



SAN SEBASTIÁN, DESTINO DE MODA

El verano de 2015 está siendo histórico. Los datos turísticos apuntan a un récord en todos los aspectos y consolidan a San Sebastián como uno de los destinos preferidos por muchos turistas.

El concejal de Turismo de San Sebastián ha señalado que, a falta de los datos de agosto, durante los meses de junio y julio “las visitas a la oficina de turismo de San Sebastián han crecido un 5,5% respecto al pasado año”. Hace un año, en el mismo período, se registraron 28.239 visitas a la oficina de turismo. Este año, las visitas han sido de 29.793.

Ello hace suponer que el verano se saldrá con “unos resultados espectaculares, reafirmando el atractivo de la ciudad como destino turístico en el que el paisaje, el ocio, la gastronomía, la cultura y las fiestas forman un cocktail muy apreciado por los visitantes”.

El éxito turístico se palpa también en otros aspectos. En las oficinas de turismo, por ejemplo, la venta de las diferentes publicaciones sobre la ciudad ha crecido un 24,6%. También la tarjeta turística “San Sebastián Card” ha aumentado su venta un 19% y la incorporada este año para el conjunto de Euskadi, la tarjeta Basquecard ha tenido una muy buena acogida.

Otro de los éxitos del verano son los paquetes turísticos llamados “Escapadas”, que han incrementado un 51,6% su venta. Mención especial merece el pack en torno al Jazzaldia (dos noches con entradas al jazz, camiseta del Jazzaldia y pack de información turística) que ha crecido un 182% respecto del pasado año.

Las visitas a la web sansebastianturismo.com han crecido un 11%. Mientras en los cinco primeros meses de año las entradas a la web fueron 593.767 en los meses de junio y julio las visitas on line sumaron 793.136 entradas. Siguen siendo los franceses quienes más información buscan en la web, seguidos de británicos, americanos y australianos. El 51% navega en castellano, el 25% en inglés (ha crecido un 46% respecto del pasado año), en francés lo hace un 22% (ha crecido un 73% respecto del pasado año) y en euskara un 1%.

Pese a lo que venía siendo habitual, el plano de la ciudad no es el documento más descargado por los internautas, sino la guía gastronómica. Otro de los éxitos virales es el vídeo promocional “Donostia/San Sebastián Short Breaks que ha superado las 75.000 visualizaciones.

“San Sebastián está de moda”, ha destacado el concejal de Turismo. “Su presencia en las redes, en prestigiosos medios de comunicación internacionales y en rankings como destino gastronómico, mejores calles de Europa o destinos románticos sigue al alza. Debemos seguir trabajando y buscando nuevos