

BALANCE DE ACTIVIDAD TURÍSTICA 2015



- ***La desestacionalización, uno de los dos pilares principales del Plan Director de San Sebastián Turismo se va consolidando. Las pernoctaciones han aumentado un 12,23% en 2015 respecto al año anterior, pero lo más significativo es que en meses fuera de la época estival, el aumento ha sido aún mayor (ej. +22% en enero, marzo y diciembre).***
- ***El segundo pilar del Plan Director, la internacionalización, también se refuerza, con un 52,20% de pernoctaciones procedentes del extranjero (+14%) frente a un 47,80 % del Estado (+10%).***
- ***La alta afluencia del turismo en San Sebastián ejerce de fuerza tractora para el resto del territorio gipuzkoano: las pernoctaciones en San Sebastián (+14%) duplican las del resto del territorio gipuzkoano (+7%)***
- ***La venta de productos ofertados por San Sebastián Turismo (SScard, Basquecard, escapadas turísticas y publicaciones) aumentan considerablemente, al igual que el número de visitas a la web y la interacción en las redes sociales.***

LAS PERNOCTACIONES AUMENTAN MÁS FUERA DE LA TEMPORADA ESTIVAL

Los turistas aumentan un 12,23% en 2015 respecto al ejercicio anterior, pero las cifras muestran que **el aumento es mayor fuera de la temporada de verano**, gracias al esfuerzo de San Sebastián Turismo por la **desestacionalización** (en julio y agosto el aumento es de un 9,98% mientras que en meses como enero, marzo o diciembre sube un 22%).

La **campaña comercial para atraer turistas en Navidad** “*Ven a San Sebastián esta Navidad. Un lugar donde lo cotidiano se convierte en entrañable*” y la agenda de eventos navideños impulsada por San Sebastián Turismo junto con sus establecimientos asociados, ha funcionado positivamente, obteniendo un crecimiento del 23% en el mes de diciembre.

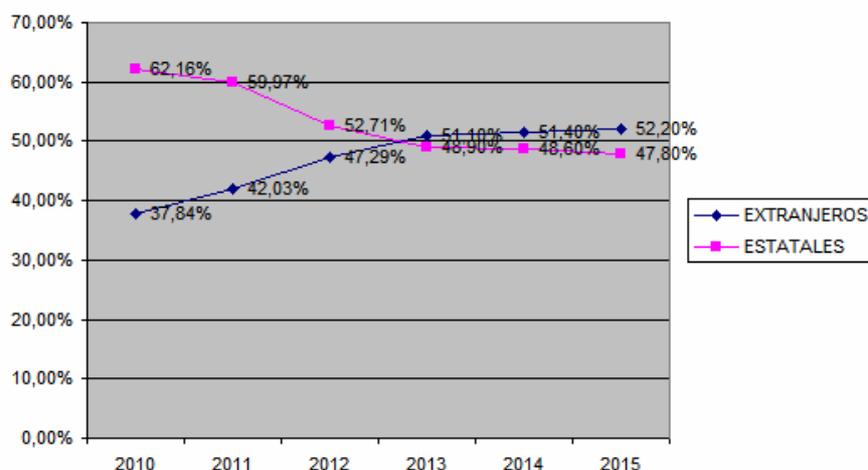
PERNOCTACIONES		
EVOLUCION EN EL Nº DE PERNOCTACIONES	2015	INCREM. 14/15
URTARRILA / ENERO	51.210	22%
OTSAILA / FEBRERO	48.302	7%
MARTXOA / MARZO	73.417	22%
APIRILA / ABRIL	89.332	7%
MAIATZA / MAYO	109.369	12%
EKAINA / JUNIO	118.710	10%
UZTAILA / JULIO	140.053	11%
ABUZTUA / AGOSTO	152.493	9%
IRAILA / SEPTIEMBRE	120.105	10%
URRIA / OCTUBRE	112.097	12%
AZAROA / NOVIEMBRE	76.267	15%
ABENDUA / DICIEMBRE	74.134	23%
TOTAL / GUZTIRA	1.165.489	12,23%

La apuesta por promocionar **San Sebastián como Destino City Break** o destino para Escapadas de Fin de Semana– Campañas online y offline para promover Escapadas culturales, gastronómicas, románticas, deportivas etc. –también han tenido un éxito considerable, que se ve reflejado en el incremento de ocupación los fines de semana respecto a los días laborables.

Mes 2015	Grado de Ocupación por Habitación		
	Total	Laborables	Fin de semana
Enero	40,5	36,2	49,7
Febrero	46,0	39,3	62,8
Marzo	55,3	48,5	74,7
Abril	65,8	60,5	80,6
Mayo	76,8	70,3	90,5
Junio	85,1	83,1	90,4
Julio	90,2	89,5	91,9
Agosto	93,5	92,7	95,3
Septiembre	87,5	85,3	93,5
Octubre	79,5	74,9	89,3
Noviembre	59,4	51,9	80,0
Diciembre	53,8	52,1	58,6

LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL TURISMO SIGUE AUMENTANDO

La internacionalización del turismo en San Sebastián, uno de los objetivos establecidos en el Plan Director de la Sociedad, sigue aumentando gracias a las acciones de promoción desarrolladas. Desde el 2013, el porcentaje de pernoctaciones internacionales supera al de las estatales. Esta tendencia aumenta año a año, siendo en 2015 un **52,20% el número de pernoctaciones procedentes del extranjero y un 47,80% las procedentes del Estado.**



El número de pernoctaciones estatales aumenta en un 10%, mientras que el incremento de **pernoctaciones procedentes del extranjero crece un 14%.**

INCREMENTO SIGNIFICATIVO DE TURISTAS DE ESTADOS UNIDOS Y REINO UNIDO

RANKING INTERNACIONAL 2015		
1	FRANCIA	14,9%
2	ESTADOS UNIDOS	14,7%
3	REINO UNIDO	12,7%
4	AUSTRALIA	6,3%
5	ALEMANIA	5,7%

RANKING ESTATAL 2015		
1	MADRID	23,40%
2	CATALUÑA	19%
3	EUSKADI	15,30%
4	ANDALUCÍA	6,80%
5	C.VALENCIANA	6%

CRECIMIENTOS DESTACADOS	
Reino Unido	39%
USA	25%
Australia	18%

Llama la atención el incremento de turistas del Reino Unido (+39%), Estados Unidos (+25%) y Australia (+18%), que aumentan significativamente respecto al año anterior, especialmente si se compara con el crecimiento medio del resto de países (+13%).

Sobre el total de pernoctaciones en San Sebastián, el top 3 está muy igualado: Francia (14,9% sobre el total de turistas son franceses), Estados Unidos (14,7%) y Reino Unido (12,7%), seguidos de Australia (6,3%) y Alemania (5,7%).

SAN SEBASTIÁN, CIUDAD TRACTORA PARA EL TURISMO DEL TERRITORIO

		2014	2015	
PERNOCTACIONES DONOSTIA/ SAN SEBASTIÁN	Estado	504498	559120	11%
	Extranjero	533661	608429	14%
PERNOCTACIONES RESTO DE GIPIZKOA	Estado	560069	585190	4%
	Extranjero	223594	239648	7%

El aumento de las pernoctaciones internacionales en San Sebastián duplica la cifra del resto del territorio guipuzcoano (14% San Sebastián frente a un 7% Gipuzkoa). También el aumento de turistas del Estado es más alto en la capital (11 % San Sebastián frente a un 4% en el resto del territorio). San Sebastián se confirma así como ciudad tractora a la hora de atraer el turismo a Gipuzkoa.

CRECIMIENTO FUERA DE LA TEMPORADA ESTIVAL.			
	AÑO	TOTAL	%
nº entradas (excepto julio y agosto)	2012	375380	3,30%
	2013	384483	2,40%
	2014	409741	6,60%
	2015	454543	10,93%

INCREMENTO EN LA VENTA DE PRODUCTOS PROPIOS DE TURISMO SAN SEBASTIÁN

+ 5% DE VISITANTES EN LA OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN

La actividad de atención al turista se incrementa año a año. Del 2014 al 2015 el aumento ha sido de un 5,09 %.

OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN - DONOSTIAKO TURISMO BULEGOA					
BISITARIAK GUZTIRA / TOTAL VISITANTES	2012	2013	2014	2015	% 2014-2015
URTARRILA / ENERO	4.820	4.647	5.267	6.567	%24,68
OTSAILA / FEBRERO	6.196	4.060	5.503	5.750	%4,49
MARTXOA / MARZO	11.972	14.816	9.504	10.957	%15,29
APIRILA / ABRIL	22.820	13.503	22.939	18.732	-%18,34
MAIATZA / MAYO	15.386	19.464	22.528	24.258	%7,68
EKAINA / JUNIO	25.245	21.287	27.851	26.473	-%4,95
UZTAILA / JULIO	47.735	61.695	62.312	64.056	%2,80
ABUZTUA / AGOSTO	55.259	79.938	77.009	82.268	%6,83
IRAILA / SEPTIEMBRE	35.865	30.363	36.198	37.841	%4,54
URRIA / OCTUBRE	16.897	15.511	18.639	21.691	%16,37
AZAROA / NOVIEMBRE	8.599	8.183	8.517	9.845	%15,59
ABENDUA / DICIEMBRE	7.672	7.896	9.309	12.680	%36,21
TOTAL / GUZTIRA	258.466	281.363	305.576	321.118	%5,09

+ 40,95% VENTA DE SAN SEBASTIÁN CARD

VENTA SSCARD			
NUMERO DE TARJETAS VENDIDAS (UDS)	2014	2015	% 2014-2015
TOTAL	4563	5290	15,93%
TOTAL TARJETAS VENDIDAS (SSCard + Basquecard)	4563	6432	40,95%

VENTA BASQUECARD (creada en julio 2015)	
NUMERO DE TARJETAS VENDIDAS (UDS)	2015
TOTAL	1142

SAN SEBASTIAN CITY BREAK: ¡SE AGOTAN LAS ESCAPADAS!

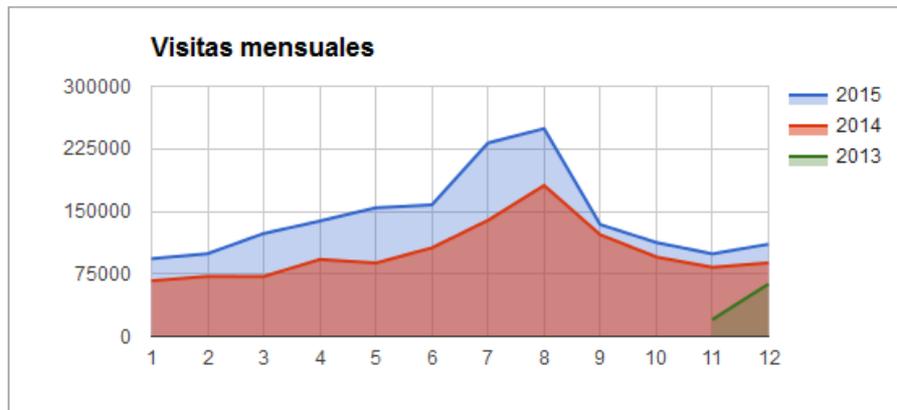
San Sebastián Turismo ofrece escapadas de fin de semana durante todo el año, con el objetivo de desestacionalizar el turismo. Las escapadas ofrecen experiencias en torno a los ejes principales de posicionamiento de la ciudad (gastronomía, cultura, ciudad romántica y deportiva). En 2015 se han vendido **309 escapadas** con un valor económico de **119.587 €** (64 románticas, 30 gastronómicas, 87 culturales y 118 deportivas). Las escapadas del Zinemaldia, Jazzaldia, la Behobia San Sebastián y La Clásica se han **agotado**.



ESTRATEGIA ONLINE: MAYOR INTERACCIÓN EN WEB Y REDES

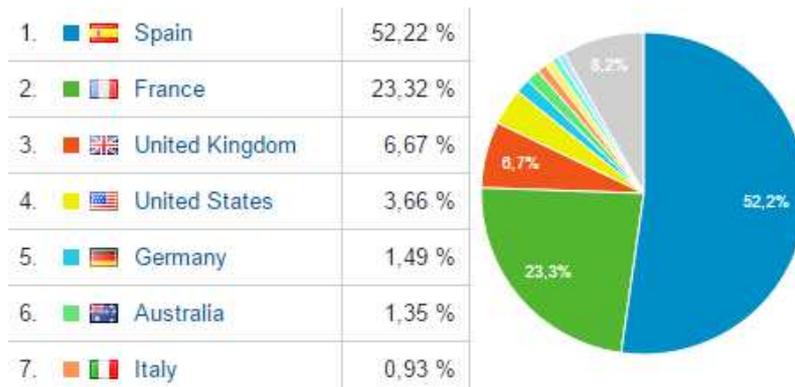
+41 % EN LAS VISITAS A LA WEB DE SAN SEBASTIAN TURISMO & CONVENTION BUREAU

2015 ha finalizado **con 1.702.744 visitas**, un incremento del 41% respecto a 2014.



Las **visitas desde el extranjero son un 47,8%**, a lo que hay que sumar, que existe un alto número de las consultas que se hacen desde IPs de San Sebastián, que corresponden a turistas que acceden a la web una vez que están en la ciudad para consultar información in situ. El 39,6% de las visitas desde San Sebastián han visitado al menos una página en inglés o francés.

Al igual que ocurre con el número de turistas, también en el número de visitas a la web, **Australia** (+71%), **Reino Unido** (+66%) y **Alemania** (+64%) son los países que más crecen en 2015.



MAYOR NÚMERO DE CONSULTAS A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES Y TABLETS

Cada vez son más los que acceden desde **dispositivos móviles y tablet (57,28%)**, superando a los que entran en la web a través de un ordenador.



DISPOSITIVOS	
Ordenador	42,73%
Móvil	40,72%
Tablet	16,56%

MÁS DE LA MITAD DE LAS VISITAS SE HACEN EN OTROS IDIOMAS:

Más de la mitad de las consultas se hacen en otros idiomas: inglés+francés (50,43%) frente a español+euskera (49,55%). En el periodo estival las consultas en francés superan ligeramente a las de inglés.

IDIOMAS	PORCENTAJE
Español	49,24%
Francés	25,96%
Inglés	24,47%
Euskara	0,31%

MÁS SEGUIDORES Y MAYOR INTERACCIÓN EN LAS REDES SOCIALES

RED SOCIAL	Nº SEGUIDORES	INCREMENTO
Instagram	4963	+ 200%
Twitter	6667	+54%
Facebook Estatal	9062	+ 28%
Facebook Internacional	1562	+35%
RED SOCIAL	Nº VISITAS	INCREMENTO
Pinterest	3599 media mes	+150%
Flickr	56580	+35%
Youtube	128156	+200%

En todas las redes sociales de San Sebastián Turismo – Instagram, Pinterest, Facebook, Flickr, Twitter, Youtube- aumentan los seguidores y la interacción. Por destacar algunos datos, en Youtube se han visualizado más de 128.156 vídeos en 2015, con más del 50% de visionados desde el extranjero. En Instagram se han triplicado los seguidores, hasta llegar a los 4963 seguidores.

Asimismo, el nuevo canal de Facebook internacional en inglés ha incrementado sus seguidores en un 35% desde enero, y el Facebook en euskara-español también ha crecido un 28% (9062 me gusta). Twitter crece un 54% (6667 seguidores), y en cuanto a Pinterest, destacar que ha tenido un aumento del 150% en el último año (3499 seguidores), y que el 81% de las visitas proceden del extranjero (el país que más nos sigue es EEUU con un 15%).

Finalmente, los álbumes de Flickr con fotos descargables de San Sebastián han recibido en 2015 56.580 visitas.

ESTRATEGIA OFFLINE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MÁS DE 100 PERIODISTAS ATENDIDOS Y MÁS DE 60 REPORTAJES PUBLICADOS EN 2015

En lo que va de año se han atendido más de 100 periodistas procedentes sobre todo de los mercados establecidos como prioritarios por San Sebastián Turismo (Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, Países Nórdicos, Japón...) y se han organizado numerosos press trips, o viajes especialmente diseñados para los medios de comunicación de cara a dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad y la Capitalidad Europea de la Cultura.

En 2015 se han publicado más de 60 reportajes sobre la ciudad y se han atendido medios internacionales tales como New York Times, BBC, National Geographic, The Telegraph, The Daily Mail, The Evening Standard, The Sunday Times, Le Monde, Le Figaro, Le Nouvel Observateur, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Le Routard, Elle, TF1, Le Monde, Saveurs o Vogue.

SAN SEBASTIÁN, EN EL TOP DE LAS GUÍAS DE VIAJES

Además, San Sebastián ha sido destacada como ciudad para visitar en 2016 por numerosos medios internacionales, entre otros, la guía de viaje FODOR (la guía de viaje más importante en USA y con mayor prestigio- casi centenaria) la sitúa en el top 25 mundial (seleccionando sólo 5 ciudades europeas), Conde Nast Traveler la destaca en portada entre las ciudades que van a triunfar en 2016. La aparición de la ciudad en el top de las listas de estas guías tan prestigiosas es muy importante por la gran influencia que ejercen en las decisiones de los viajeros.



Donostiako Udala
Ayuntamiento de San Sebastián



Fodor's Go List 2016

December 8, 2015 at 7:30:00 AM EST | Post a Comment

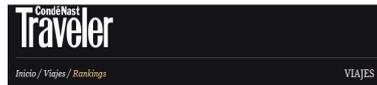


Dejmos MS / Shutterstock

SAN SEBASTIÁN

One of Spain's top culinary destinations is a 2016 European Capital of Culture.

At the heart of Spain's culturally unique Basque Country, San Sebastián is one of popular cities, renowned for its beautiful promenade and La Concha beach. As a City of Culture—it shares the honor with Wrocław, Poland, in 2016—it will host hundreds throughout the year that highlight dance, theater, and art. Many of these events will be held at the new Tabakalera International Centre for Contemporary Culture, built inside a former factory building, adding to the city's existing status as an arts destination, thanks to the annual Sa

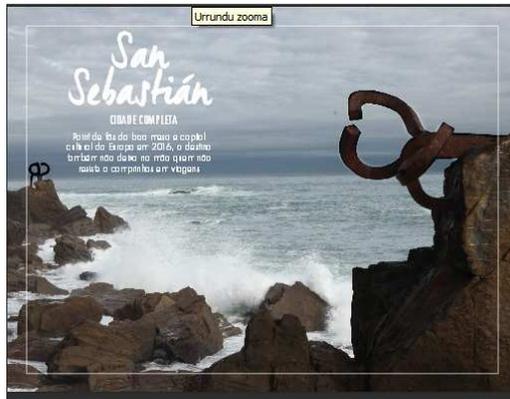
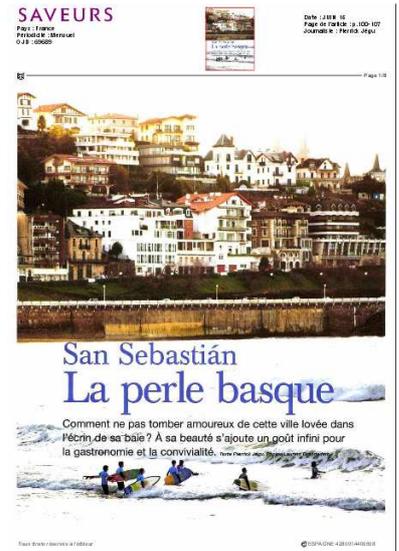


LAS CIUDADES QUE VAN A TRIUNFAR EN 2016



1 de 22 — Las ciudades que van a triunfar en 2016

Foto: Cortés. Texto: Javier Zori del Amo — No es que haya que negarse a viajar en lo que queda de año, ni mucho menos. Sin embargo, hay una serie de urbes que están más que listas para que les vaya a deparar los siguientes 365 días. Y es que 2016 será su año, o al menos será una meta para diferentes indicativas que buscan cambiar el paso o añadir una etiqueta más a sus adjetivos más típicos. Aquí comienza un viaje al futuro próximo con solo un deseo: que los protagonistas sean ciudades que van a triunfar, o que al menos lo intenten.



美食之城：聖塞巴斯提安

聖塞巴斯提安 (San Sebastián) 是個面積60平方公里、人口18萬的城市，卻是全球每平方公里最多米其林餐廳的地方，堪稱星光閃耀。根據2015年末米其林評鑑，有六家米其林一星餐廳，一家米其林兩星餐廳和三家米其林三星餐廳，這三家三星餐廳分別是主廚阿札克 (Juan Mari Arzak) 的Arzak餐廳、主廚蘇比哈納 (Pedro Subijana) 的Akelarre餐廳，和主廚貝拉薩特吉 (Martín Berasategui) 的Martín Berasategui餐廳；其中貝拉薩特吉是米其林七星主廚，他在巴塞隆納開的Llao Llae餐廳有米其林兩星，在特內里費 (Tenerife) 開的M.B餐廳也有米其林兩星。



KURIER Lifestyle

Kulturhauptstädte mit Geschichte



Viel Kunst, Kultur und Theater: Was die Kulturhauptstädte San Sebastián und Breslau 2016 bieten. Mehr als 60 Veranstaltungen verwandeln ab dem 23. Jänner das spanische San Sebastián (Donostia) in eine Festivalhochburg. Für die Gestaltung des Programms der Europäischen Kulturhauptstadt 2016 waren drei Leitmotive relevant: Zusammenleben, Bürgerbeteiligung und alternative Formen, Kultur zu erleben.



the guardian



The ESCAPIST



FAM TRIPS O VIAJES DE AGENTES PARA PROMOCIONAR EL DESTINO:

Se han realizado 20 Fam trips o viajes dirigidos a agentes profesionales del sector turístico, agencias, touroperadores etc. con el objetivo de dar a conocer nuestra ciudad, de modo que la puedan incluir en su oferta de destinos. Entre los agentes que han viajado a San Sebastián, ha habido grupos de Escandinavia, Japón, Rusia, Alemania, Polonia etc.

FERIAS, WORKSHOPS Y PRESENTACIONES DE OCIO

Representantes de San Sebastián Turismo & Convention Bureau han participado en 20 ferias y workshops relacionadas con el turismo de ocio (Fitur, World Travel Market, Burdeos So Good, Sevatur, Intur etc.) en con el objetivo de promocionar la ciudad y sus atractivos turísticos a nivel internacional.

En cuanto a la promoción del turismo de reuniones, se ha participado en 34 ferias y workshops internacionales de MICE, con el objetivo de posicionar Donostia como un destino estratégico de celebración de eventos y reuniones (IBTM, Feria IMEX, So Evènement, The Meeting Show London, Meeting & Incentive Forum ST Petersburg-USA etc.).

TURISMO MICE O DE REUNIONES: AUMENTA EL NÚMERO DE

El Turismo MICE o de Negocio va creciendo año a año en San Sebastián, lo cual contribuye a la desestacionalización del turismo. En 2015 se han organizado 124 eventos relacionados con el turismo de reuniones (congresos, convenciones, jornadas...), 24 más que el año anterior. El número de participantes en congresos y reuniones ha aumentado de 27.705 a **33.616 (+21,33 %)** en 2015, y también han aumentado el número de pernотaciones, que ha pasado de 61.878 en 2014 a **75.668 2015 (+22,28 %)**.

TURISMO DE NEGOCIO		TOTAL
Indicador	AÑO	
Nº delegados	2014	27.705
	2015	33614
Nº delegados x días congreso	2014	61.878
	2015	75668
Nº Eventos (Congresos, Jornadas, Convenciones)	2014	107
	2015	124

Un dato interesante es la valoración que hacen los congresistas que vienen a Euskadi. Según datos de Ibiltur (2014), **San Sebastián obtiene los mejores datos de satisfacción**, con una nota de **4,9 sobre 5** (por delante de Bilbao 4,8 y Gasteiz 4,2, aunque también obtienen buena puntuación).

Muchos de los Congresos se han celebrado **fuera de la temporada alta** del turismo, el 78 % de los Congresos se celebran entre enero a mayo y de septiembre a noviembre.

Por otra parte, el proyecto **Enbaxadore**, programa realizado en colaboración con el Kursaal, también se está reforzando cada vez más, premiando a diferentes profesionales que han destacado por su labor proactiva en la captación de eventos congresuales para el destino.

En 2015 San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha presentado **23 candidaturas**, algo menos que el ejercicio anterior, en el que se presentaron 29.

VIAJES DE INCENTIVOS Y FERIAS CELEBRADAS EN SAN SEBASTIÁN



Por otra parte, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha creado este año dos nuevas herramientas de promoción importantes: **un vídeo** dirigido a empresas y agentes, que ha tenido muy buena acogida y que será clave para la promoción de San Sebastián como Ciudad de Congresos, y **una guía de incentivos** dado el gran incremento que han experimentado ese tipo de reuniones en el último año. En 2015, se han celebrado **26 viajes de incentivos** que han atraído a 944 personas.

También se han celebrado **24 ferias** que han atraído a un total de **169.473** personas.

PARTICIPACIÓN DE SAN SEBASTIÁN TURISMO & CONVENTION BUREAU EN FERIAS Y WORKSHOPS

Se ha participado en **34 ferias y workshops internacionales de MICE**, con el objetivo de posicionar Donostia como un destino estratégico de celebración de eventos y reuniones.

GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

Además de las labores de promoción estatal e internacional para posicionar la ciudad como destino top, es de capital importancia preparar el destino y los agentes turísticos implicados en el mismo en la llegada de los turistas. Cara a este objetivo, San Sebastián Turismo & Convention Bureau ha trabajado tanto en la mejora de la competitividad de las empresas y en la excelencia de la calidad y creatividad percibida del destino. Durante el año 2015, se han realizado las siguientes acciones en el destino:

ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS A SAN SEBASTIÁN TURISMO. PLAN DE ACTUACIÓN DE SOCIOS: HACIENDO EQUIPO.

En 2015 se han asociado 19 establecimientos nuevos a San Sebastián Turismo, pasando de 279 a **298 el número total de establecimientos asociados.**

El Plan de actuación “Haciendo Equipo”, pretende crear conciencia de equipo a los socios de San Sebastián Turismo y trabajar con ellos diferentes planes de mejora para el destino.

Un plan dirigido a mejorar la acogida de nuestros visitantes en el periodo navideño 2015.

En 2015, en colaboración con los Establecimientos Asociados a San Sebastián Turismo, se diseñó una campaña comercial y una agenda de eventos para animar la Navidad donostiarra.

SAN SEBASTIÁN, PREMIO SICTED “MEJOR PROYECTO DE MEJORA DE DESTINO” PLAN DE ACOGIDA 2016

El Plan de Formación presencial desarrollado en el marco del Plan de Acogida 2016 tiene como objetivo mejorar la atención que ofrecen los diferentes sectores y la ciudadanía a quienes nos visitan, en especial, a todos aquellos que acudirán a la ciudad para participar de la Capitalidad Europea de la Cultura, y que estos recursos perduren como legado en la ciudad y faciliten el día a día de quienes vivimos en la ciudad.

En el marco del Plan de Acogida 2016, se ha ofrecido **formación presencial** dirigida a la ciudadanía y a profesionales de los ámbitos de la hostelería, comercio, alojamiento, servicios públicos, transporte y centros de ocio.



Presentación Harrera Plana, Salón de Plenos, Ayuntamiento Donostia/ San Sebastián

Se han celebrado 14 jornadas formativas, de carácter transversal, la mitad en euskera y la mitad en castellano.

San Sebastián ha recibido el **Premio al 1er finalista de Mejor proyecto de mejora de destino SICTED** por el Plan de Acogida 2016. Los premios SICTED reconocen la consecución de una iniciativa colectiva para la mejora de la calidad integral del destino, desarrollada y consensuada en los grupos de mejora del destino.

PROGRAMA DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL USO DE LAS TICs

Dentro del proyecto de Buenas Prácticas en el uso de las TIC's , se ha realizado una jornada formativa, con un programa dirigido a mejorar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, trabajo continuo en la implementación y mejora de estas Buenas Prácticas con 16 empresas.

También se han llevado a cabo **38 visitas de apoyo** para la implantación de las Buenas Prácticas recomendadas en el plan de mejora personalizado.

CALIDAD INTERNA: Q DE CALIDAD



El 12 de febrero de 2015 se realizó la auditoría del sistema Q de calidad, auditoría de 2ª SEGUIMIENTO DE OIT. Se superó la auditoría, **renovando**, por tanto, **la certificación en calidad entregada por el ICTE**, Instituto para la Calidad Turística Española, el sello de calidad que certifica el servicio, las instalaciones, y la gestión de las empresas turísticas. Es el más importante del sector turístico y que confiere un alto prestigio a la entidad que lo recibe.