



COM- PAR- TIMOS UN PLAN

VISIT-

PLAN DE TURISMO
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
2017-2021

BIZI

"NUESTRA CALIDAD DE VIDA
ES EL PUNTO DE PARTIDA"

NUEVAS RESPUESTAS PARA NUEVAS FORMAS DE TURISMO

-

No se puede entender lo que es hoy Donostia sin lo que ha supuesto la aportación del turismo. **Desde el siglo XIX acogemos visitantes**, y siempre lo hemos hecho con orgullo y con agrado. Gracias al turismo **tenemos hoy una ciudad viva con infraestructuras y una oferta cultural al nivel de grandes ciudades.**

Sin embargo, durante los últimos años, la tendencia de **crecimiento del turismo global y el éxito de nuestra ciudad** como destino preferido ha hecho que la presión sobre ciertos puntos de la ciudad haya crecido más de lo que estábamos acostumbrados.

Por eso, es el momento de repensar el modelo de turismo que queremos para San Sebastián. Y de hacerlo poniendo a la ciudadanía en el centro del proyecto. **Una ciudad auténtica, con calidad de vida para sus habitantes, también será atractiva para sus visitantes.**

El **Plan de Turismo Donostia/San Sebastián 2017-2021 VISIT-BIZI** es el reflejo de este planteamiento. Durante más de un año, profesionales del sector, estamentos públicos y ciudadanía hemos trabajado conjuntamente para establecer caminos que nos permitan crear un **nuevo turismo más sostenible, más equilibrado, más auténtico y de mayor calidad.**

UN TURISMO MÁS AMABLE PARA TODOS.





UNA CIUDAD AUTÉNTICA,
CON CALIDAD DE VIDA PARA
SUS HABITANTES, TAMBIÉN
SERÁ ATRACTIVA PARA SUS
VISITANTES.



GRACIAS AL TURISMO
TENEMOS HOY UNA CIUDAD VIVA
CON INFRAESTRUCTURAS Y UNA
OFERTA CULTURAL AL NIVEL DE
GRANDES CIUDADES .

SOMOS YA 325 LAS PYMES LOCALES QUE FORMAMOS PARTE DE SAN
SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU, TRABAJANDO DÍA A DÍA
POR EL ÉXITO PRESENTE Y FUTURO DEL TURISMO EN NUESTRA CIUDAD.

01

EL TURISMO ES UNA TENDENCIA GLOBAL E IMPARABLE. PODEMOS NEGARLA O PODEMOS PREPARARNOS PARA ELLA.

EN 2016 *

1,3 MILLONES DE PERNOCTACIONES

7%
de visitantes + que en 2015



54,7%
de las pernoctaciones son de extranjeros



18,3%
de crecimiento en invierno



Consolidación

Somos un referente internacional de turismo de calidad



* *Dato Histórico:*
En 1907 la ciudad también contaba con 1,3 Millones de pernoctaciones.

¿DE DÓNDE VENIMOS?

San Sebastián Turismo & Convention Bureau marcaba dos retos fundamentales en el Plan Director 2012-2016: **la desestacionalización** -atraer visitantes en temporada baja- y **la internacionalización**.

Estos objetivos se han conseguido con gran éxito.

¡Enhorabuena! Entre todos hemos conseguido alcanzar las metas, gracias a nuestra hospitalidad y a nuestra manera de hacer las cosas.

Sin embargo, todo tiene ventajas e inconvenientes. Por ejemplo, hemos recibido un número creciente de excursionistas que pasan el día entre nosotros, pero no pernoctan. Esto añade una gran presión sobre determinadas zonas de la ciudad, que estamos a tiempo de reajustar.

HOY EN DÍA TODOS SOMOS TURISTAS.

Los nuevos modelos de economía on line, el aumento de la calidad de vida de las personas de más edad y la democratización de los viajes provoca cada año el aumento del número de desplazamiento turísticos en todo el mundo.

En 2016 se contabilizaron más de 1.200 millones de viajes de ocio, y nuestra ciudad no es ajena a esta tendencia. Además, el tipo de viaje ha variado drásticamente porque han aparecido nuevas formas de contratar los alojamientos y los transportes, porque cada vez preferimos más los destinos urbanos y porque existe un tipo de viajero que lo que busca es compartir experiencias locales.

Por todo ello, la tendencia al crecimiento del sector turístico en nuestra ciudad parece una realidad inevitable. Lo que debemos hacer es reflexionar sobre cómo gestionar esta realidad para que se ajuste lo mejor posible a nuestros objetivos como ciudad y como comunidad de ciudadanos.

2016



1.200.000.000
de viajes de ocio en el mundo

UNA GRAN OCASIÓN PARA NUESTRA CIUDAD.

El sector del turismo es uno de los que más aporta a Donostia/San Sebastián. Un crecimiento de esta actividad representa una gran oportunidad de **desarrollo y bienestar** para toda la ciudadanía. Y no podemos dejarla pasar.

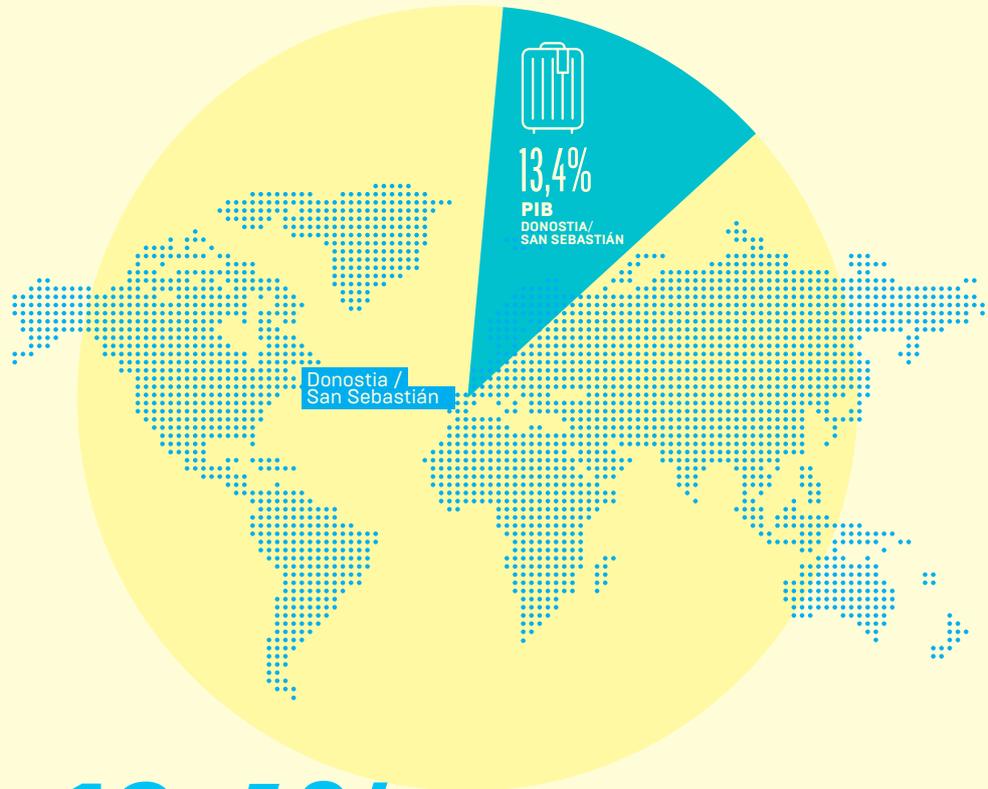
Porque nos ayudará a generar más **posibilidades de empleo y de emprendizaje**; y contribuirá, a través del turismo de congresos, a **dinamizar nuestro tejido industrial, empresarial y de I+d+i**, atrayendo talento e innovación.

Porque ayudará también a difundir **la cultura, la lengua y la identidad vasca** por el mundo, al mismo tiempo que nos proporcionará más apertura y un mayor contacto con otras realidades y **estímulos culturales**.

Una actividad no deslocalizable que involucra diversos sectores

El turismo es una industria localizada, y el gasto de los visitantes **permea todo el sistema productivo local**. Aunque el turismo se liga frecuentemente con la hostelería y el alojamiento, en Donostia, **son muchos y de diversos sectores los emprendedores y empresas locales** para las cuales el turismo tiene un impacto muy importante, sea de manera directa ...o indirecta: museos, equipamientos culturales, comercios, guías turísticas, centros de investigación/hospitales/empresas de diferentes sectores vinculadas al turismo de congresos, pequeñas empresas que ofrecen servicios al visitante, agricultores/ ganaderos/ pescadores que venden su producto a restaurantes y un largo etcétera.

EL TURISMO EN NUESTRA CIUDAD REPRESENTA:



13,4%

PIB DE LA CIUDAD

EN 2015

1.000 MILLONES€

2016

GENERÓ + 15.000
 👤👤👤👤👤👤 EMPLEOS

CADA
 TURISTA
 APORTA

123,60€ DÍA

EL **95%** DE LAS EMPRESAS RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO EN DONOSTIA SON PYMES LOCALES*

* Porcentaje derivado de las 325 empresas asociadas a San Sebastián Turismo & Convention Bureau

02

¿QUÉ MODELO DE TURISMO QUEREMOS PARA DONOSTIA?

Este nuevo Plan debe abordar las necesidades de esta nueva realidad y, por ello, realizar un cambio en la orientación de lo que queremos conseguir.

La cantidad de visitantes deja de ser una prioridad, orientándonos más hacia la calidad. Pero no hay turismo de calidad sin un destino acorde, donde el espacio público esté mejor ordenado y regulado y se refuerce la identidad y la personalidad de la ciudad.

Un destino en el cual se garantice la **calidad de vida** de las y los donostiarras como base del atractivo que proyectaremos hacia ciertos públicos prioritarios, con el fin de consolidarnos como **destino urbano de primer nivel internacional**.

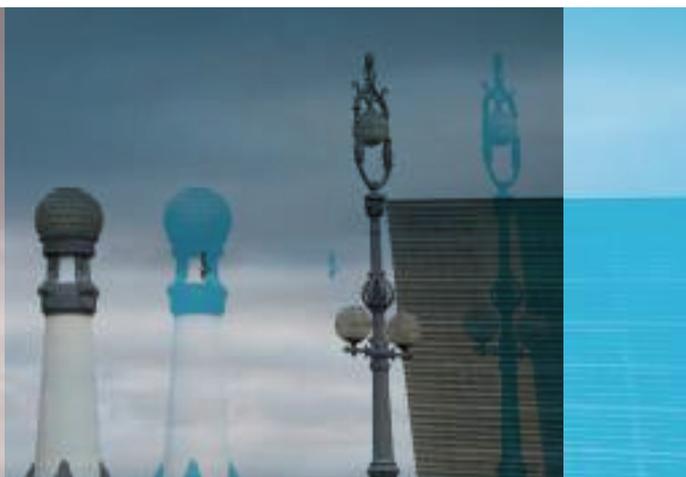
Y lo conseguiremos en torno a cuatro ejes fundamentales:

01
SOSTENIBILIDAD
SOCIAL.
MEDIOAMBIENTAL.
ECONÓMICA.

02
EQUILIBRIO ENTRE...
CIUDADANOS.
VISITANTES.
EMPRESAS.

03
CALIDAD
DE VIDA.
DE VISITA.
DE DESTINO.

04
AUTENTICIDAD
IDENTIDAD Y CULTURA.
EUSKERA Y TRADICIONES.
SINGULARIDAD.



HEMOS ELEGIDO UN CAMINO

—

vamos a ser...

- ▶ Un destino donde se va a favorecer que el visitante se integre de forma equilibrada; en el territorio, la economía y la sociedad donostiarra.
- ▶ Que mantiene y mejora la propuesta de valor que ofrecemos a nuestros visitantes y ciudadanos
- ▶ Con un modelo razonable de evolución para la oferta de alojamiento.
- ▶ En el que se ofrecerán nuevos recursos turísticos en los barrios y en el territorio metropolitano.
- ▶ Un modelo de referencia para el turismo urbano de calidad en Europa.
- ▶ Y en el que se preservará la identidad y la personalidad de la ciudad, nuestra simbología y las imágenes y sensaciones que nos caracterizan.

QUÉ TURISMO NOS INTERESA

—

SI

- ▶ **Buscadores de vivencias.**
Visitantes que quieren conocer su destino en profundidad, entender su esencia y convivir con sus habitantes.
- ▶ **Nuestros visitantes tradicionales.**
Con los que encajamos y que se adaptan a Donostia/San Sebastián, buscando la experiencia local. Visitantes provenientes de España, Francia, Reino Unido, Benelux, Alemania, Escandinavia, Estados Unidos, Canadá, Japón o Australia.
- ▶ **Turismo de alta rentabilidad.**
Son los tipos de actividades turísticas que nos generan visitas valiosas y que provocan menos presión a la ciudad: turismo de congresos o de eventos deportivos, turismo gastronómico, turismo cultural y creativo, escapadas urbanas, turismo premium...

NO

- ▶ **Turismo masivo.**
De grandes cruceros, turismo de fiesta, borrachera, sol y playa.
- ▶ **Viajeros que no se adaptan.**
Mercados que exigen que nos adaptemos a sus propias costumbres y que no buscan compartir ni integrarse en la experiencia local.
- ▶ **Grupos grandes y fugaces.**
Que pasan sin apenas contacto y pueden colapsar la ciudad.

03

¿CÓMO VAMOS A CONSEGUIRLO?



01

REGULANDO EL ALOJAMIENTO. NO TODO VALE

El aumento de los pisos de alquiler turístico se concentra sobre todo en determinadas zonas, en las que los residentes tradicionales se enfrentan a procesos que pueden terminar desplazándolos.

Para que la sostenibilidad social guíe el desarrollo de nuestro modelo de ciudad, necesitamos regular de manera efectiva esta actividad y que no afecte a la ciudadanía.

Se ha puesto en marcha una Ordenanza sobre Pisos de Alquiler Turístico que:

- ▶ Delimitará claramente dónde pueden ofrecerse este tipo de alquileres y con qué requisitos.
- ▶ Definirá un equipo de control e inspección que localice los pisos que no cumplen la norma.
- ▶ Instaurará sanciones económicas en los casos de incumplimiento.

Se promoverá la creación de un marco de relación con las principales plataformas on line de gestión de alquileres.

02

REPARTIENDO LAS VISITAS A LO LARGO DEL AÑO Y A LO ANCHO DEL TERRITORIO

En nuestras calles convivimos los residentes, los visitantes y los excursionistas de día. Esto puede provocar una acumulación de personas, especialmente en determinados momentos y lugares.

Puesto que nuestra capacidad para acoger es limitada, debemos conseguir que esta afluencia humana se reparta de una manera mejor, tanto a lo largo del tiempo como del territorio.

Para conseguirlo, llevaremos a cabo estas acciones:

- ▶ Promover el turismo en **temporada baja**, con campañas de promoción, propuestas de actividades o experiencias, atracción de congresos etc.
- ▶ Potenciar **nuevas zonas** de atracción para dinamizar otras áreas de la ciudad y el territorio.
- ▶ Abrir un nuevo **espacio de acogida** de visitantes, mayor y modernizado, que sirva de escaparate de todas las propuestas del área metropolitana.
- ▶ Analizar los límites y capacidad de carga de Donostia y los efectos del turismo mediante un **observatorio** que permita la monitorización en tiempo real.

03 MEJORANDO LA MANERA DE MOVERSE POR LA CIUDAD

Cuando nos movemos por la ciudad no sólo compartimos las vías con visitantes y residentes, sino también con personas que trabajan aquí, distribuidores de suministros, servicios, etc.

El sistema de movilidad debe ser capaz de integrar en él las tensiones **que se pueden generar en los momentos de concentración.**

Así pondremos en marcha actuaciones concreta:

- ◀ **Regular los autocares** con grupos.
- ◀ Mejorar la información en tiempo real sobre la **movilidad y el aparcamiento** en la ciudad, ocupación de p arkings, conexión con aparcamientos disuasorios, etc.
- ◀ Promover un **plan de usos del espacio público.**
- ◀ Reforzar las **tarjetas turisticas** de transporte.

04 PRESERVANDO LA PARTE VIEJA

La Parte Vieja es la zona de Donostia/San Sebastián que más se ha visto afectada por la presión humana.

Es esencial que en un espacio simbólico tan importante para la personalidad de la ciudad se garantice la calidad de vida y la diversidad en sus actividades sociales, culturales y económicas.

Se crear a un Plan Integral para la Parte Vieja que implicar a:

- ◀ La declaración de **zona saturada** para la Parte Vieja. No se podr an poner en marcha nuevas actividades hosteleras ni alojativas de ningún tipo.
- ◀ Un control estricto sobre las **viviendas turisticas** en la zona.
- ◀ Una ordenanza de control del **espacio público** para la hostelería y el comercio.
- ◀ El nuevo plan de usos del espacio público para la organización de eventos en la Parte Vieja.
- ◀ La **regulación** de la publicidad y la rotulación.
- ◀ Un decidido impulso a los **servicios públicos** dirigidos a los habitantes del barrio.

¿CÓMO VAMOS A CONSEGUIRLO?

05

MANTENIENDO LA IDENTIDAD PROPIA, LA AUTENTICIDAD.

Cada día más, todos compartimos marcas, tendencias, productos culturales y modas. Cada día, las personas de diferentes partes del mundo nos parecemos más. Y las ciudades también.

Nuestra esencia, nuestra personalidad diferente es lo que nos define y lo que queremos preservar... Y también lo que nos hace una una ciudad atractiva para quien nos visita.

Nuestra lengua y cultura, nuestras singularidades y nuestro urbanismo, arquitectura y diseño urbano nos confieren gran parte de nuestro valor y debemos protegerlos de la banalización y la estandarización.

Estas son las propuestas:

- ▶ Puesta en marcha de acciones para promocionar la **cultura vasca, el euskera, la historia y tradiciones donostiarra**s, y todo aquello que hace especial a la ciudad.
- ▶ Creación de medidas de apoyo a la **hostelería y comercio singulares**.
- ▶ Normativa para el mantenimiento de la **calidad del paisaje urbano** previniendo la contaminación visual.
- ▶ Definir y **controlar los elementos comerciales** que se pueden utilizar en el espacio común.

06

DIRIGIÉNDONOS A SECTORES ESTRATÉGICOS.

Para preservar la calidad de vida de los y las donostiarra, es importante seleccionar los públicos que queremos atraer, y el posicionamiento del destino por el que vamos a apostar. No queremos un turismo de masas que pueda degradar nuestra ciudad; por ello, vamos a trabajar 5 ejes estratégicos:

- ▶ **Turismo de congresos y eventos deportivos.**
- ▶ **Turismo cultural y creativo.**
- ▶ **Turismo gastronómico.**
- ▶ **Turismo premium.**
- ▶ **Turismo de city break o escapadas.**

Impulsando el conocimiento y la innovación:

El turismo de congresos o reuniones es una oportunidad para atraer profesionales que intercambian conocimiento y dan valor añadido a nuestras empresas. Es una actividad que posiciona estratégicamente a San Sebastián como ciudad de innovación y competitividad empresarial, dinamiza el tejido industrial, empresarial y de I+d+i del territorio y aporta gran valor en términos cuantitativos durante la temporada baja.

NUESTRA ESENCIA, NUESTRA PERSONALIDAD
DIFERENTE ES LO QUE NOS DEFINE Y LO QUE
QUEREMOS PRESERVAR...

PROMOVIENDO LA SOSTENIBILIDAD

07

—

Además de las acciones mencionadas, pondremos en marcha medidas específicas adicionales 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**.
- ▶ Coordinación del sector turístico para fomentar acciones sociales y **campañas de solidaridad**.

CREANDO UNA NUEVA TASA PARA VISITANTES Y EXCURSIONISTAS

08

—

El mantenimiento y la gestión de los recursos turísticos –playas, paseos, monumentos, museos...- supone un importante esfuerzo para todas y todos los donostiarras.

Esta medida pretende hacer partícipes a visitantes y excursionistas de estos costes de manera que se reparta el peso de una manera más equitativa.



04

¿CÓMO HA TOMADO FORMA ESTE PLAN?



EL PUNTO DE ENCUENTRO DE MUCHAS PERSONAS

La creación del Plan de Turismo Donostia/San Sebastián 2017-2021 VISIT-BIZI ha necesitado del esfuerzo de un extenso colectivo de personas y entidades que han aportado sus experiencias, conocimientos y visiones.

Ha supuesto un trabajo de más de un año, de perfil muy **técnico** y que se ha desarrollado a lo largo de varios pasos antes de poderlo compartir contigo.

De un modo u otro, en él han estado presentes personas **expertas, profesionales del sector, todos los partidos políticos, ciudadanía y San Sebastián Turismo & Convention Bureau**, que cuenta con más de 300 empresas asociadas, casi todas pymes locales.

ES UN ESFUERZO DE TODOS QUE CRISTALIZA EN ESTE DOCUMENTO. UN PLAN DE ACCIÓN QUE DEVUELVE AL CIUDADANO AL CENTRO DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA. QUE NOS OFRECE UN NUEVO EQUILIBRIO PARA UN NUEVO TURISMO.

CALIDAD DE VIDA Y CALIDAD DE VISITA.

¿QUIERES CONOCER EL PLAN COMPLETO?

EL PLAN ES TUYO.

Es de todas y todos los donostiarras. Por eso, si quieres tener acceso al documento completo, puedes acceder a él en:

www.sansebastianturismo.com