turístico inteligente, Universidad de Deusto - Donostia

2022/05/17

BASQUETOUR turismoaren Euskal Agentzia/Agencia Vasca de Turismo, sociedad ANONI y SEGGITUR- Sociedad mercantil estatal para la gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas en la clase de "Gestión Inteligente del Sistema Turístico". Los retos de Donostia como Destino y su proceso como DTI. Ponencia a cargo de Eider Calderón, subdirectora de DSS Turismoa.

Turismo y cambio climático, Universidad de Deusto - Donostia

22/09/27

En el Día Mundial del Turismo, el HUB Gipuzkoa Turismoa (Diputación Foral de Gipuzkoa) en colaboración con el departamento de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Deusto propone una jornada de encuentro para profesionales y alumnado de turismo.

Mesa redonda a cargo de Eider Calderón, subdirectora de DSS Turismoa.

**Turismoaren
erronkak Gipuzkoan
(3.Edizioa)- Erretereria**

2022/11/17

Organizado por el departamento de Turismo de la Diputación de Gipuzkoa. Con participación en mesa redonda sobre turismo MICE en Gipuzkoa a cargo de Marijo Beltrán de Guevara, responsable del Convention Bureau de DSS Turismoa.

**Congreso mundial Destinos
Turísticos Inteligentes- Valencia**

22/11/22

Modelos de éxito en la transformación digital de los destinos. El valor de la accesibilidad en los destinos inteligentes. Participación en mesa redonda a cargo de Isabel Aguirrezabala, directora de DSS Turismoa.

**European Capital
of Smart Tourism**

09/11/2022

Presentación de la candidatura de Donostia / San Sebastián como Capital Europea Inteligente ante la Comisión Europea en Bruselas, como destino finalista.

**X.festival 2022.
The Leaders Summit**

01/12/2022

Presentación de Donostia / San Sebastián como ciudad finalista de la "European Capital of Smart Tourism" y sus buenas prácticas como destino inteligente.





7. Participación en redes nacionales e internacionales

Donostia San Sebastián Turismoa participa en las siguientes redes:

ICCA - International Congress & Conference Association

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

City DNA

Anteriormente conocida como ECM – European Cities Marketing-, su objetivo sigue siendo una red de Entidades de Turismo y Convention Bureaux de capitales europeas para compartir conocimiento, trabajar conjuntamente desde el punto de vista operacional y en la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades, y en los últimos años ha ido incorporando dentro de sus ejes de trabajo la gestión del destino turístico. Donostia / San Sebastián Turismoa participamos en la Red como tal y en los grupos de trabajo de City Cards, TICs, Digital Knowledge, Statistics and Research.

SCB - Spain Convention Bureau

Asociación de Convention Bureaux de España que tiene como principal objetivo la realización de acciones de promoción conjunta, a nivel nacional e internacional, para las ciudades que están asociadas. Donostia / San Sebastián Turismoa es miembro del grupo de trabajo de la Asociación.

Itourbask – Red Vasca de Oficinas de Turismo

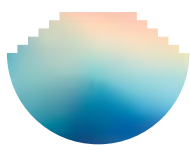
Red Vasca de Oficinas de Turismo conformada por las principales Oficinas de Turismo de la Comunidad Autónoma Vasca.

OPC Basque Country – Asociación vasca de empresas organizadores profesionales de congresos y eventos

Reúne a empresas especializadas en la organización de congresos y eventos, avaladas por su profesionalidad, experiencia, operatividad, aprendizaje, creatividad, innovación, sostenibilidad, eficacia... Empresas resolutivas y que además ofrecen una alta calidad en la gestión de servicios.

Destinos Euskadi

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



Donostia San Sebastián

sansebastianturismoa.eus

Colaboradores Euskalit

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

Euskadi Gastronomika

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

Surfing Euskadi

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

European Best Destination

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

Euskadi Costa Vasca

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

OMT

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



**Donostia
San Sebastián**

sansebastianturismoa.eus