



**Donostia
San Sebastián**

memoria 2020



memoria
2020

aurkibidea

1.- SARRERA	
2.- HELMUGAREN BALANTZE TURISTIKOA	05
2.1 Ostatu gauen bilakaera	05
2.2 Okupazio maila Donostian	07
2.3 MICE ekitaldien bilakaera(kongresuak, konbentzioak, pizgarriak, ekitaldiak)	08
2.4 Helmugaren nazioartekotzea	13
2.5 Donostia, Lurraldeko turismorako hiri traktorea	14
2.6 Hirira iristeko erabiltzen diren garraiobideak	14
2.7 Egungo turistaren tipologia eta profila	15
2.8 Donostia nazioarteko komunikabide eta rankingetan	16
2.9 Helmugari buruzko inkesta. Gogobetetasun indizea	20
DONOSTIA SAN SEBASTIÁN TURISMOA	
3.- ANTOLAMENDU EGITURA	21
3.1 Administrazio Kontseilua	21
3.2 Aholku Batzordea	21
3.3 Elkartutako enpresak	22
4.- 2020KO JARDUKETAK	26
4.1 Marketina eta komunikazioa	26
4.1.1 Kanpaina eta ekintza nabariak	28
4.1.2 Webgunea eta sare sozialak	42
4.1.3 Press trips edo prentsa bidaiak	52
4.1.4 Prentsaurrekoak eta buletinak	53
4.1.5 Argitalpenak	55
4.2 Bileren Turismoa	59
4.2.1 Ekitaldi profesionalak erakartzea	60
4.2.2 Sustapen ekintzak	61
4.2.3 Beste jarduera batzuk	63
4.3 Aisialdiko turismoa	65
4.3.1 Produktu turistikoak	65
- Produktu propioak	66
- Elkartutako enpresen produktuak	70
- Produktu turistikoaren salmenta	71
4.3.2 Bisitariari arreta	73
4.3.3 Azokak eta workshop-ak	74
4.3.4 Fam trip-ak	74
4.4 Helmuga turistikoaren kudeaketa	75
4.4.1 Jardunak sektorearekin	75
4.4.2 Jasangarritasun turistikoa	78
- Irisgarritasuna hobetzeko jardunak, dibertsitate funtzionala	78
- Azpiegiturak hobetzeko jardunak (mugikortasuna/irisgarritasuna/seinaleztapena)	78
- Behatokia	79
5. ANTOLAMENDU KORPORATIBOA	80
5.1 Balantze ekonomikoa	80
5.2 Pertsonak	81
5.3 Euskara plana	85
5.4 Berdintasun plana	86
5.5 Kudeaketa plan aurreratua	87
5.6 Ingurumenarekiko konpromisoa	87
6. AINTZATESPENAK	89
6.1 Txostenetan parte hartzea	89
6.2 Ordezkaritzen bitak	89
7. SARE NAZIOALETAN ETA NAZIOARTEKOETAN PARTE HARTZEA	90

1.

Sarrera

Donostia Turismoa 2020an iritsi zen Donostia Visit-Bizi 2017-2021 Turismoko Gida Planaren azken txanpara, eta datuak aldekoak izan dira 2020 arte, helmugaren desestazionalizaziorantz, nazioartekotzerantz eta jasagarritasunerantz aurrera egiteko ahaleaginean. Horrela, lortu egin da Donostiaren kalitatezko marka turistikoa sendotzeko eta haren benetakotasuna zaintzeko helburua.

Baina covid-19aren krisiak gogor jo du munduko eta, jakina, Donostiakoa sistema turistikoa. Turismoak, 2020an, jokabide arau berriekin eta mugikortasun mugekin bizi behar izan du, eta, bereziki, distantzia fisikoaren eskakizunarekin eta bilera publikoen mugekin. Horiek ondorio suntsitzaileak izan ditu sistema turistikoa zati handi batean. Egoera horrek eragin handia izan du azpisektore turistikozuztietan, eta zenbait unetan jarduera geldiarazi ere egin da.

Turismoaren ikuskera sistemikoak eta berori zeharkakoa izateak aldaketak ekarri ditu, eta aldaketa horiek eragin handia izan dute bidaiarien portaeran. Horregatik, Donostia Turismoak etengabe egokitu du bere lan plana eta, kasu batzuetan, xede genituen merkatuak aldatu ditu.

→ **inguruko aldaketetara etengabe eta iraunkorki egokitzearekin lotutako konplexutasun handiak justifikatu du turismoaren berrikuntza estrategikorako prozesu bati heltzearen beharra**

Egia da Visit-Bizi 2017-2021 Gida Planak ezarritako estrategiak baliozkoa izaten jarraitu duela egoera honetan, baina kontuan hartu behar da inguruko aldaketetara etengabe eta iraunkorki egokitzearekin lotutako konplexutasun handiak justifikatu duela turismoaren berrikuntza estrategikorako prozesu bati heltzearen beharra, helmugaren kudeaketaren ikuspegitik.

Ildo horretatik, Donostiako Turismoaren Gida Plana egokitu da, eta, bertan, besteak beste, ingurune politikoaren, ekonomikoaren, soziokulturalaren, teknologikoaren, ekologikoaren eta legalaren faktoreak sakon aztertzeke tresnak jaso dira, inguruetik datozen mehatxuak eta aukerak identifikatzeko eta helmugaren posizionamenduan lagunduko duten ekintza berriak planteatzeko.

Egoera berria konplexua bada ere, Donostia Turismoak egunero jarraitzen du lanean, elkartutako enprekin eta sektore turistikoa lotutako erakunde eta enpresa guztiekin lankidetzan eta donostiarren partaidetzaz, inoiz baino indartsuago aurrera jarraitzeko eta etorkizunari begiratzeko.



2. Helmugaren balantze turistikoa

2.1. Ostatu gauen bilakaera

2020aren hasiera esperantzagarria gorabehera (urtarrilean eta otsailean ostatu gauak % 12,21 igo ziren 2019ko datuekin alderatuta), urtearen osotasunean ostatu gauen kopurua % 63,43 jaitsi da, pandemia agertu izanaren, ondoren alarma egoera deklaratu izanaren eta etxeko konfinamenduaren ondorioz, herrialdeen arteko mugak ixtearekin batera.

Ostatu gauak

Bilakaera ostatu gauen kopuruan	2015	Aldea 14/15	2016	Aldea 15/16	2017	Aldea 16/17	2018	Aldea 17/18	2019	Aldea 18/19	2020	Aldea 19/20
GUZTIRA	1.165.489	%12,23	1.265.546	%8,58	1.293.857	%2,24	1.413.667	%9,26	1.524.664	%7,85	557.536	-%63,43

Alde batera utzita martxoa, apirila eta maiatza (EUSTATEk ez du horien daturik eman), jaitsiera handieneko hilabeteak izan dira ekaina (konfinamenduaren ondoko susperraldiko hilabetea) eta azaroa eta abendua, pandemiaren bigarren olatuarekin eta erkidegoen eta herrialdeen arteko mugikortasuna mugatzen zuten neurri berriak hartzearekin batera.

→ **Urtearen osotasunean ostatu gauen kopurua % 63,43 jaitsi da, pandemia agertu izanaren (...) ondorioz.**

Ostatu gauak

Bilakaera ostatu gauen kopuruan	2019	Gehik. 18/19	2020	Gehik. 19/20
Urtarrila	71.263	%9,99	78.469	%10,11
Otsaila	69.996	%8,18	80.039	%14,35
Martxoa	102.448	%3,55	0	
Apirila	132.523	%13,80	0	
Maiatza	143.059	%6,83	0	
Ekaina	153.080	%10,69	12.435	-%91,88
Uztaila	174.329	%8,42	105.154	-%39,68
Abuztua	186.562	%6,17	135.124	-%27,57
Iraila	155.466	%7,90	68.053	-%56,23
Urria	148.086	%11,51	48.721	-%67,10
Azaroa	99.577	%2,76	11.397	-%88,55
Abendua	88.275	%2,29	18.144	-%79,45
GUZTIRA	1.524.664	%7,85	557.536	-%63,43

Iturria: EUSTAT

Udako datuei soilik erreparatzen badiegu, jaitsiera % 33,42koa da.

Bilakaera udan

	Urte	Guztira	%
Ostatu gaua SOILIK uztaila eta abuztuan	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	360.891	%7,25
	2020	240.278	-%33,42

Iturria: EUSTAT

2.2. Okupazio maila Donostian, gelaren, hilabetearen eta asteko egunaren arabera.

Jarraian, okupazio mailari buruzko hileko eta asteko eguneko datuak zehazten ditugu. Ikusten denez, udako hilabeteetan, okupazioak aste barruan egin du behera gehienbat. Azaroan eta abenduan, berriz, asteburuan jaitsi da gehien.

Okupazio maila Donostian, gelaren, hilabetearen eta asteko egunaren arabera

Udalerrria	Hilabetea	GUZTIRA			Lanegunak			Asteburua		
		2019	2020	Dif.	2019	2020	Dif.	2019	2020	Dif.
Donostia	Urtarrila	48,6	55,1	6,5	43,9	50,8	6,9	61,8	65,4	3,6
	Otsaila	53,1	61,0	7,9	45,2	52,3	7,1	72,8	80,0	7,2
	Martxoa	65,1	42,0	-23,1	57,3	40,4	-17,0	81,5	46,9	-34,6
	Apirila	77,9	-	-	75,0	-	-	85,9	-	-
	Maiatza	84,3	-	-	81,9	-	-	90,3	-	-
	Ekaina	89,0	28,4	-60,6	87,2	25,8	-61,5	93,1	35,6	-57,5
	Uztaila	90,8	55,8	-35,0	89,6	51,5	-38,2	94,2	66,4	-27,8
	Abuztua	93,5	66,1	-27,3	93,3	64,0	-29,3	93,7	71,2	-22,5
	Iraila	90,2	40,1	-50,1	88,4	34,3	-54,1	95,1	55,7	-39,5
	Urria	86,2	24,7	-61,5	84,1	19,9	-64,2	92,3	34,7	-57,6
	Azaroa	67,8	13,3	-54,5	60,4	13,7	-46,7	82,4	12,0	-70,3
	Abendua	55,6	19,7	-35,9	48,9	19,4	-29,6	74,3	20,4	-53,8

Iturria: EUSTAT

2020ko urteko balantzean, hotelen batez besteko prezioa, % 25 jaitsi ondoren, 135 € da, 2019ko 180 €-en aldean.

2020 urteko batez besteko prezioa:

135€

↓ -25%

(urtekoa 2019-2020)

Urteko batez besteko okupazioa % 56 jaitsi da, 2019ko % 71tik 2020ko % 31ra pasatuta.

2020 urteko batez besteko okupazioa:

31%

↓ -56%

(urtekoa 2019-2020)

Iturria: Booking. Lurmetrika-k Donostia Turismoarentzat egindako azterlana

2.3.

MICE ekitaldien bilakaera (kongresuak, konbentzioak, pizgarriak, ekitaldiak)

MICE gisa katalogatzen da negozio-bileretara, kongresuetara, konbentzioetara, pizgarri bidaietara eta **arrazoi profesionalak** direla- eta antolatutako beste edozein ekitalditara joateak eragindako bidaia oro.

Beraz, hainbat MICE ekitaldi mota daude, bileraren esparruaren eta parte-hartzaile kopuruaren arabera, honela sailkatuta:

Kongresuek bokazio publikoa dute, eta ez daude negoziara bideratuta. Ezarritako gai bati buruzko bilerak dira, gutxienez 2 egunekoak, eta gairik ohikoenak dira mediku- eta osasun-arlokoak, zientifikoak, teknologikoak, etab.

Konbentzioak enpresa pribatuek, enpresa taldeek... antolatzen dituzten negozioetara bideratutako bilera korporatiboak dira, hau da, bokazio pribatua dute. Kasu honetan ere, gutxienero iraupena 2 egunekoa da.

Jardunaldiak eta mintegiak, berriz, bilera tekniko espezializatuak dira, eta gai jakin baten inguruan sakontzeko helburuarekin egiten dira. Gutxienez 50 parte-hartzaile biltzeaz gain, gutxienez 6 orduko iraupena izan behar dute.

Bestalde, **pizgarri** bidaia azken urteetan gorakada handia izan duen gertakari mota bat da. Enpresa bateko enpleguak motibatuzko sariak dira, eta aisialdiko jarduerak dituzte. Normalean, antolatzaileak aurrekontu eskuzabala bideratzen du horiek antolatzera.



DSS Turismoak beste ekitaldi batzuk ere erregistratzen ditu, hala nola aurkezpenak, kirol bilerak, azokak, etab., helmugaren jarduera bolumenaren berri izateko. Nolanahi ere, parte hartzaile kopuruari, horien jatorriari eta ekitaldiaren iraupenari buruzko gutxieneko batzuk betetzen direnean bakarrik zenbatzen dira. Azoken kasuan, lurraldetik kanpoko parte hartzaileak erakartzen dituztenak bakarrik hartzen dira kontuan, bestela uste baita eragin ekonomikoa ez dela garrantzitsua.

2019ra arte, Donostiako MICE jarduerak gora egin du urtez urte. 2019an, helmugak % 13,5eko hazkundera izan zuen aurreko urtearekin alderatuta, eta MICEren esparruan oso ondo posizionatu zen, bai maila nazionalean, bai nazioartekoan.

2019an, hirian izandako ekitaldien % 60 baino gehiago nazioartekoak ziren, % 50 baino gehiago kongresuak ziren eta % 80k 50-300 ordezkari bildu zituzten, batez beste. Kongresu gehienak zientifikoak eta medikoak izan ziren.

Ekitaldi profesionalen profila 2019

Ekitaldi kopurua 2019 / 2018

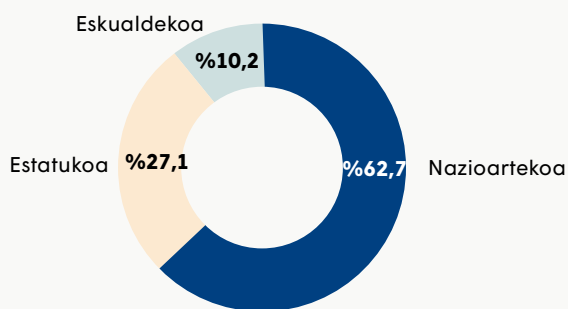


Aldakuntza:



ESPARRUA

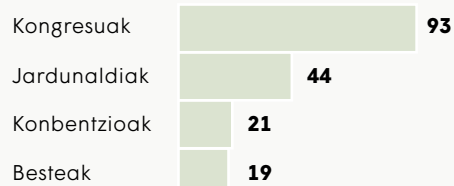
%62a baino gehiago nazioartekoak dira



TIPOLOGIA

%50a baino gehiago kongresuak dira*

2019 Ekitaldi mota



* Biltzarraren definizioa SCBren arabera: elkarre izaera, gutxienez 2 egun, gutxienez 50 ordezkari.

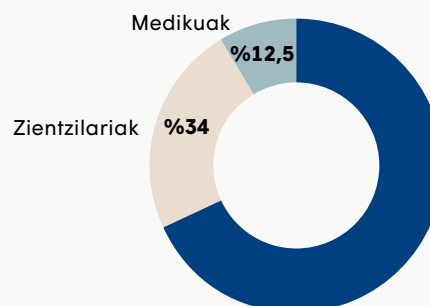
NEURRIA

%80a baino gehiago 50-300 ordezkari bitartekoak dira

Ordezkarri kopurua	%
50etik 100era	41
100etik 300era	40
300etik 500era	9
501etik 1000era	6
> 1001	4

GAIA

Zientzilari eta medikuek ia %50a osatzen dute



Ordea, **2020**an egoera aldatu egin da pandemiaren ondorioz. Izan ere, horrek bereziki baldintzatu du MICE sektorearen jardura mundu mailan, biltzeko eta lekualdatzeko ahalmenari eragiten baitio —biak funtsezkoak izanik sektore horrentzat—.

Egoera horren aurrean, eta egoera luzatu izanaren ondorioz, 2020rako planifikatutako ekitaldi asko atzeratu egin dira, pandemia kontrolatu ondoren egiteko asmoz edota, ekitaldiak ospatzeko, modu birtuala eta/edo hibridoa bilatu da, hau da, aurrez aurreko bilera online proposamenarekin konbinatzen duena.

Gauzatu diren ekitaldietan, edukiera eta higiena kontrolatzeko neurri zorrotzeneri jarraitu zaie. Hiriko azpiegiturak egokitzen jakin izan da, antolatzaileei eta ordezkariari bermeak eskaintzeko. Bestalde, proposamen birtual eta hibridoetarako, sektoreak errealitate berrira egokitu behar izan du, ekitaldi horiek aurrera eramatea ahalbidetuko zuten neurri informatiko berri eta burutsuei esker.

Beraz, **2020a** ekitaldiak **bertan behera uztearen** eta beste ekitaldi formatu bat —**hibridoak eta online**— loratzearen urtea izan da. Formatu horrek, jadanik merkatuan egon arren, ez zuen une honetan hartu duen garrantzia.

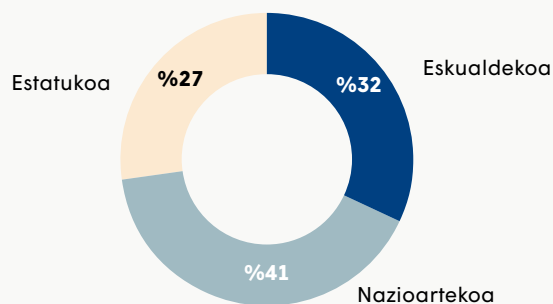
Hala, egoera aldatu egin da, eta ikusi beharko da etorkizunean aurrez aurreko ekitaldiak beste ekitaldi mota horiekin batera egingo ote diren eta COVIDaren aurretik zuten protagonismoa berreskuratuko ote duten.

Pizgarrien bidaiei dagokienez, aurrez aurrekoa ez den beste **aukerarik** ez dagoenez, bertan behera utzi edo atzeratu egin dira.

Ekitaldi profesionalen profila 2020

ESPARRUA

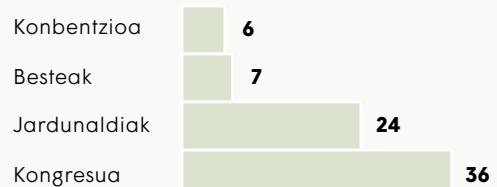
%41a baino gehiago nazioartekoak dira



TIPOLOGIA

%50a baino gehiago kongresuak dira*

2020
Ekitaldi mota



* *Biltzarraren definizioa SCBren arabera: elkartea, gutxienez 2 egun, gutxienez 50 ordezkari.*

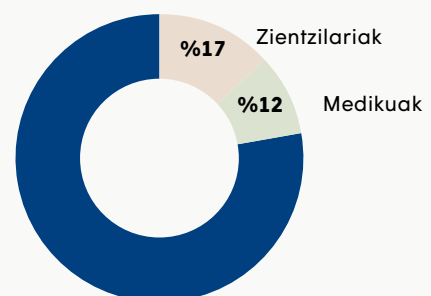
NEURRIA

%80a baino gehiago 50-300 ordezkari bitartekoak dira

Ordezkarikopurua	%
50etik 100era	41
100etik 300era	40
300etik 500era	9
501etik 1000era	6
> 1001	4

GAIA

Zientzilari eta medikuenak nabarmentzen dira



Gauzatutako ekitaldiak

		2020					
		GUZTIRA					
		Presentziala	Pax	Birtuala	Pax	Híbridoak	Pax
Kongresuak	36	16	1.786	14	24.490	6	
Konbentzioak	6	5	1.300	1	170		
Jardunaldiak	24	20	1.861	4	190	1	13/23
Aurkezpenak eta Kirol Ekitaldiak	7	7	1.123				
GUZTIRA	73	48	6.070	18	24.650	7	
Azokak	9	7	23.482	2			

Pandemiak eragin berezia izan du kongresuetan. Kongresu birtualen + hibridoen kopuruak (14 + 6) gainditu egin du aurrez aurrekoena (16). Bistan denez, modu birtualean "bertaratu" daitezkeenak gehiago dira aurrez aurre egon daitezkeenak baino. Hain zuzen, ekitaldi hibrido eta birtualen onuretakotzat jotzen da hori: pertsona gehiagorengana iristeko ahalmena.

Hala ere, oso zalantza jarri da parte hartzaileen "kalitatea", baita une luzez interesa mantentzeko gaitasuna ere, bilera-gelan beste ordezkari batzuekin ez daudenean. Aurrez aurreko kongresuetan sortzen diren interakzio pertsonalak, sinergiak eta kontaktuak galdu egiten dira kongresuen beste formatu horrekin.

2020an ekitaldi hibridoak eta online ekitaldiek garrantzi handia hartu dutenez, haien CRMa egokitzeko eta horrelako bileren jarraipena eta zenbaketa egin ahal izateko lan egin da.

Egjaztatu da **jarduera zertxobait itzuli dela** 2020ko irailetik aurrera. Pixkanakako itzulera da, jarduera ordura arte geldirik egon ondoren. Nagusiki, **iraila eta azaroa** bitartean egindako ekitaldi **birtualak eta hibridoak** dira. Denbora-banaketa horrek adierazten digu, pandemia martxoan hasi zenetik irailera arte, ekitaldi gehienak bertan behera geratu zirela, eta udatik aurrera enpresa antolatzaileek beste alternatiba batzuk bilatu zituztela. Modalitatez aldatu ziren ekitaldi gehienak birtualak izatera pasa ziren (guztira 18), eta gutxiagok aukeratu zuten modalitate hibridoak (7 ekitaldi guztira).

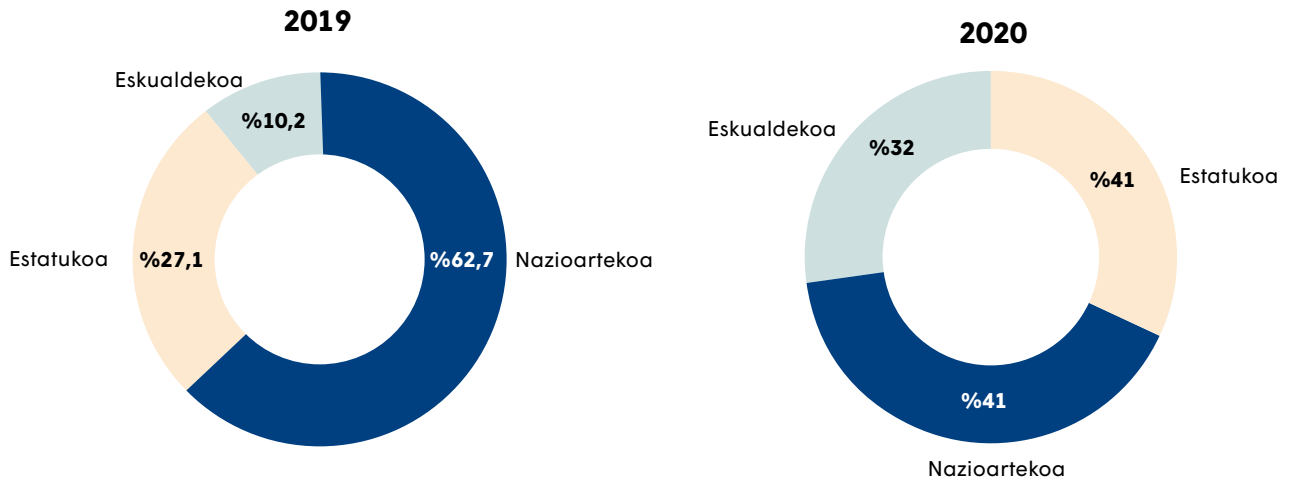
Bertan behera utzitako ekitaldiak

		2020	
		Ekitaldi kopurua	Bertan behera utzitakoen %
Kongresuak	22		%38
Konbentzioak	4		%40
Jardunaldiak	21		%45
Aurkezpenak eta Kirol Ekitaldiak	7		%50
GUZTIRA	54		%42,5
Azokak	16		%65

→ **2020a ekitaldiak bertan behera uztearen eta beste ekitaldi formatu bat —hibridoak eta online— loratzearen urtea izan da.**

2020rako baieztatutako ekitaldien ia erdiak bertan behera geratu dira.

2020ko EKITALDIEN ESPARRUA



Beste joera aldaketa garrantzitsu bat ekitaldien esparruan dago. Aurreko urtearekin alderatuta, ekitaldien nazioartekotze mailak behera egin du eta % 41 izatera pasatu da. Joera hori logikoa da, kontuan hartzen badugu bertan behera utzi diren lehen ekitaldiak nazioartekoak izan direla. Bestalde, eskualde mailako ekitaldien ehunekoak nabarmen egin du gora. Horrelako ekitaldien kopurua handitu ez den arren, gutxiago utzi dira bertan behera. Hain zuzen, hori adierazten du ehunekoak.

Bileralekua bilera egoitzaren arabera

Hiriak hainbat toki ditu MICE ekitaldiak egiteko.

Ekitaldiak egin diren egoitza kontuan hartzen badugu, honako banaketa hau aurkituko dugu:

	Nazioartekoan %	Nazionalen %	Eskualdekoen %
Kongresuak	53	22	25
Konbentzioak	50	33	17
Jardunaldiak	30	37	33
Aurkezpenak eta Kirol Ekitaldiak	14	29	71

AZPIEGITURAK	Ekitaldien %
Kursaal	41%
Miramar Jauregia	22%
Aquariuma	11%
Hotelak	8%
Unibertsitateak	8%
Beste batzuk (Tabakalera, Eureka...)	11%
GUZTIRA	100%

Pizgarriak

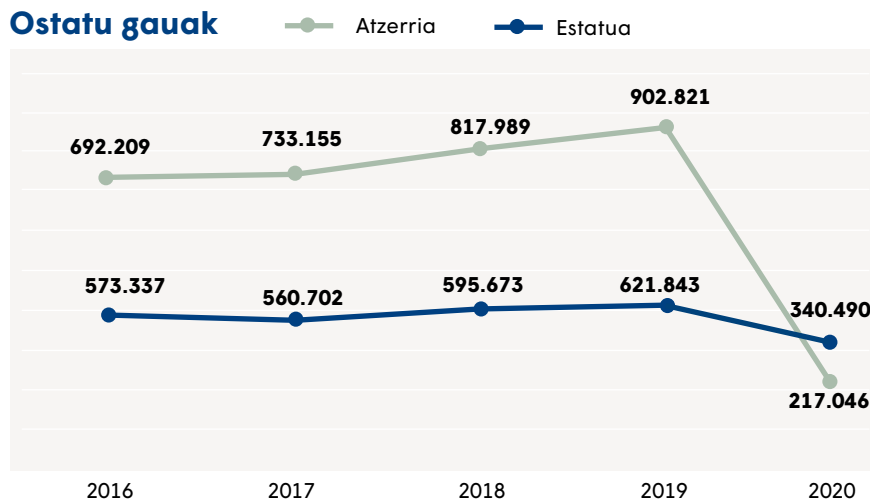
Pizgarrien bidaiei dagokienez, ez dago aukerarik aurrez aurrekoa ez den modalitate batera aldatzeko. Hortaz, bertan behera utzitako bidaien ehunekoa oso altua da: % 82.

	2020			
	Egindako pizgarri kopurua	%	Bertan behera utzitako pizgarri kopurua	%
Pizgarriak	5	%18	23	%82
Pertsona kopurua	188		928	
Nazioartekoa	3		22	
Nazionala			1	
Eskualdekoa	2			

2.4. Helmuga nazioartekotzea

Donostiako turismoaren nazioartekotzeari dagokionez —Sozietatearen Gida Planean ezarritako helburuetako bat—, azken lau urteetako joera alderantzikatu da, aldi horretan nazioarteko turismoaren hazkundea nazionala baino handiagoa baitzen. Osasun krisiak eta mugikortasuna murrizteko nazioartean hartutako neurriek atzeritik etorritako turisten % 75,96ko beherakada eragin dute, eta turismo nazionalaren jaitsiera % 45,25ean geratu da.

Ostatu gauak



2020an, Frantziako merkatua izan da nagusi berriz ere ostatu gauen rankingean, Madrilgo edo Kataluniako merkatuaren aurretik. Pandemiaren ondorioz, hirira iristeko ibilgailu propioa erabili duten turisten kopuruak % 47 egin du gora 2019an, eta joan-etorri guztien % 58 izan dira. Atzerriko bisitarien top 5 osoa Europako merkatuek betetzen dute. 2019an, berriz, 1. postua Estatu Batuetako merkatuak hartzen zuen, eta japoniarra ere lehen 5 postu horien artean zegoen.

Ostatu gauak

Estatuko eta atzerriko TOP 5 2020

Ostatu Gauak	2019	2020	%
Estatua	424.729	249.728	-%41,27
Madrid	171.307	90.511	-%47,16
Katalunia	115.395	66.327	-%42,52
Euskal AE	66.337	54.748	-%17,47
Aragoi	36.644	19.964	-%45,52
Valentziako E.	35.046	17.878	-%48,99
Atzerria	348.420	137.698	-%60,48
Frantzia	134.134	94.548	-%29,51
Erresuma Batua	89.505	13.183	-%85,27
Herbehereak	25.179	10.985	-%56,37
Alemania	66.021	10.969	-%83,39
Italia	33.581	8.013	-%76,14
GUZTIRA	773.149	387.126	-%49,93

Estatuko/atzerriko ostatu gauen arteko erlazioa

	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%	2019	%
Estatuak	573.337	%45,30	560.702	%43,34	595.678	%42,14	621.843	%40,79	340.490	%61,07	621.843	%40,7
Atzerriak	692.209	%54,70	733.155	%56,66	817.989	%57,86	902.821	%59,21	217.046	%38,93	902.821	%59,2
GUZTIRA	1.265.546		1.293.857		1.413.667		1.524.664		557.536		1.524.664	

2.5. Donostia, lurraldeko turismorako hiri traktorea

Turismoa Gipuzkoara erakartzeko garaian, Donostiak traktore izaten jarraitzen du, baina, era berean, ostatu gauen beherakada, bereziki nazioartekoa, nabarmenagoa izan da bertan: -% 73,97.

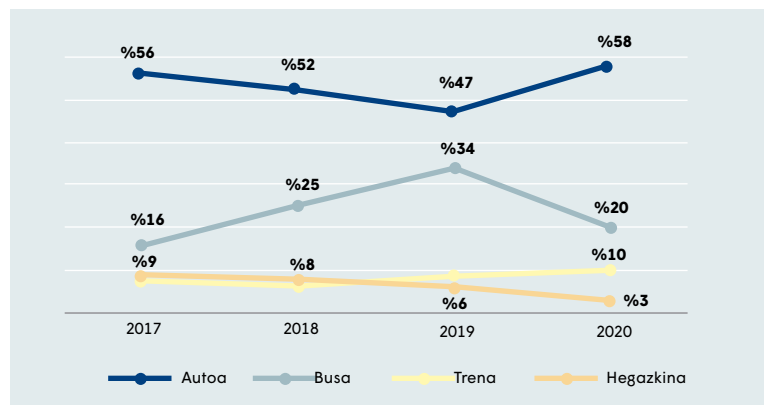
Gipuzkoako turista guztien % 58,01ek Donostia bisitatzen dute, eta % 41,99k Lurraldearen gainerakoa. Nazioarteko turismoari dagokionez, Gipuzkoara joaten diren nazioarteko bisitarien % 68,09k Donostia bisitatzen dute, eta % 31,91ek Gipuzkoa osoa.

		2019	2020	ALDEA %
OSTATU GAUAK DONOSTIAN	Estatua	621.843	359.496	-%42,19
	Atzerria	902.821	235.015	-%73,97
		1.524.664	594.511	-%61,01
OSTATU GAUAK GIPUZKOAREN GAINERAKOAN	Estatua	691.533	320.281	-%54,08
	Atzerria	318.447	110.125	-%65,42
		1.009.980	430.406	-%57,64

2.6. Hirira iristeko garraiobideak

Hurrengo taulan erakusten da, ehunekotan, hirira iristeko zein garraiobide erabili duten Donostiako turismo bulegoetan artatutako bisitariak. Autoa erabiltzen dutenen artean beheranzko joera alderantzikatu da. Turista nazionalak eta Frantziako merkatukoak % 74 batzen dutela ikusita ulertzen da hori.

Deigarria da autobus erabiltzaileen kopuruak behera egin duela. Horren arrazoia izan liteke hirira iritsi diren lineaz kanpoko autobusen kopuruak behera egin duela. Era berean, hegazkinez iritsi diren erabiltzaileen kopurua 3 puntu jaitsi da, eta trenaren erabiltzaileak 2 puntu igo dira 2019ko datuekin alderatuta.



2020AN ERABILITAKO GARRAIOBIDEA	GUZTIRA	%
Autoa	12.190	58,34
Busa	4.254	20,36
Trena	1.990	9,52
Hegazkina Biarritz	26	0,12
Hegazkina Bilbo	492	2,35
Hegazkina Hondarribia	67	0,32
Autokarabana	482	2,31
Oinez	1.294	6,19
Bizikleta	62	0,30
Bestelakoak	38	0,18
GUZTIRA	20.895	

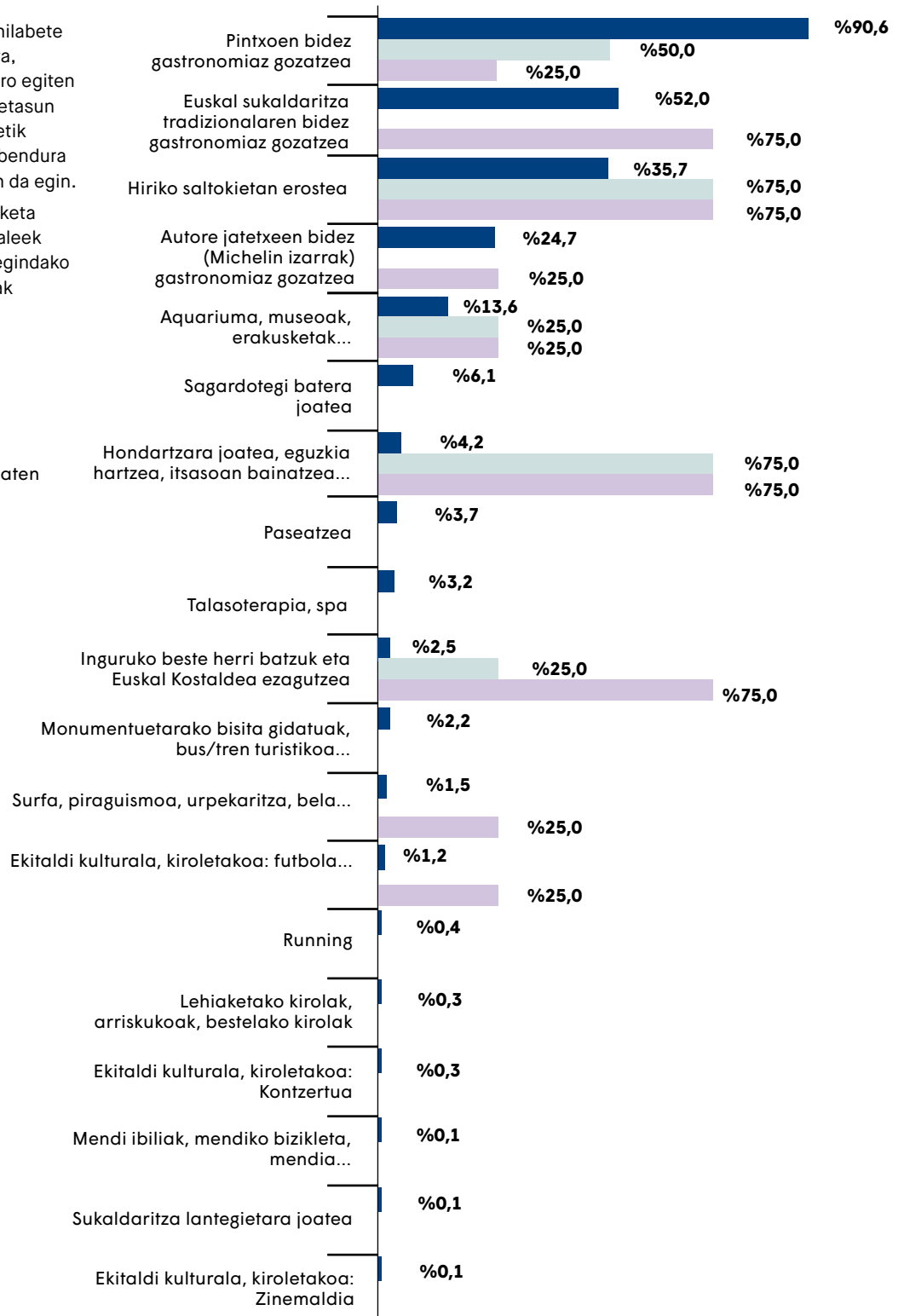
2.7.

Egungo turistaren tipologia eta profila

Covid-19ak eragindako hilabete jardueragabeak direla eta, Donostia Turismoak urtero egiten duen bisitarien gogobetetasun inkesta, 2020an, urtarriletik otsailera eta ekainetik abendura bitartean baino ezin izan da egin. Datakey-k egindako ikerketa horren arabera, txangozaleek eta turistek Donostiara egindako bisitaren arrazoi nagusiak honako hauek dira:

- Gaua ematen du
- Udalerrian gaua ematen ez duen turismoa
- Txangozalea

Donostiako bisitan egindako jarduerak



2.8.

Donostia nazioarteko komunikabideetan eta rankingetan

Pandemiaren ondorioz prentsa bidaiek nabarmen behera egin duten arren, hedabideek helmugarekiko interesa erakusten jarraitu dute, eta hedabide askori erantzun zaie online. Hedabideekiko lankidetzak horren eta helmugak nazioartean duen posizionamenduaren ondorioz, 2020an Donostiari buruzko **604 artikulua** argitaratu dira nazioarteko hedabide ospetsuetan. Hiririari buruz argitaratu duten hedabide nabarietako batzuk honako hauek dira: **Forbes, National Geographic, Conde Nast Traveller, The Telegraph, The Guardian, The Daily Mail, Vogue, Lonely Planet, Savoir Vivre, Beauxarts, Vanity Fair, Harper's Bazaar, etab.**

402 artikulua argitaratu dira Estatuko hedabideetan: guztira **387 milioiko OTSa** (Opportunity To See / bistaratzeko aukerak) **eta 4.41 milioi €-ko AVE balioa** (Advertising Value Equivalent / publizitate balio baliokidea).

Nazioarteko hedabideei dagokienez, **203 artikulua** argitaratu dira, baina

clipping sistemak ez ditu hedabide gehienek hedapen datuak jasotzen. Beraz, guztira **65,6 milioiko OTSa eta 883.0000 €-ko AVE balioa** baino ezin izan dira kontabilizatu, nahiz eta benetako zifra nabarmen handiagoa izan.

Donostia Turismoak **aurrez hautatutako hedabideekin lan egiten du**, haien **lehentasunezko ardatz, target eta merkatuekin** bat eginez. Bidaiaren zati bat ordaintzen die, hala badagokio, eta haiekin informazioa, kontaktuak, etab. partekatzen ditu, baina ordainsari ekonomikorik eskaini gabe.

Donostiari buruzko 600 artikulua baino gehiago argitaratu dira nazioarteko hedabide ospetsuetan, eta horiek 5 milioi eurotik gorako balio ekonomiko baliokidea (AVE) sortu dute.



Donostia nazioarteko hedabide ospetsuenetan:



The Telegraph

- 7 sumptuous hotels for a luxury stay in San Sebastián
- Pintxos and pensiones: where to stay on a budget in San Sebastián
- 10 of San Sebastián's most romantic hotels, from rooftop pool with bay views to intimate restaurants



National Geographic

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



The Guardian

- "Utterly delicious": top chefs on the best thing they ate in 2019
- Five great interrail itineraries across Europe
- Sculpted by time; Eduardo Chillida museum reopens in San Sebastián



The Independent

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



Forbes

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



The Times

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



The Sunday Morning Herald

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



The Sunday Independent

- Awakening the senses in San Sebastián



BuzzFeed

- Here Are 9 Underrated Alternatives To Overcrowded Beach vacations



Traveller

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



Vogue

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



The New York Times

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

▷ [Ikus Donostiari buruzko artikulurik nabarietak hedabide ospetsuetan](#)

▷ [Ikus Donostiari buruz argitaratutako artikulurik guztiak hurrenkera kronologikoan](#)

Donostia, bidaiarien eta bidaia-giden rankingen topean

Gainera, Donostia bidaia gida ugaritan nabarmendu da eta bidaiarien hainbat rankingetako gailurrean agertu da, hala nola: Tripadvisor, The New York Times, Forbes, Lonely Planet, Conde Nast Traveler, GEO,

Trip Advisor



→ Kontxako hondartza Europako 4 hondartzarik onena

The New York Times



→ 2021. urteko zaporea: La Viñako gazta tarta

TripAdvisor



→ Kontxako hondartza, Europako 5. onena eta estatuko lehenengoa (2020)

Forbes



→ Europar bizitzeko 20 lekurik onenak estatubatuarren arabera: #4 Donostia

Lonely Planet



→ Estatuko 10 hondartzarik onenak #5 Kontxako hondartza

Conde Nast Traveler



→ Donostiako Zinemaldia urteko hirugarren kultur ekimen garrantzitsuenak estatu mailan

GEO



→ Kontxa estatuko hondartza politenen artean

Time Out



→ Donostiako 3 jatetxe estatuko 100 jatetxe onenen artean: #6 Berasategui #14 Amelia #36 Ikaitz

Falstaff



→ Donostia munduko gourmet hiririk onenetakoa da.

▷ [Ikus Donostia nabarmentzen duten ranking guztiak:](#)

2.9. Helmugari buruzko inkesta

Datakey-k urtero egiten duen inkestaren arabera, bisitarien gogobetetasun mailari puntuazio onarekin eusten zaio azken urteotan. 2020an pixka bat jaitsi da ostatu gaua egiten duten bisitarien dagokienez, eta pixka bat igo da gaua udalerrian ematen ez dutenen eta txangozaleen artean.

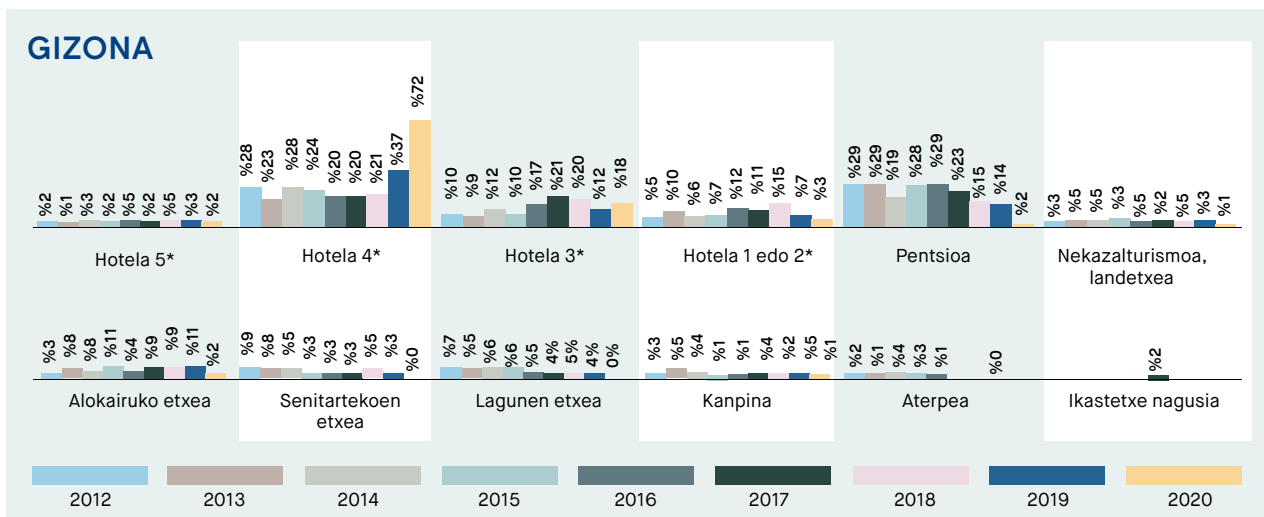
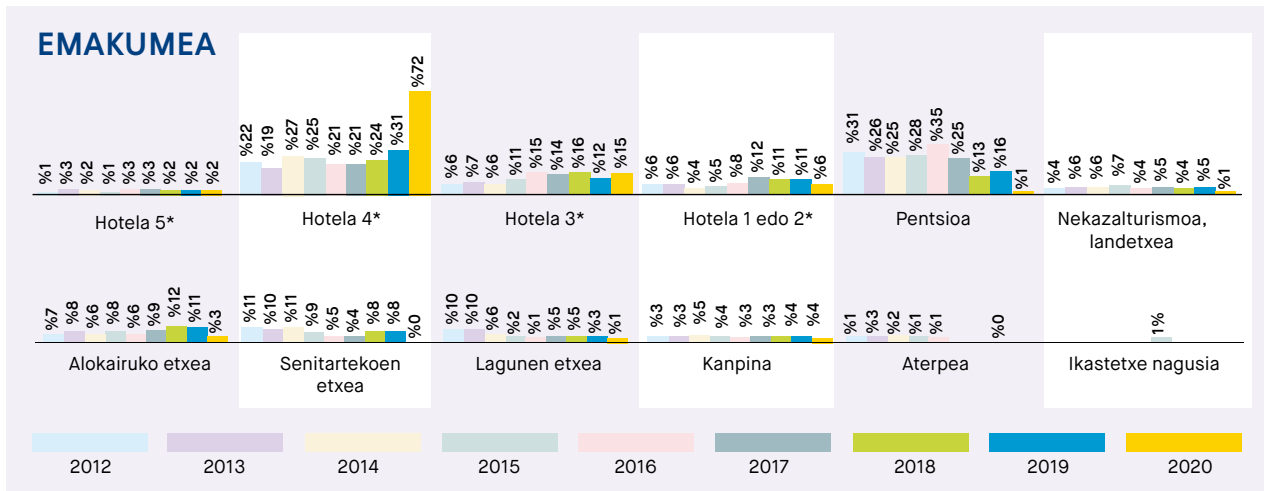
Gogobetetasun maila – Bilakaera

Oro har, nola kalifikatzen duzu donostiara egindako bisita? (0 eta 10 bitarteko nota)

	GLOBALA	GAUA EMATEN DU	UDALERRIAN GAUA EMATEN EZ DUEN TURISTA	TXANGOZALEA
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

Zer ostatu-mota erabiltzen da Donostiako egonaldian?

Aztertutako emaitzak, generoaren arabera:





3.

Antolamendu egitura

"San Sebastián Turismo - Donostia Turismoa, SA" sozietatea 2006ko urtarrilaren 31n estatutuak osoko bilkuran onartu ondoren eratu zen, eta Donostiako Udalaren merkataritzako sozietate bat da, titulartasun osoa Udalarena duen sozietate anonimoa.

Helburu du Donostiako lurralde esparruan turismoaren garapena zuzenean edo zeharka bultzatzen laguntzen duten jarduera ekonomikoak eta sozialak sustatzea, garatzea eta indartzea.

3.1. Administrazio Kontseilua

Administrazio Kontseilua Sozietatearen gobernu eta kudeaketa iraunkorreko organoa da.

- Eneko Goia jn.
Presidentea
- Hutsune Mendiburu and.
Presidenteordea
- David de Miguel Les jn.
- Juan Ramón Viles jn.
- Cristina Lagé and.
- Jon Markel Ormazabal jn.
- Borja Corominas jn.
- Haizea Garay and.
- Paul Liceaga jn.
- José Joaquín Martínez jn.
- Laura Larrión and.
- Nerea Aramburu and.

3.2. Aholku Batzordea

Sozietateko Administrazio Kontseiluaren organo aholkularia da.

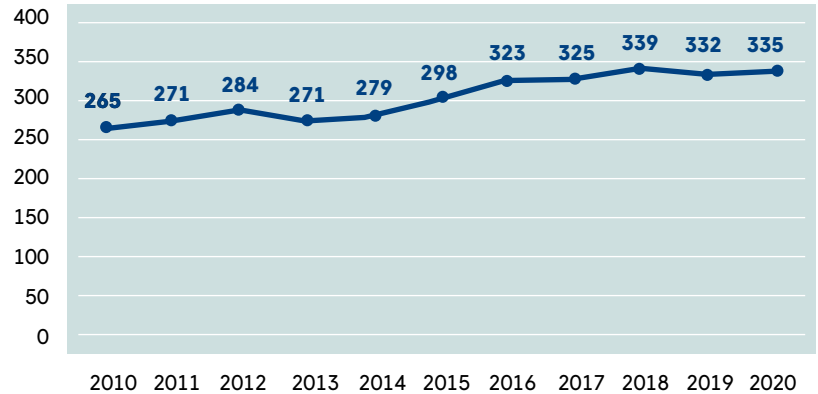
Ordezkatutako sektoreak eta kideak

- Iker Goikoetxea jn.
Azpiegiturak
- Laura Larrión and.
Harrera zerbitzuetarako agentziak eta bidaiak agentziak
- Nerea Aramburu and.
Saltokiak
- Hutsune Mendiburu and.
Kongresu, bilera eta pizgarrien antolamendua
- Xabier Lasaga jn.
Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak
- Paul Liceaga jn.
Ostatuak
- Oscar Iparraguirre jn.
Garraioak
- José Joaquín Martínez jn.
Ostalaritza
- Andoni Zubillaga jn.
Zerbitzu osagarriak
- Iñigo Ansa jn.
Zerbitzu turistikoak

3.3. Donostia Turismoari elkartutako establezimenduak

Donostia Turismoak 335 enpresa ditu elkartuta.

San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa, S.A.-ri elkartutako establezimenduak. 2010-2020



Sektoreak

Enpresa elkartuak 10 sektoretan banatzen dira:

Ostalaritza	%20
Ostatua	%22
Saltokiak	%22
Zerbitzu turistikoak	%8
Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak	%11
Zerbitzu osagarriak eta komunikaziokoak	%7
Harrera zerbitzuetarako agentziak eta bidaia agentziak	%3
Azpiegiturak	%3
Garraioa	%2
Kirol bilera eta ekitaldien antolatzaileak	%2



Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak

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

Ostalaritza

- ANTONIO BAR
- ARAETA SAGARDOTEGIA
- ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- AZERI JANA CATERING
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA

- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR ZUMELTZEGI
- BOKADO EVENTOS
- CAFE KURSAAL
- CAFETERIA AVENIDA XXI
- CASA GANDARIAS
- DAKARA BI
- DIONI'S BAR
- DISCOTECA BATAPLAN
- DISCOTECA GU
- DIVINUS CATERING
- GANDARIAS JATETXEA
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- LA VIÑA BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE BIARRITZ
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE BOKADO MIKEL SANTAMARIA
- RESTAURANTE CASINO KURSAAL
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE FOODOO
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE LASA
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE MESÓN PORTALETAS
- RESTAURANTE MUGARITZ
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE XIBARIS

- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- SAGARDOAREN LURRALDEA
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA PETRITEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- SM CAFE BAR
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- VICTORIA CAFÉ

Ostafuak

- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- APARTURE
- ARIMA HOTEL
- A ROOM IN THE CITY
- ATOTXA ROOMS
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN
- CASA RURAL KAXKARRE
- COMPLEJO AMETZAGAÑA
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- DUPLEX PLAYA DE ONDARRETA
- EMYRENT
- FEELFREE
- FOREVER RENTALS
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL ARBASO
- HOTEL ARRIZUL CONGRESS
- HOTEL ASTORIA 7
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL CASUAL DE LAS OLAS
- HOTEL CODINA
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL HESPERIA DONOSTI
- 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 RECORD
- HOTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL VILLA FAVORITA
- HOTEL WELCOME GROS
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- HOTELES DE GIPUZKOA
- KOB ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTEL
- MILAGROS
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALEMANA
- PENSION ALTAIR
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION BIKAIN

- PENSION CRISTINA ENEA ROOMS
- PENSION DONOSTIARRA
- 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 EUROPA

- ARTEKO
- AYESTARAN
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- BIKONDO JOYEROS
- BOUTIQUE LOOK
- BOX SAN SEBASTIAN
- CALMA YOGA STUDIO
- CASA MUNOA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- CIBRIAN
- DOLLS
- EKAIN ARTE LANAK
- EL TURISTA
- ELKAR
- ESPARTIN
- FNAC DONOSTIA
- GARBERA
- GARRARTE
- GOIURI BIKINI DENDA
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- IRANTZU JOYEROS

Saltokiak

- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE
- ANHELO
- ANTONELLA
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL



- IRULEA
- IZADI CAMP BASE
- IZARBIDE
- JACARANDA LORADENDA
- KBERBI NEW
- KITZIN
- KOLOREKA
- KUR ART GALLERY
- LA BICICLETA
- LA SEVILLANA
- LITTLE IRELAND
- MANUELA VA DE FIESTA
- MARIA KALA'S
- MARTA G. ESTILISMO
- MICHAEL'S
- MILK PELUQUERIA
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- OH MY BIKE!
- ORTOPEDIA SUMISAN
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- RENTAL MOTO DONOSTIA
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- SANSE BIKES
- SASTRERIA ALDABALDE TREKU
- SICOS
- SUPERDRY
- SWING
- TESTONE
- TORRUBIA & TORRUBIA
- YO SALUD ESTÉTICA
- ZERGATIK

Azpiegiturak

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

- RECINTO FERIA FICOPA / FICOPA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- TEATRO VICTORIA EUGENIA

Kirol bilera eta ekitaldien antolatzaileak

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

Harrera zerbitzuetarako agentziak eta bidaia agentziak

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

Garraioa

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

Zerbitzu osagarriak eta komunikaziokoak

- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- AUDIOLAN Imagen y Sonido

- BENGOA AUDIOVISUALES
- BITEZ
- DIGITALAK
- DIGITALAK.
- DIMENSION
- DMACROWEB
- EUROSINTESIS
- JESUS Mª PEMAN FOTÓGRAFO
- JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- KONTRALUZ
- LARREA FOTOGRAFOS
- MONDRAGON LINGUA
- MONTAJES INTEGRALES LANKOR
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- POLICLÍNICA GIPUZKOA
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- TOUR MAGAZINE
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

Zerbitzu turistikoak

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



4.1. Marketina eta komunikazioa

Donostia / San Sebastián VISIT - BIZI 2017-2021 Gida Planak, pertsonak erdigunean jarrita, turismo jasangarriaren ereduaren alde egindako apustuari erantzuten dio Donostia Turismoaren marketin eta komunikazio estrategiak. Hauek ditu ardatz nagusiak:
Iraunkortasuna -soziala, ingurumenekoa, ekonomikoa-, **oreka** -herritarren, bisitarien eta enpresen artekoa-, **kalitatea** -bizitzarena, bisitarena, helmugarena- eta **benetakotasuna** -identitatea, kultura, hizkuntza propioa, tradizioak, berezitasuna...-.
Martxoaren 15etik aurrera, covid-19aren ondoriozko krisia hasi zenetik, Gida Planaren zutabeei eutsi zaie, baina **xede publikoak eta marketin eta komunikazio ekintzak** egoera berrira **egokitu dira**.

Aldaketa esanguratsuen da **target** nagusia nazioarteko publiko batetik (azken urteetan izan den bezala), **tokiko**, **hurbileko** (Frantzia hegoaldea barne) eta **Estatuko** publiko batera pasatu izatea, une bakoitzean aplikatutako mugikortasun neurrien arabera.

Ekainaren amaieratik aurrera, aisialdiko bidaiari ekiten zaie berriro, baina alde handiak daude: **iraupen laburreko** bidaiak dira, **hurbileko helmugetan**, eta, ahal dela, helmuga txikietan, **naturarekin** zuzeneko harremana dutenetan, **aire zabaleko** planekin eta **jende pilaketarik gabe**. **Mugikortasuna** ibilgailu partikularrean egiten da batez ere. Azken uneko erreserbak eta horiek gasturik gabe bertan behera uzteko aukera ezinbesteko bihurtzen dira 2020an.

Ziurgabetasunaren aurrean, kontuan izanda 2020ko martxotik aurrera bidaiatzeko joeran eta moduan izandako aldaketa, urte amaiera arteko komunikazio eta marketineko estrategia eta helburuak ere aldatzen dira:

Lehen helburua da **Donostia Turismoa** hiriaren egoerari eta osasun larrialdiari buruzko **informazio kanal eguneratu** bihurtzea, turistentzat, sektore turistikoko enpresentzat eta herritarrentzat. Web eta sare sozialen bidez, azken berrien, neurrien, laguntzen eta eguneroko

errealitatearen berri eman nahi da. Informazio erabilgarria eta egiazkoa hainbat komunikaziotan.

Bigarrenik, zenbait sustapen ekintza eta helmuga kanpaina abiarazi dira urtean zehar, **Estatuko**, probintzietako eta inguruko erkidegoetako **merkatutik gertuen dagoen turista edo bisitaria mugiaraztera** bideratuta. Kanpainak eta horien hedapena pandemiaren egoeraren eta erkidegoen arabera mugikortasun-murrizketen arabera modulatzeko dira.

Webgunearen eta sare sozialen bidez zabaltzen diren kanpainak eta edukiak **hiri segurua** erakusten saiatzen dira, **espazio irekiak eta aire zabaleko planak** dituen, betiere Donostia helmuga premium eta helburudun gisa hartuta.

Donostiar eta gipuzkoarre ere zuzentzen zaizkie, euren hiria berriz ezagutzeko eta **modu lokalean kontsumitzeko** gonbitea eginda.

Ekintza gehienetan **enpresa elkartuak**, ostatuak, ostalaritza, merkataritza eta/edo jarduera turistikoak daude, kanpainak babestuko dituzten eta eskaintza turistikoa konfiguratuko duten produktuak eta zerbitzuak eskaini ahal izateko.

Gainera, **bulegora eta webgunera egiten diren bisitak** berreskuratzen saiatzen dira, bisitariekin komunikatzeko kanal nagusitzat, eta online dendetan produktuak sartzen.

Azkenik, tokiko eta nazioarteko **hedabideek** sortzen duten inpaktua eta agerikotasuna kontuan hartuta, haiekin ere lankidetzan jarduten da, informazioa emanez helmugari buruz (leku seguru eta lasai gisa), jasangarritasunaren alde egiten duen apustuari buruz, dituen balioei buruz, nortasun propioari buruz, ardatz estrategikoei buruz, etab.

Errealitate berrira eta helburu berrietara **berregokitzeaz** gainera, komunikazio eta marketin ekintzek Donostia Turismoaren helburu nagusiak indartu nahi dituzte:

1./

Hiria **helmuga turistiko lider** gisa hobeto **posizionatzea aisiaren eta negozioren** esparruan, eta indartzea dituen balioak euskal hiri ireki gisa, kosmopolita gisa, ezagutzeko eta berrikuntzako hiri gisa, benetakotasunean eta bikaintasunean oinarritua; eta hirira **bisitari estrategikoak** erakartzea.

2./

Interakzioa eta komunikazioa hobetzea bere **xede publikoekiko**: bisitariak, herritarak, Donostia Turismoarekin lotutako enpresak, sektore turistikoa, enpresa sarea eta MICE sektorearekin lotutako ikerketa zentroak, etab.

3./

Donostia Turismoa erreferente nagusitzat posizionatzea hiriko eta lurraldeko turismoaren kudeaketa publiko eta pribatuan.

4./

Hiriaren **garapen arduratsua eta jasangarria** lortzen laguntzea, hiriko ekonomia, gizarte eta ingurumen jasangarritasunarekin lotutako komunikazio ekintzak eta mezuak helarazita.

—→ **Aldaketa esanguratsuena da target nagusia nazioarteko publiko batetik (azken urteetan izan den bezala), tokiko, hurbileko (Frantzia hegoaldea barne) eta Estatuko publiko batera pasatu izatea.**

4.1.1. Kanpaina eta ekintza nabariak

Lehen aipatutako strategiari eta helburuei jarraituz, 2020an zehar, komunikazio eta marketin ekintzak gauzatzen dira, batzuk epe luzeagorako, hiriaren posizionamendura eta helburu esparrura bideratuak, eta beste batzuk epe laburragorako, une bakoitzean bidaiatzeko aukera duten xede publikoak erakartzera eta sektoreko toki enpresen proposamenak dinamizatzen bideratuak. Kanpainak eta sustapena pandemiaren bilakaeraren eta mugikortasun murrizketen arabera egokitzen dira.

4.1.1.1 Covid-19aren aurreko publizitate kanpainak

Urtarrilaren 15etik martxoaren 15era, normaltasunez egin ziren planifikatutako publizitate kanpainak: **kanpaina digitalak Googlen eta sare sozialetan**, Donostia **Citybreak Kosmopolita, Foodie eta Premium** gisa erreferentziatzen hartuta. Hurbilen dauden hiru merkatu igoerentzat —**Espainia, Frantzia eta UK**— jarri ziren abian, hiria posizionatzeko, produktu eta zerbitzu zehatzak sustatzeko eta sansebastianismoa.eus webgunera estekak ekartzeko.

2020ko lehen hiruhilekoko kanpaina digitalen irudia Datak: urtarrilaren 15a – martxoaren 15a. Kanpainako bannerren adibide grafikoak

Kanpaina Kosmopolita

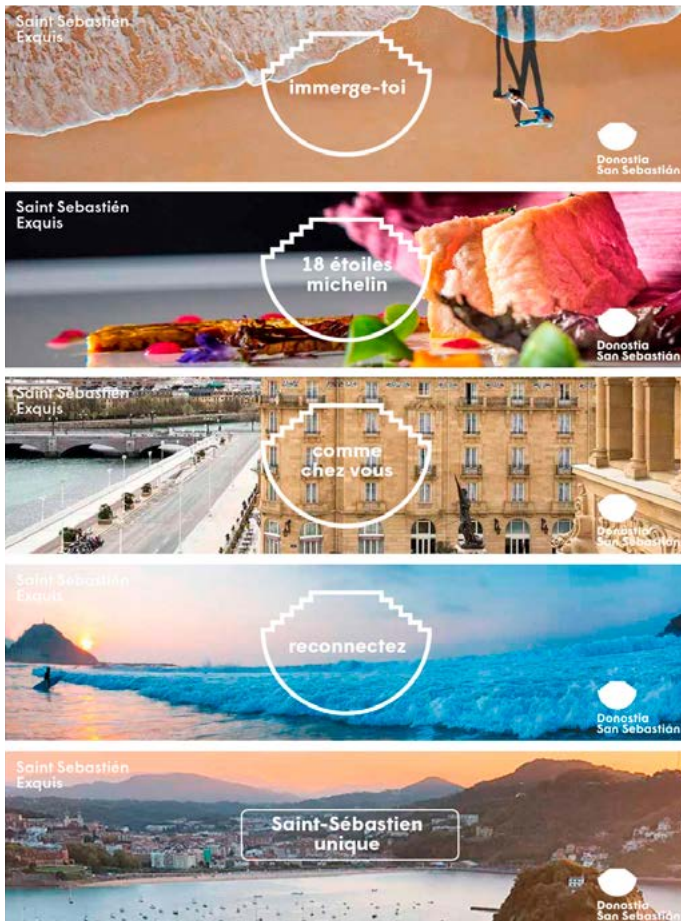


covid-19 aurreko kanpainak

Kanpaina Gastronomikoa



Kanpaina Premium



4.1.1.2

Covid-19tik aurrerako kanpainak

Martxoaren 15etik aurrera, covid-19aren etenarekin eta mugikortasuna gelditzearekin batera, planifikatutako nazioarteko eta Estatuko **sustapen jarduera osorik geldiaraztea** erabaki zen, eta egoera berrira berregokitu zen, kanpaina berriak sortuta urtea amaitu arte:

Kanpaina Donostia etxetik

Apirilaren 15etik aurrera, maiatzaren 15era arte, "Donostia etxetik" kanpaina jartzen da abian, helmuga zenbait iraupenetan —15", 30" eta 60"— deskribatzen duten bideoetan oinarritutako sustapen kanpaina.

Irudi eta posizionamendu kanpaina bat da: helmugaren sustapen bideoak aurkezten dira, herritarrek etxean ikus-entzunezko eduki ugari kontsumitzen ari diren une batean.

4 pieza zabaltzen dira "Donostia etxetik" claimean —Donostia Foodie, Donostia Premium, Donostia Kosmopolita eta Donostia Congresses and Event—, eta kanpaina **digital** bat abian jartzen da **Google Ads** eta **sare sozialetan** (Facebook eta Instagram, WhatsApp), Donostiako sustapen bideoak aurkezteko 4 xede publiko nagusientzat eta hiriaz etxetik gozatzera gonbidatzeko helburuarekin.

Kanpaina apirilaren 15etik maiatzaren 15era bitartean sustatzen da tokiko eta Autonomia Erkidegoko merkatuan eta 250.000 ikustaldi lortzen ditu sare sozialetan. Tokiko eta Autonomia Erkidegoko merkatua.



▷ [Ikusi bideoak](#)

Kanpaina A city wordvisiting / Donostia hitzetan

Konfinamenduan zehar, kanpaina sortzaile eta partaidetzazko bat egiten da, **donostiarra inplikatzeko** eta elkarrekin eduki polit, hunkigarri eta **inspirazional** bat **sortzeko**, bisitari potentzialari erakustea helburu dela. Hala, gure sustraiak eta gure kultura/hizkuntza sustatzen dira beste helmuga batzuekiko bereizgarri gisa: donostiarrentzat **esanahi berezia duten hitzak** (euskaraz), hiriaren irudi politekin.

Udaleko Euskara Zerbitzuaren laguntzarekin jarri da abian kanpaina, eta "#etxean geratu ez dela bateraezina bidaiatzearekin" premisarekin... **hitzen bidez bidaiatzeko** gonbita egiten da, helmuga bisitaterik ez dutenei hura beste modu batean erakusteko, "A City WORTH Visiting" lelo turistiko tipikoarekin jokoan egin "A City WORD Visiting" bihurtuta. Bertakoei zuzendutako kanpainaren lehen fase horretan #DonostiaHitzetan traol-hitza erabiltzen da.

Donostiarrek, eta Donostia Turismoa elkarteko kide diren denda askok, **bostehun irudi baino gehiago bidali zituzten euskarazko beren hitz kutunarekin**, Donostia munduari erakusteko.

Kanpainaren azken egunetan, konfinamenduaren amaiera agertzen ari zela zirudien une batean, hiria erakusten lagundu ziguten donostiarrei **eskerrak emateko bideo** bat atera zen, kontakizun hunkigarri eta baikorrago batekin. **Hiztegi berezi** bat ere sortu zen bildutako irudi eta hitzekin.

Bigarren fasean, donostiarren proposamenak zabalduko dira nazioarteko publikoari zuzendutako kanpaina batean.

Hona hemen aurkeztutako irudietako batzuk:



► [Ikusi kanpaina](#)

Kanpaina **Berriz Donostia / San Sebastián hoy**

"Berriz Donostia / San Sebastián Hoy" kanpainaren xedea da helmuga sustatzea, **Donostia Turismoarekin lotutako tokiko enpresen** bideo pieza laburrak, **minipilula informatiboak** grabatuz eta zabalduz. Helburu nagusia da hiriko egunerokotasun "turistikoa" transmititzea, helmugaren nolabaiteko normaltasun bat, bertakoari eta hurbileko bisitariari zuzendutako esperientziak aurkeztuta. Eguneroko errealitatea erakusten da, gaurkototasun zentzuarekin eta tonu positiboan.

Helburu espezifikoak:

1. Donostia Turismoarekin lotutako enpresak ikusaraztea, haien zerbitzua edo jarduera sustatuta (normaltasunera itzuli izanaren kontakizuna).
2. Helmuga seguruaren, aire zabalekoaren, naturatik gertukoaren sustapena.

Bideoak Youtuben, Facebooken eta Instagramen zabaltzen dira, hedapen organikoaren eta ordainpeko sustapenaren bidez. **30 bideo pieza labur** egiten dira, **eta horietan agertzen diren 50etik establezimendu elkartuk parte hartzen dute.**



SEKTOREAK	BIDEOAK
Hiria	5
Gastronomia	6
Zerbitzu Turistikoak	9
Komertzioa	8
Hotelak	3
GUZTIRA	31

SEKTOREAK	BAZKIDEAK
Komertzioa	30
Hotelak	3
Gastronomia	9
Zerbitzu Turistikoak	5
Museoak, Aretoak	7
GUZTIRA	54

Kanpaina “uda honetan hemen geratuko naiz”

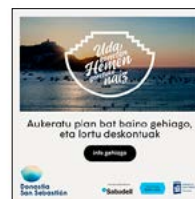
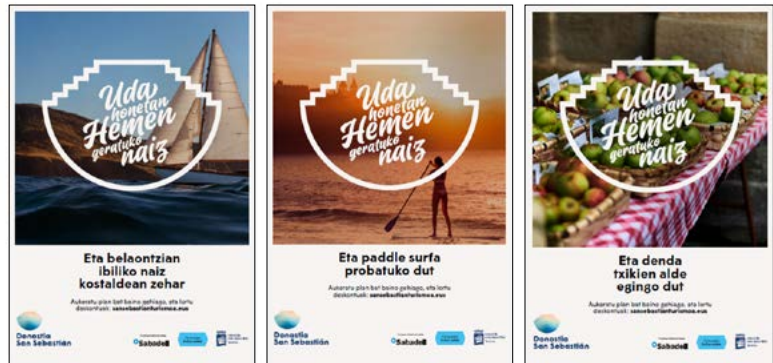
Euskal Autonomia Erkidegoko herritarren eta lokalen artean turismo jardueren tokiko kontsumoa sustatzeko, kanpaina digital eta offline bat jarri da abian hainbat espaziotan — kalean, markesinatan, irratian, prentsan eta aldizkari espezializatueta iragarkiak, webguneetako bannerrak, etab. —, Donostia eta bere baliabide turistikoak hurbileko jendearentzat jarduera gisa sustatzeko.

Bideo nagusi bat eta landing bat prestatu dira, udako plan eta eskaintza onenekin, eta online dendan deskontuak eskainiz. Bertan, shop-eko kide diren establezimendu guztiek hartzen dute parte, tokiko 25 enpresa baino gehiagok.

Turismoko produktu bat baino gehiagoren erosketari sustatzeko deskontuak ere aktibatu dira: online dendan zein turismo bulegoan produktu edo zerbitzu bat baino gehiago erosteagatik, % 25 arteko deskontuak lortzen dira.

Kanpaina hau **Banco Sabadell** erakundeak babesten du. Ekainaren 30etik abuztuaren 31ra bitartean sustatu da, eta 7 milioi online inprimatze, 210.000 bideo bistaritze eta webgunean sartzeko 50.000 klik izan ditu.

[Ikusi kanpaina](#)



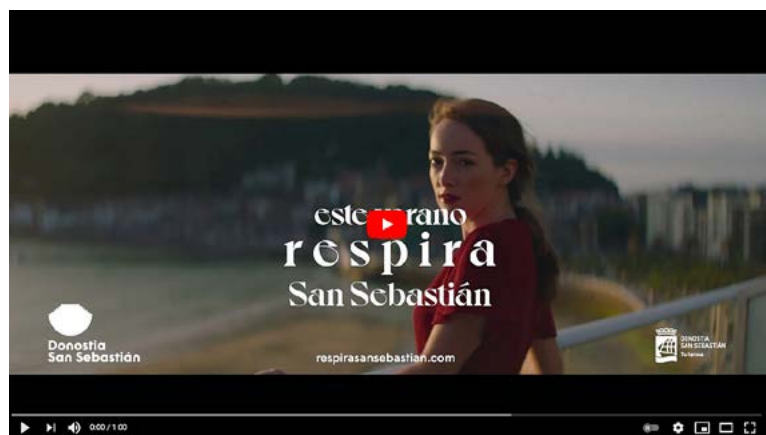
Kanpaina Arnastu Donostia

"Arnastu Donostia" kanpaina Estatuko eta Frantziaren hegoaldeko merkatura zuzentzen da. Donostia helmuga segurua eta pilaketarik gabea bezala aurkeztea du helburu, espazio ireki eta lasaia, udako ihesaldi bat egiteko aproposa.

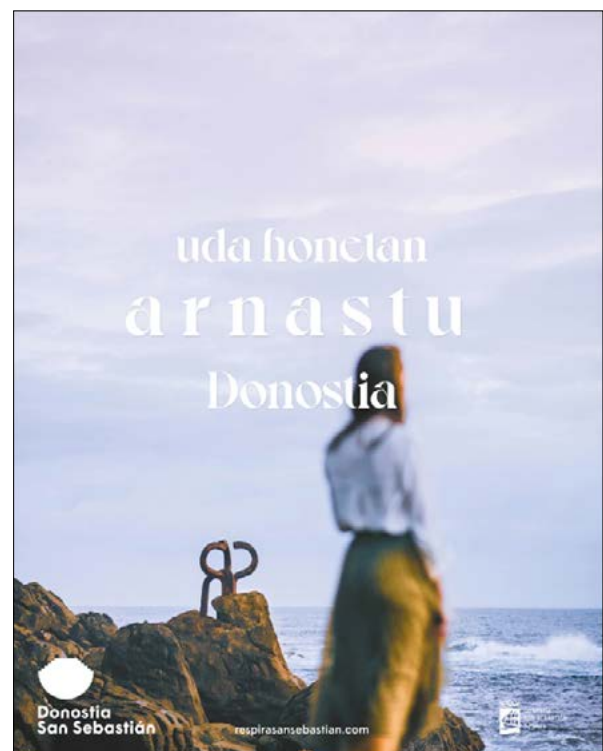
Kanpainaren pieza nagusia **ikus-entzunezko**, dokumentu bat da eta pieza horretatik hainbat banner digital irteten dira. Kanpainaren % 80 online da, baina publizitate iragarkiak ere egin dira hedabide inprimatuetan eta irratan.

Udako eskaintza eta plan onenak biltzen dituen landing bat sortu da. Donostia Turismoari lotutako 15 enpresak baino gehiagok parte hartu dute bertan, udako ihesaldietarako hotelen eta jatetxeen eskaintzak eginez.

Kanpaina hau uztailaren 1etik irailaren 30era bitartean egin da, eta 11 milioi inprimatze online, 150.000 bideo bistaratze eta webgunean sartzeko 56.000 klik egin dira.



► Ikusi kanpaina



Kanpaina illunbe aparkalekua, doan aparkatu

Ilunben **doako aparkalekua** —hiriaren erdiguneraino doan **anezka autobus** batekin— sustatzeko publizitate kanpaina abian jarri da udako goi denboraldian —uztailaren 15etik abuztuaren 30era— eskualde esparruan.

Helburua da, alde batetik, herritarrak eta bisitari potentzialak Donostiara hurbiltzera animatzea eta hauei doan aparkatzeko aukera ematea, hiriaren erdiguneraino eramango dituen doako autobusa erabiliz; eta, bestetik, topoaren obren ondorioz eta kale nagusiak itxita daudenez, hirigunean trafiko pilaketarik ez sortzea.

% 90ean kanpaina digitala da (Google Ads, Sare Sozialak). Offline hedabide gisa, tokiko hainbat irrati erabili ziren, eta, gainera, panelak jarri ziren autobidean eta kartel adierazleak hiriko sarreretan. Kanpaina uztailaren 11tik abuztuaren 30era aktibatuz, 1,2 milioi online inprimaki eta web orrira 9.000 klik eginez.

Azpimarratu behar da, 2020. urtean zehar, aparkalekuen planoan izan dela Donostia Turismoaren webgunetik gehien deskargatutako dokumentuetako bat, 13.000 deskarga baino gehiagorekin.

Kanpaina arrakastatsua izan da, hilabete eta erdian zerbitzu hori **14.000 bidaiarik** erabili dutela (4.339 bidaiarik uztailean eta 9.577 bidaiarik abuztuan), eta uda osoan bere edukia webgunean bilatuenetako bat izan dela kontuan hartuta.



► [Ikusi kanpaina](#)



Kanpaina Udazkena donostian. Amodiozko istorioa

Hirian filmatutako Woody Allenen "Rifkin 's Festival" filma Zinemaldian aurkezteaz baliatu gara Estatuko eta Frantziako hegoaldeko merkatuari zuzendutako kanpaina bat — zinemagile estatubatuarren istorioetan eta filmetan oinarrituta— abiarazteko, eta Donostia helmuga gisa indartzeko. Helburua da Donostia udazkeneko bidaiatxo bat egiteko helmuga erakargarri gisa aurkeztea.

Besteak beste, udazkeneko plan onenak, ibilbideak eta aire zabaleko planak, erakusketak, museoak eta dendak biltzen dituen landing bat garatu da.

Kanpainaren elementu nagusiak [ikus-entzunezko](#) lan bat eta bere deribatutako banner digitaletan dira; % 80 online da. Hedabide inprimatuetan eta irratian publizitatea ere ipini da. Kanpaina urriaren 1etik azaroaren 30era bitartean egitea aurreikusita bazegoen ere, covid-19aren bigarren olatuaren ondorioz, urriaren 19an eten egin zen, eta data horretatik aurrera planifikatutako publizitate guztiak bertan behera geratu ziren.



► [Ikusi kanpaina](#)

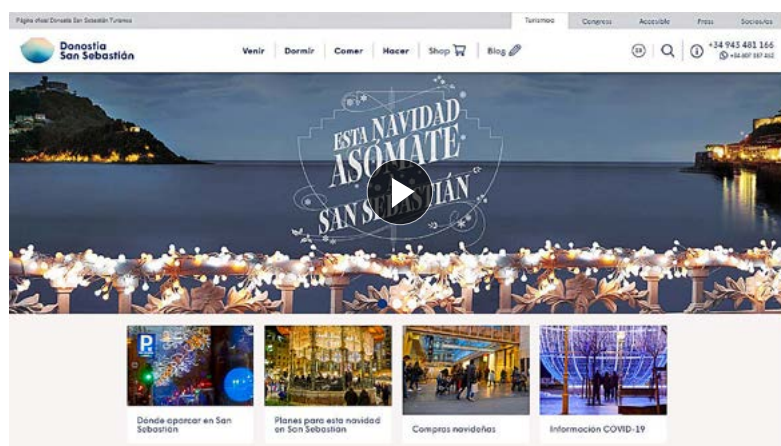


Kanpaina Murgildu gure Gabonetan

“Murgildu gure Gabonetan” Donostia **Gabonetako helmuga** gisa kokatzeko eta sustatzeko publizitate kanpaina da, baina pandemia dela eta, tokiko kanpaina batean geratu da; izan ere, mugikortasunaren murrizketek indarrean jarraitzen dute, eta ez bidaiatzea eta joan-etorriak ez egitea gomendatzen da.

Gabonetako agenda planen online bilduma egin da, bi hizkuntzatan, webgunean eta PDF formatuan deskarga daitekeen liburuxka batean. Plan horiek kalean egindako kanpaina minimo baten bidez — hiriko markesinak eta turismo bulegoko erakusleihoa soilik — baino ez dira sustatu. 16 sozietate elkartuk baino gehiagok bidali dituzte euren Gabonetako ekintzak kanpainen sartzeko.

► [Ikusi kanpaina](#)



Ekintzak sozietate elkartuekin: DONOSTIA TURISMOAren ticketing eskaintza kideen webgunetan

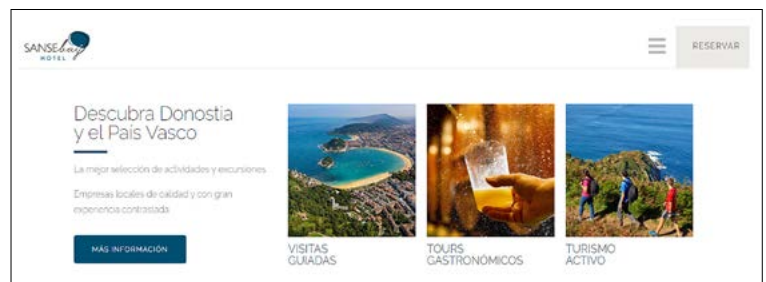
Donostia Turismoaren online dendaren salmentak handitzeko eta bertako sozietate elkartuei ikusgaitasun handiagoa emateko, erakundeari atxikitako 4 eta 5 izarreko hotelei banner bat jartzea proposatu zaie (beren webguneen diseinura egokitua), hirian eta inguruetan eskuragarri dauden turismo jardueren eskaintzarekin.

Hotel batzuek dagoeneko eskaintzen dute Civitatis bezalako atarrien informazioa; beraz, ekintza honen bidez, produktu turistikoak saltzen dituzten kanpoko agenteak aukeratu beharrean, bazkideek Donostia Turismoa hiriaren turismo erreferente nagusitzat jo dezaten lortu nahi da.

Horrela, Donostia Turismoak Sansebasianturismoa.eus shop-aren presentzia eragiten du, eta hotelek kalitatezko zerbitzuak eskaintzen dituzte, webgune horretan ondo integratuta. Bezeroari zerbitzu osagarria eskaintzen diote, hauen egonaldia luzatzen lagunduz, jarduera eta esperientzia ugari eta askotarikoak eskaintzen direlako.

Gainera, helmugan sinergiak sortzen dira hotelek tokiko 25 enpresa baino gehiagoren produktuak babesten dituztelako. Donostia Turismoaren Online Shop-a da bere hornitzaileei komisio gutxien kobratzen diena.

6 hotelek — Hotel Villa Favorita, Hotel San Sebastián, Hotel Codina, Hotel Sansebay, Hotel Welcome Gros eta Apartamentos Gros City— parte hartu dute bertan, Donostia Turismoaren produktuak euren webgunetan eskainiz, 2020ko irailetik abendura. Hala, kalitate oneko bisitak eragin dituzte, trafiko organikoaren parekoak.



BABESAK

Beste sustapen jarduera batzuk ere egin dira, hala nola tokiko ekitaldiak babestea eta hauekin lankidetzak gauzatzea:

Zaldi lasterketak Lasarteko Hipodromoan

Donostiako hipodromoko jardunaldietako batean lasterketa bat babestu da (uztailaren 3ko jardunaldiko 3. lasterketa).

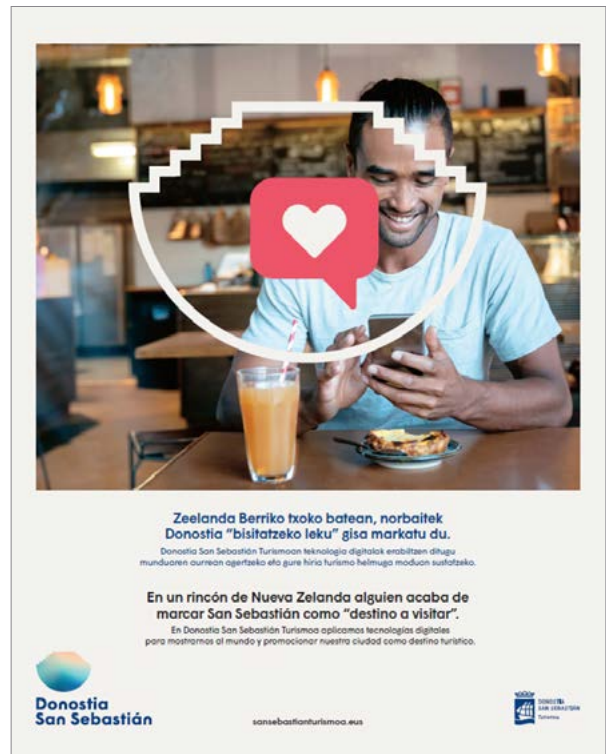


Fantasiatzko eta Beldurrezko Zinemaren XXXI. Astean lankidetzaz

Beste urte batez Fantasiatzko eta Beldurrezko Zinemaren Astearen edizioarekin elkarlanean aritu gara. Zinemaren asteak 3 hamarkada daramatza hiria zinemaren helmuga gisa ipintzen, eta denboralditik kanpo bisitariak eta zaleak erakartzen ditu. Azken urteetan nazioartean gora egin du, Japoniarekin eta beste leku batzuekin lortutako akordioei eta nazioarteko zikloi esker. Spot labur bat eta grafiko bat egin ziren bertarako.

DVren "Planeta Digital" prentsa gehigarria eta online ekitaldia babestea

Abenduan, hainbat esparrutako pertsona ezagunek hitzaldiak eta solasaldiak egin zituzten DVren dv.com kanal digitalean. Horietako batean Turismoa, bere etorkizuna eta digitalizazioa aztertu ziren. Donostia Turismoa babeslea da eta, besteak beste, 2020ko abenduaren 6an argitaratutako aldizkarian azaldu zen eta estaldura digitala jaso zuen.



CDC, club de creativos

Club de creativos sormen kongresu bat da, eta hirian egindako ekitaldi eta kongresu batzuetan eskainitako lankidetzaren ordain gisa egiten da. Donostia Turismoa haren aldikari eta/edo edizio inprimatueta azaltzen da, eta marka gisa ere agertzen da hainbat euskarritan, besteak beste, webgunean, ekitaldi fisikoan, etab.



connecting people

Ver cómo se pone el sol desde la playa de Zurriola no tiene precio.

Para todo lo demás,
Donostia San Sebastián Turismoa.
Tu mejor aliado para atraer un evento a la ciudad.

 congress.sansebastianturismoa.eus 



I'm lovin' it

Después del congreso, tómate un respiro.
*Just do it y cómete un pintxo.
O ámate a hacer surf, impossible is nothing.*
Estás, posiblemente, en la mejor ciudad del mundo.
Y en Donostia San Sebastián Turismoa te damos las mejores ideas.
What else se puede pedir?

 Boulevard, 8
T (+34) 943 48 11 66
www.sansebastianturismoa.eus 

DV. Suplemento eventos

El Diario Vasco egunkariko gehigarri berezi batean babestutako artikulua batekin eta publizitatea eginez parte hartzea, hiriko ekitaldien eta kongresuen berri emateko.



Donostia Turismoa, zure aliatu onena hirira ekitaldi bat erakartzeko.
Donostia San Sebastián Turismoa, tu mejor aliado para atraer un evento a la ciudad.

Donostia Destino Meetings

T (+34) 943 48 11 66
congress.sansebastianturismoa.eus

Gehigarri horietarako laguntza ekonomikoa ematen da Donostia Turismoaren presentziaren truke, euskarri propioetan logoa ipiniz edo ekitaldietan irudia erakutsiz.

Publizitate inbertsioak:

2020an zazpi publizitate kanpaina egin dira, baita ekintza txiki puntualak ere, hedabidetan edo kolaboraziotan.

Merkatuen araberako inbertsioak

- Estatuan % 95
- Nazioartean % 5

Online eta Offline hedabideak

Publizitateko inbertsioaren % **80 online hedabideetan** egin da, kostuaren, neurtzeko gaitasunaren eta segmentazioaren arabera aukeratutako kanaletan.

Kanpaina motaren arabera, 2020an, kanpainen ardatza helmuga sustatzea izan da kasuen % 80n, eta aurrekontuaren gainerako zati handiena online denda eta turismo jarduerak sustatzera edo MICE helmugako posizionamendu gisa sustatzera bideratu da.

Erabilitako online **kanal nagusiak**: Google AdWords, Sare Sozialak — Facebook, Instagram— eta kalitatezko hedabide digitalak.

Helmuga kanpainen helburua

Donostiako hiriaren branding marka indartzea da, hainbat produktutan eta hainbat bezero segmentutarako. Turista potentziala hiriaren webgunera erakartzea, haiek inspiratzea, informazio praktikoa eta planak aurkitu ditzaten lortzea, eta establezimendu elkartuekin harremanetan jartzea da helburua.



4.1.2.

Webgunea eta sare sozialak

Webgunea eta sare sozialak hiriaren erakusleho dira, eta bisitariekin nahiz herritarrekin berehala elkarrengaitzeko bidea ematen dute. Donostia Turismoak estrategikoki planifikatzen du idatzizko eta ikus-entzunezko eduki guztia, inspirazio edukia, eduki estrategikoa, gaurkotasuna eta komunitatearekiko elkarrekintza orekatzeko.

Estetikoki ondo zaindutako edukia lantzen da, gaurkotasuneko, bisitaria erakarri eta elkarrekintzara gonbidatzen duena: minibideoak, blog-erako artikulua, galeriak eta irudiak, argazkia eta 360º-ko panoramikak, 3D irudiak, etab.

MINIPILULAK: Establezimendu elkartuekin eta tokiko planekin lotutako minipilulak/bideoak
BLOG: Ardatz estrategikoekin lotutako eta ikus-entzunezko materialarekin aberastutako postak blogean
ESPERIENTZIAK: esperientziako edukia eta Donostia Turismoaren online shop-era esteka
GAURKOTASUNA: Donostia Turismoaren eta bere establezimendu elkartuen jarduerari lotutako gaurkotasuneko edo helmugarako interesa duten albisteak
INSPIRAZIONALA: argazki eta bideo inspirazionalak, 360º, 3D...
ELKARTUTAKO ENPRESAK: Donostia Turismora elkartutako enpresen ekimenak partekatzen dira.
HEDABIDEAK: Nazioko eta nazioarteko hedabidetan eta rankingetan Donostiari buruz argitaratutako erreportajeak
CELEBSS: Donostiari lotutako pertsonaia ezagunen esaldiak eta irudiak
ELKARRERAGINA: Bitxikeriak, memeak, bazenekien...?, sekretuak, inkesta/galdera interaktiboak...
LEHIAKETAK

Pandemia hasi zenetik, Donostiaren balioei lotutako **inspirazio** edukia sortu eta partekatu da, bidaiari potentzialari gure hiriarekin amets eginaraziz, "Top of mind" delakoan eta #DreamTodayTravelTomorrow-ren bidean mantenduz. Horretarako, eduki propioaz gain, UGC (User Generated Content) edo erabiltzaileek Donostiari buruz partekatzen duten edukia sustatu da, benetako edukia bultzatuz eta komunitatean konfiantza sortuz.

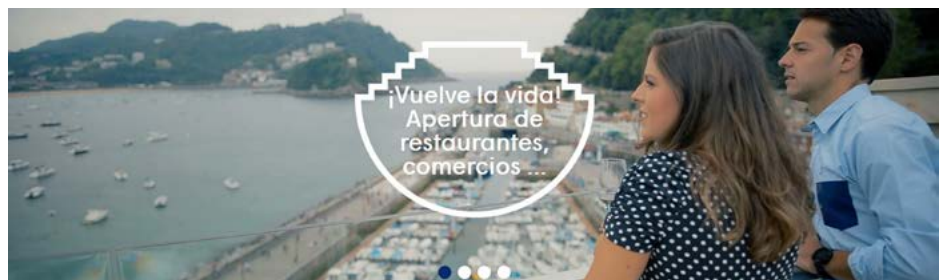
Aldi berean, gure posizionamendurekin eta gure **ardatz estrategikoekin** (kultura, gastronomia, kirola, city break, MICE) lotutako edukia sortu eta txandakatu da, **deskontzentrazioa, desestazionalizazioa, benetakotasuna eta iraunkortasuna** gogoan izanik, eta, koronabirusaren krisialdian zehar, **kalitatea, segurtasuna eta ongizatea** inoiz baino gehiago nabarmenduz.

Gainera, alarma egoera hasi zenetik, bi **atal berezi** ezarri dira **covid-19arekin lotutako informazio** guztiarekin, **aisialdiko eta negozioko** premietara

eta interesetara egokituak. Aisialdiko turismora zuzendutako atalean gomendio orokorrak, txostenak, dokumentazioa, protokoloak, sektorearentzako laguntzak eta abar barne hartu dira, eta bileren turismoari lotutako atalean, Donostia Turismoak MICE sektoreari emandako laguntza eta aholkularitza bistaraten dira, baita esparru horretarako dokumentazio, protokolo, laguntza eta txosten espezifikoak ere.



Bertako jatetxe, hotel eta saltokien irekieraren araber, edo take away edo etxez etxeko zerbitzuen araber, **baliabide bakoitzari buruzko informazio eguneratua** biltzen duten atalak ere sortu dira webgunean, eta informazio hori sare sozialetan zabaldu da.



Era berean, atal bat sortu da Donostiako bileren turismoaren sektoreari laguntzeko eta sektoreko enpresak egiten ari diren guztia —berriro asmatzea eta formula berriak erabiltzea...— ezagutarazteko.



Webgunea eta sare sozialak sektoreko **tokiko enpresei** eta Donostiari lotutako establezimenduei laguntzeko ere erabili dira, turismoko eta kulturako baliabideak, esperientziak eta tokiko jarduerak sustatzu.

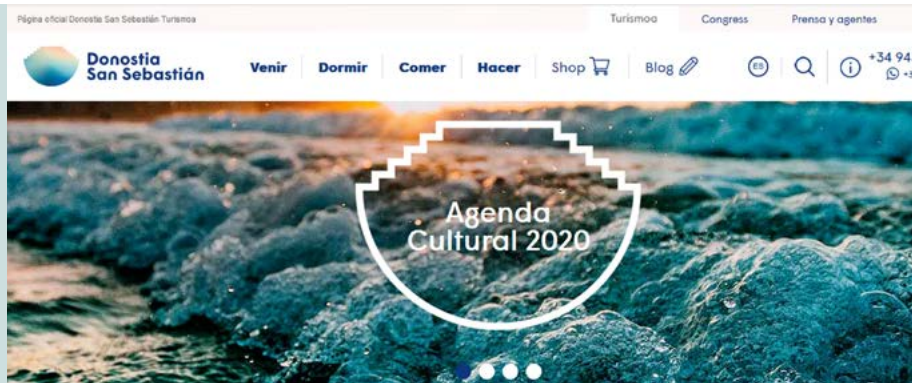
Azkenik, SEO ikuspegitik edukiak hobetzeko lan zabala egin da, **webgunea, bloga, online shop-a eta Sare Sozialak elkarrekin lotuz**, trafikoa eta bisitak areagotzeko.



4.1.2.1.

Aisialdiko Turismora bideratutako webgunea

Donostia Turismoa webguneak urtean 710.000 bisita baino gehiago ditu, bertako trafikoaren % 59 organikoa dela nabarmenduz.

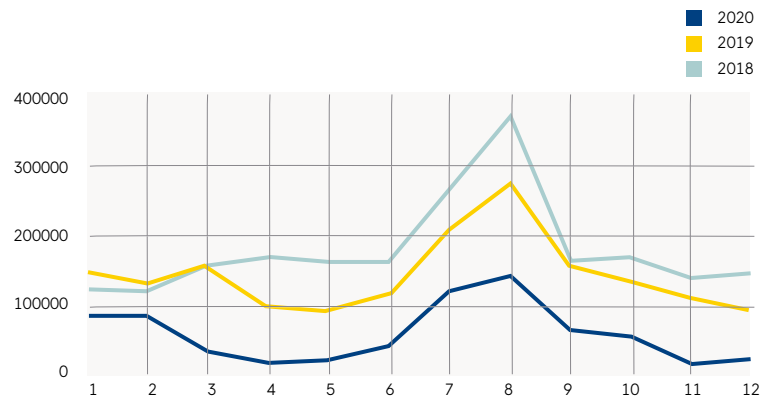


Hileroko bisitak

(ordainpeko trafikoa barne hartzen du)

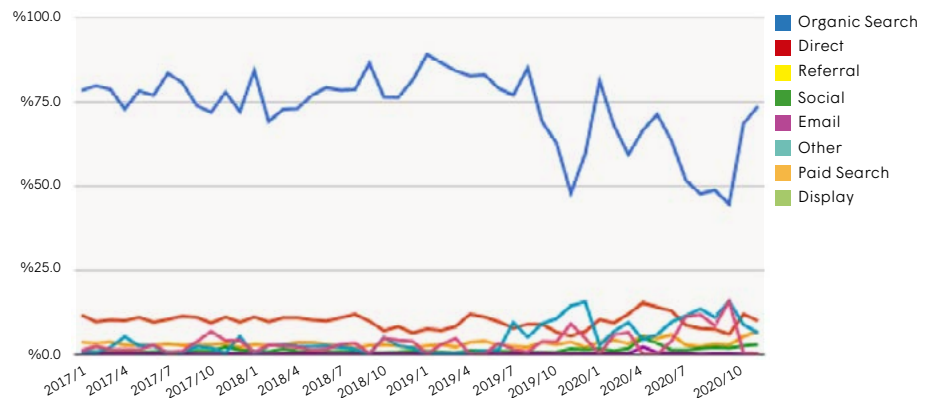
2020an **710.025 bisita** jaso dira eta 523.477 erabiltzailek **1.419.150** orri bisitatu dituzte. Beste urte batzuekin alderatuz, 2020an trafikoa izugarri jaitsi da covid-19aren, eta mugikortasunaren eta bidaien inguruko murrizketen ondorioz.

Udako hilabeteetan trafikoa partzialki berreskuratu den arren, urtea % 61 bisita gutxiagorekin amaitu da.



Bisitak kanalaren arabera

Goi denboraldian zehar, ordainpeko trafikoa gora egin du.

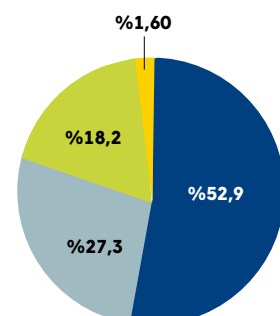


HIZKUNTZAK (ez da barne hartzen ordainpeko trafikoa)

Hizkuntzen banaketa 2020ko trafiko metatuan.

2020an zehar ingeleseko trafikoaren pisua frantsesekoa baino gehiago jaitsi da.

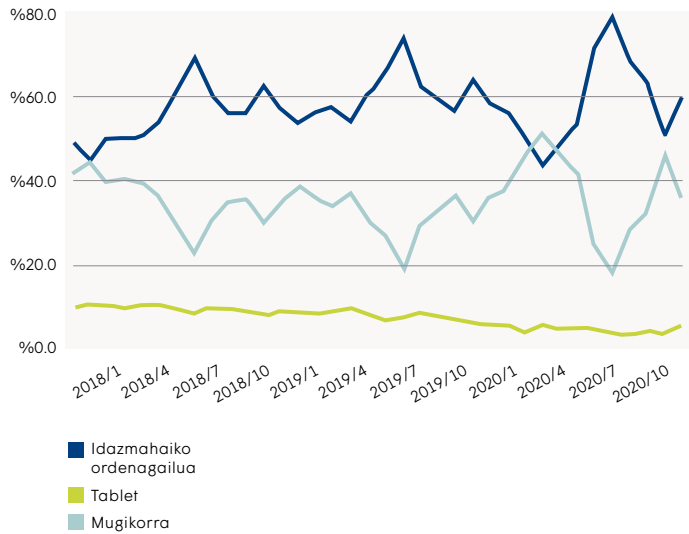
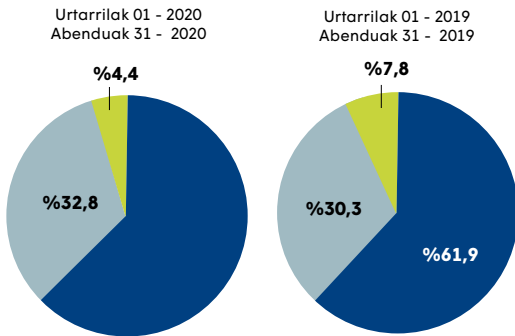
1.	/es/	629.785	%52,87
2.	/fr/	325.597	%27,33
3.	/en/	216.914	%18,21
4.	/eu/	19.010	%1,60



Gailuak

(ez da barne hartzen ordainpeko trafikoa)

Urtetik urtera mugikorraren kuota gero eta handiagoa da. Hala ere, aurten idazmahaiko ordenagailuak gora egin du konfinamenduaren garaian.



Nondik bisitatzen gaituzte

(ez da barne hartzen ordainpeko trafikoa)

Herrialde garrantzitsu guztiek beherakada nabarmena izan dute, baina Espainiak (-% 65) eta Frantziak (-% 58) batez bestekoak (-% 66) baino portaera zertxobait hobea izan dute.

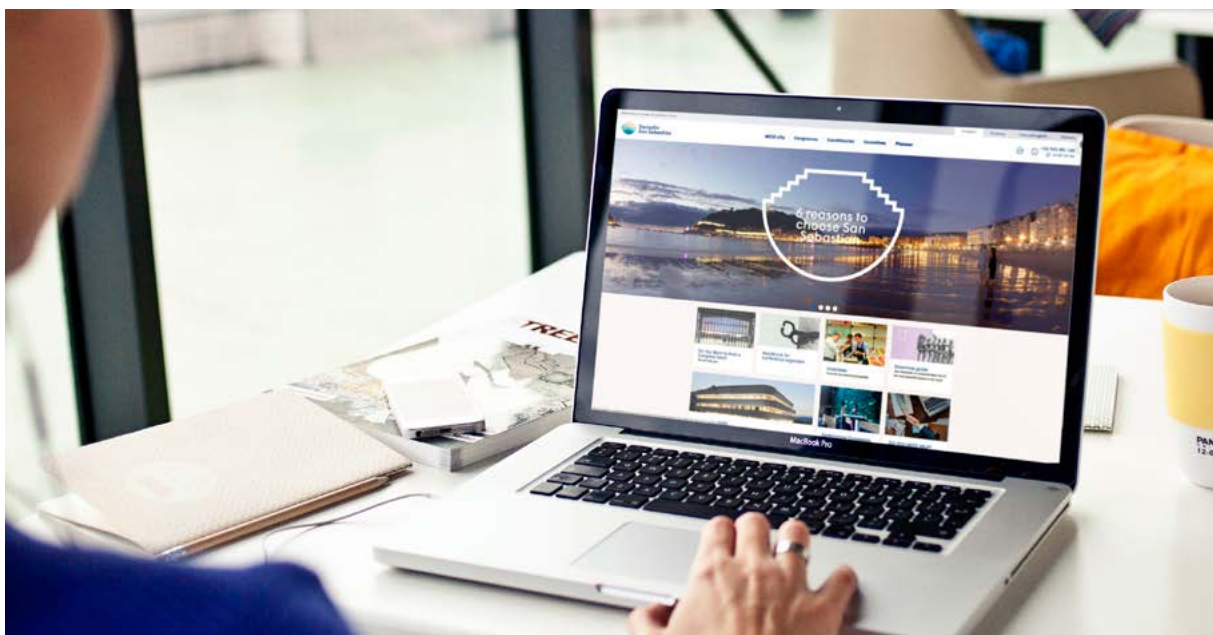
Dokumentuen deskarga

(ordainpeko trafikoa barne hartzen da)

PDF dokumentuen **60.389** deskarga 2019arekiko **% 74** jaitsi da.

Gehien deskargatutako 5 dokumentuak:

- **10.696**.....plano-parkings.pdf
- **5.652**.....plano-ciudad-donostia-san-sebastian.pdf
- **4.247**.....san-sebastian-tourist-map.pdf
- **2.801**.....agenda-cultural-san-sebastian.pdf
- **2.665**.....guia-vacaciones-san-sebastian.pdf



Gehien bisitatutako orriak

(ez da barne hartzen ordainpeko trafikoa)

Gehien bisitatutako 10 orriak:

1.	52996	(%4,45)	/es/ home
2.	33476	(%2,81)	/en/ home
3.	25442	(%2,13)	/fr/arriver/renseignements-pratiques/informations-sur- le-corona ipvirus-covid-19
4.	23334	(%1,96)	/fr/ home
5.	18172	(%1,52)	/es/hacer/barrio-barrio/centro-parte-vieja
6.	16529	(%1,39)	/fr/que-faire/quartier-a-quartier/centre-vieille-ville
7.	16453	(%1,38)	/es/venir/donde-aparcar
8.	15513	(%1,30)	/es/blog/cultura/962-dia-de-san-sebastian-tamborrada
9.	15245	(%1,28)	/en/eat/michelin-stars
10.	13655	(%1,15)	/en/come/how-to-get-here

Bazkideak

2020an, **sozietate elkartuei** buruzko informazio gehiago lortzeko **interesa ikusi da** (webgunea, telefonoa, posta elektronikoa, gmap...), esteketan **47.309 aldiz klik** eginda.

Bazkideak	Web	Telefonoa	GMaps	Email
GARBERA	1036	6	675	2
CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SA	1157	17	193	21
RESTAURANTE AKELARRE	813	5	156	52
RESTAURANTE ARZAK	761	3	166	30
DISCOTECA BATAPLAN	637	5	173	5
RESTAURANTE MUGARITZ	634	0	160	10
SAN MARTIN MERKATUA	534	1	260	4
RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI	642	5	109	6
CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN	598	3	128	5
HOTEL MARIA CRISTINA	618	4	46	62
BICIRENT	573	7	103	3
CAMPING OLIDEN	514	3	134	7
GUZTIRA	36110	613	9665	1014

4.1.2.2.

Bileren Turismora zuzendutako webgunea

Página oficial Donostia San Sebastián Turismo

Congress Turismoa Prensa y agentes Socios/as

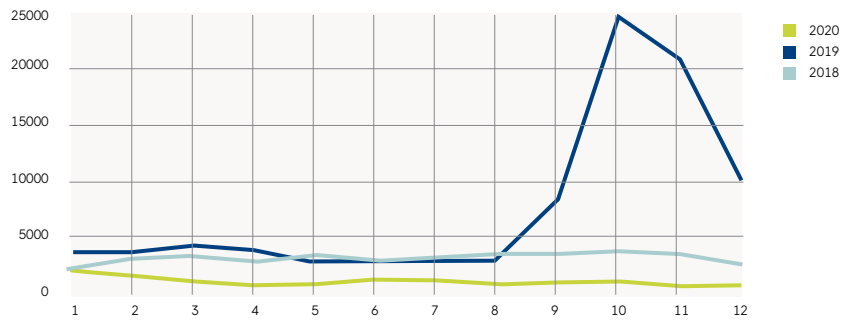
Donostia San Sebastián Ciudad MICE Congresos Candidaturas Incentivos Planificador ES +34 943 481 166 +34 607 187 462

2020. urtean zehar **11.996 bisita** jaso dira, 9.410 erabiltzailek 26.918 orri bisitatu dituzte. **Bisiten kopurua % 87 murriztu da** aurreko urteko datuekin alderatuta.

2019an, trafiko gehiena publizitate kanpainetatik etorri zen, eta, aurrean, ordea, publizitate kanpainetako inbertsioa murrizteak, covid-19aren eraginak, eta kongresuak eta ekitaldiak planifikatu ahal izateko ziurgabetasunak webgunearen trafikoa nabarmen jaitea eragin dute.

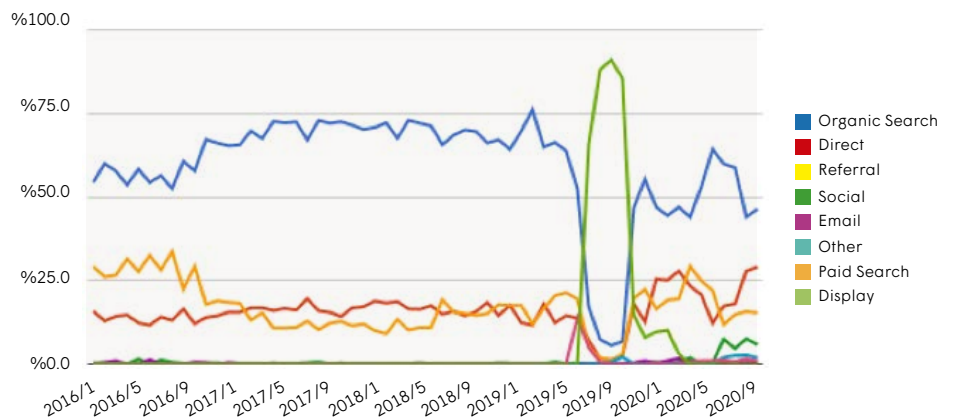
Erabiltzaile arrunt batek webgunea bere ordenagailuan eta bulegoko ordutegian kontsultatzen du.

Hileko bisitak



Bisitak kanalaren arabera

Kanal Organikoa kanal nagusia da. 2020ko bisiten % 51 kanal horretatik egin dira. 2020an bisiten % 35 nazioartekoak izan dira.



Dokumentuen deskarga

(ordainpeko trafikoa barne hartzen da)

2020an zehar **402 PDF deskarga** egin dira, aurreko urtean baino % 64 gutxiago.

Gehien deskargatutako 5 dokumentuak:

- **147**.....*incentivos-san-sebastian.pdf*
- **112**.....*manual_para_organizadores_de_congresos_2019.pdf*
- **19**.....*handbook-for-conference-organizers-2019.pdf*
- **18**.....*much_more_than_a_beautiful_city.pdf*
- **16**.....*informeturismo-covid19-congresos.pdf*

Gehien bisitatutako orriak

(ez da barne hartzen ordainpeko trafikoa)

25.974 orri ikusi dira 2020an (-% 60).

Gehien bisitatutako 10 orriak:

1.	3333	(%12,83)	/es/planificador/agenda-de-congresos
2.	2610	(%10,05)	/es/cb-inicio
3.	972	(%3,74)	/es/ciudad-mice/informacion-practica/como-moverse
4.	635	(%2,44)	/es/congresos/infraestructuras-principales
5.	602	(%2,32)	/en/cb-home
6.	503	(%1,94)	/es/congresos/ocio/bodegas-de-txakoli
7.	462	(%1,78)	/es/congresos/servicios-auxiliares-para-congresos
8.	394	(%1,52)	/es/congresos/espacios-singulares
9.	363	(%1,40)	/fr/cb-accueil
10.	323	(%1,24)	/es/congresos/alojamientos

Bazkideak

(ordainpeko trafikoa barne hartzen da)

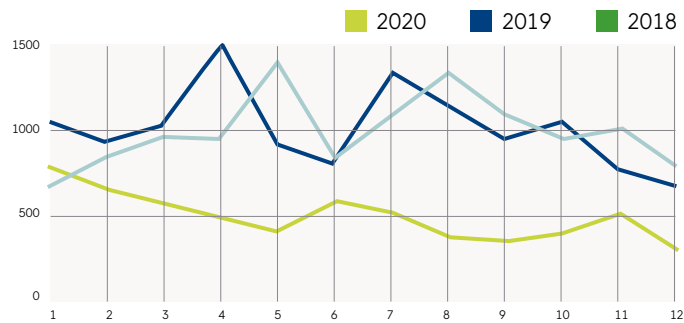
2020an, **establezimendu elkartuei** buruzko informazio gehiago lortzeko **interesa ikusi da** (webgunea, telefona, posta elektronikoa, gmap), esteketan **1.744 aldiz klik** eginda (-% 63).

4.1.2.3. Prentsari eta agenteei zuzendutako web atala



Hileko bisitak

2020an zehar **6.019 bisita** jaso dira. 4.800 erabiltzaileek 11.340 orri ikusi dituzte. Covid-19aren ondorioz bisitak % 50 murriztu dira 2019ko bisitekin alderatuta.



Dokumentuen deskarga

2020an **PDFko 891 deskarga** egin dira (2019an baino % 56 gutxiago)

Gehien deskargatutako 5 dokumentuak:

- **107**.....*visit-bizi_memoria_completo_cast.pdf*
- **93**.....*plan_director-visit-bizi.pdf*
- **75**.....*brand_manual_dss_2019.pdf*
- **71**.....*memoria_2019_es.pdf*
- **47**.....*dossier-2018-2019-es.pdf*

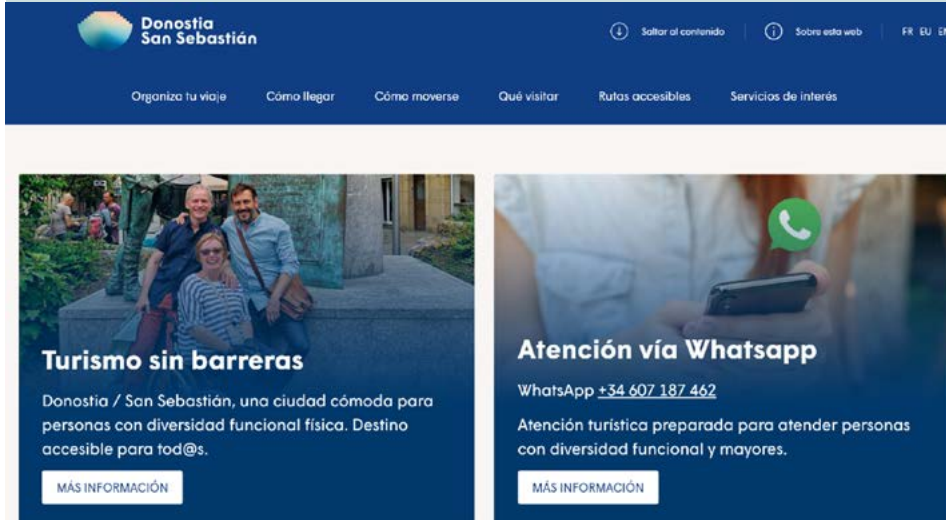
Gehien bisitatutako orriak

Gehien ikusitako 10 orriak:

1.	1032	(%9,34)	/es/pa-inicio
2.	518	(%4,69)	/en/pa-honre
3.	397	(%3,59)	/es/documentacion/fotos-y-videos
4.	311	(%2,81)	/es/prensa/notas-de-prensa/4114-san-sebastian-lidera-el-turismo-en-euskadi
5.	309	(%02,8)	/es/documentacion/imagen-corporativa
6.	303	(%2,74)	/es/documentacion/plan-director
7.	280	(%2,53)	/es/estamos-en/san-sebastian-en-rankings
8.	227	(%2,05)	/es/estamos-en/medios-de-comunicacion
9.	219	(%1,98)	/en/documentation/tourist-publications-and-brochures
10.	207	(%1,87)	/es/prensa/notas-de-prensa/4253-evolucion-del-turismo-en-donostia-san-sebastian-a-lo-largo-del-2018-segun-los-datos-de-eustat

4.1.2.4

Irisgarritasun turistikoari buruzko webgunea



Hileko bisitak

Irisgarritasun turistikoari buruzko webgunea 2020ko udaberrian argitaratu zen eta 2020an zehar **3.384 bisita** jaso ditu; 2.711 erabiltzailek 7.368 orri bisitatu dituzte.

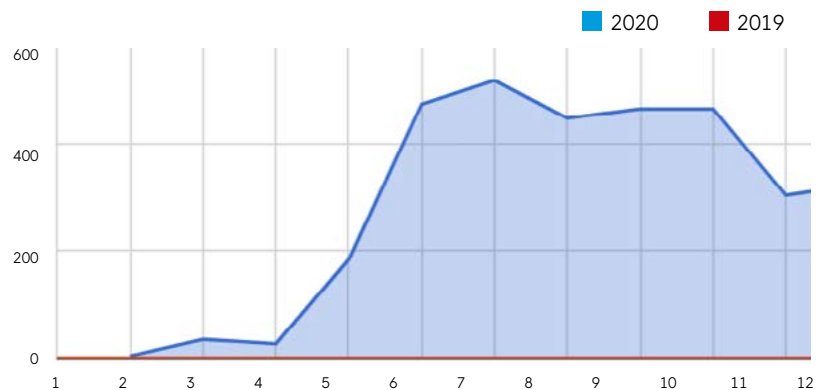
Dokumentuen deskarga

PDFko 26 deskarga 2020an zehar.

- 20.....plano-parkings-cast.pdf
- 2.....parkings-map-eng.pdf
- 2.....plan-parkings-fran.pdf
- 2.....prakingen-planoa-eus.pdf

Gehien bisitatutako orriak

Gehien ikusitako 10 orriak:



1.	1190	(%17,46)	/es/home
2.	423	(%6,21)	/es/como-llegar/aparcamientos-en-la-calle-y-subterraneos/parking-buen-pastor
3.	294	(%4,31)	/es/servicios-interes/objetos-perdidos
4.	292	(%4,29)	/es/organiza-viaje/alto-nivel-accesibilidad-fisica
5.	249	(%3,65)	/es/como-llegar/aparcamientos-en-la-calle-y-subterraneos/parking-san-martin
6.	207	(%3,04)	/es/como-llegar/aparcamientos-en-la-calle-y-subterraneos/plazas-pmr-en-la-calle
7.	177	(%2,60)	/es/servicios-interes/aseos-publicos-adaptados
8.	140	(%2,05)	/es/organiza-viaje/puntos-informacion
9.	136	(%2,00)	/fr/services-utiles/objets-perdus
10.	132	(%1,94)	/fr/home

Jarraitzaile gehiago eta elkarreragin handiagoa sare sozialetan



instagram



pinterest



facebook



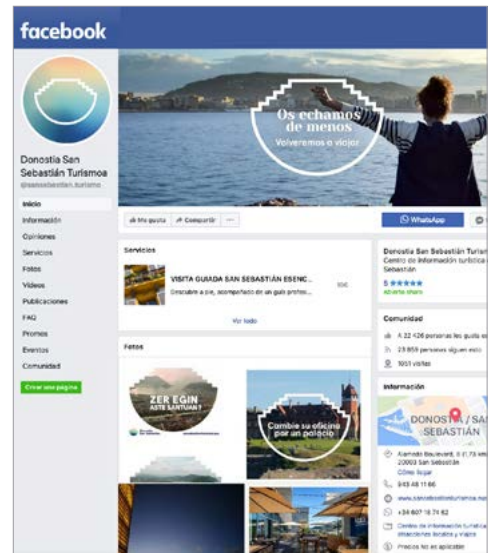
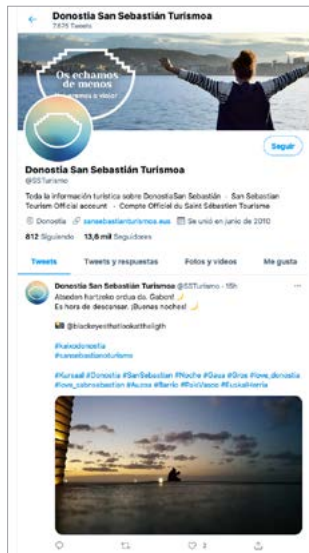
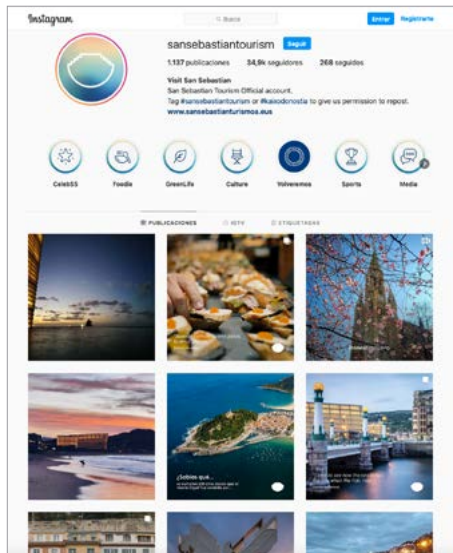
flickr



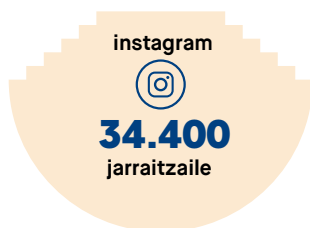
twitter



youtube



Komunitateek eta sare sozialetako elkarreraginek gora egiten jarraitzen dute nabarmen urtetik urtera, eta honako zifra hauetara iritsi dira:



GUZTIRA: 85.192
jarraitzaile

855.003
album eta bideoen bistaratz 2020an

4.1.3.

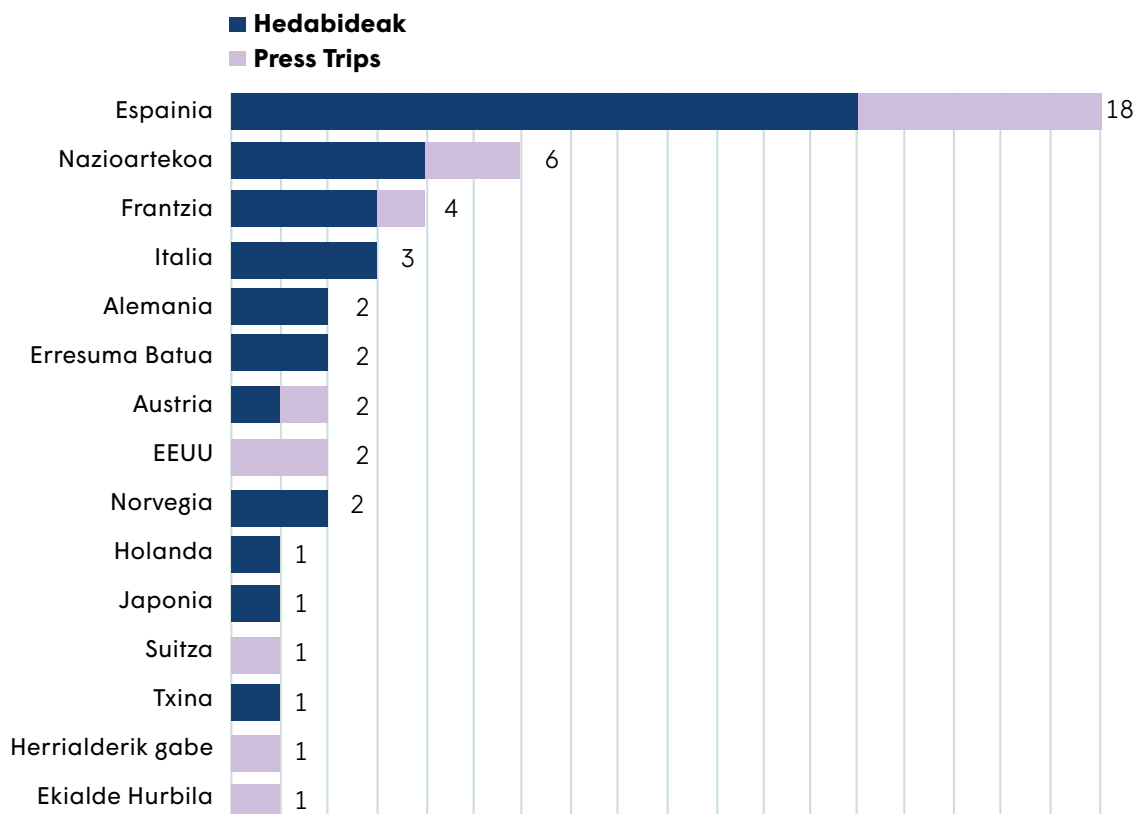
Press trips edo prentsa bidaiak / blogariak

Donostia Turismoa nazioarteko komunikabideekin elkarlanean ari da, Donostia mundu mailako kalitatezko helmuga gisa kokatzeko, lehentasunezko merkatuak bereziki azpimarratuta (Frantzia, Alemania, UK, Iparraldeko herrialdeak, Holanda, Belgika, AEB, Kanada, Japonia, Australia...).

Martxotik aurrera mugak itxi eta mugikortasuna mugatu izanaren ondorioz, 2020rako programatutako prentsa bidaia gehienak bertan behera

geratu ziren. Hala ere, hedabideekin modu birtualean lan egiten eta haiek artatzen jarraitu dugu. 2020an 12 prentsa bidaia (pandemia hasi aurretik) eta 32 online hedabide artatu ditugu. Elkarlanean aritu garen hedabideen artean daude Lonely Planet, Moerelli gida, France TV3, Bell'Europa, Conde Nast Traveller, Michelin Gida, Filter Media, Sud Ouest, Frankfurter Allegmeine Zeitung, Beauxarts, RTVE, Cuatro, National Geographic, Forbes etab.

Artatutako hedabideak herrialdeka



4.1.4. Prentsaurrekoak eta buletinak

Kanpo sustapenari begirako komunikazioaz gain, komunikazio ekintza batzuk ere diseinatu dira, Donostia Turismoarekin lotutako enpresak, **turismo sektorea eta herritarrak** gidatzeko, informatzeko eta prestatzeko asmoz.

Donostia Turismoak hiriko eta lurraldeko turismoaren kudeaketa publiko eta pribatuaren **erreferente** nagusia izan nahi du, eta, horregatik, bere jardueraren berri hedabideen bidez, albisteak sortuz eta newsletterren bidez ematen du.

2020an, antolatutako elkarrizketen, albisteen eta prentsaurrekoen kopurua batuta, **126 inpaktu** eragin dira, **tokiko eta eskualdeko hedabide** nagusietan —EiTB, telebista, Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa, RTVE-Telenorte, Radio San Sebastián / Cadena SER, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, COPE, Donostiatik, RNE, Habla Radio, Gipuzkoa Gaur etab.—, eta **turismo sektoreko** aisialdiko zein negozioko hedabide espezializatutan —Nexotour, Evento Plus, Agent Travel, Hosteltur etab.— presentzia bermatuz.



► [Ikus aisialdiko turismoarekin lotutako albisteak](#)

Titulua	Data
Donostia Turismoak jardunaldi bat antolatu du hiriko estrategia gisa kongresuen jardueraz	25/03/2021
Donostia Turismoak tokiko ekonomiaren aldeko apustua egingo du	24/03/2021
Donostiak hiriaren sustapena egingo du ITB Berlin azokan	08/03/2021

► [Ikus bileren turismoarekin lotutako albisteak](#)

Donostia Turismoak jardunaldi bat antolatu du hiriko estrategia gisa kongresuen jardueraz aztertzeko

Donostia Turismoak tokiko ekonomiaren aldeko apustua egingo du

2021 MAR 24

Donostia Turismoak, bazkide diren enprekin batera, IBTM Nazioarteko Kongresuen Azokan hartuko du parte

Halaber, hilerro buletinak edo **newsletter**rek bidali dira Donostia Turismoko bazkideentzako barne informazioko bertsio batekin eta tokiko komunikabide, agente, stakeholder eta beste harpidedun batzuentzako beste bertsio batekin, **4 hizkuntzatan**. Buletinek sektoreko albiste garrantzitsuenak, berrikuntzak eta erakundeak egiten dituen sustapen ekintzak jasotzen dituzte, baita kongresu azpimarragarrienak, nazioarteko prentsan agertzen diren hiriar buruzko erreportajeak, hileroko planak, etab. ere.

Donostia San Sebastián

[Gidoi](#) [Congresos](#) [Prensa](#) [Experiencias](#)

Noticias

El turismo en San Sebastián se recupera ligeramente en agosto frente al mes anterior

Dentro del contexto de crisis sanitaria en la que nos encontramos, los datos publicados por SUTAT muestran un ligero aumento del turismo en San Sebastián en el mes de agosto, frente a los datos de julio. Las pernoctaciones en Donostia descienden en agosto un -27,8% en comparación con el año anterior, pero la caída es menor que en julio, mes en el que el descenso interanual fue del -39,7%.

Los datos indican que los visitantes mantienen su confianza en San Sebastián como destino turístico seguro y de calidad. La capital donostiarra sigue siendo la tercera ciudad de turismo en Guipúzcoa y Euzkadi, mostrando un comportamiento notablemente mejor también en agosto, tanto en pernoctaciones como en cruces, en comparación con los otros días capitales vascas. Bilbao sufre un descenso del -68,1% en pernoctaciones y Vitoria-Gasteiz un -82%.

[» Más información](#)

San Sebastián, escenario de cine: Rifkin's Festival

Una vez más, San Sebastián se convierte en escenario de película. La comedia romántica de Woody Allen, rodada en San Sebastián, muestra los lugares más emblemáticos de la ciudad. ¡Pronto desvelaremos los detalles de la película en una ruta que no quieres dejar de hacer!

[» Ver ruta](#)

► [Ikus newsletters 2020](#)

San Sebastián en los medios

<p>Evening Standard What to eat, see and do in San Sebastián</p> <p>Traveller The world's best local food: How to avoid tourist food and eat what the locals eat</p> <p>Latte Luxury News Norman Bosin Itinerary - Day 7 & 8 San Sebastián</p>	<p>National Geographic Enciclopedia sabrosa de la gipuzko</p> <p>Inside the Travel Lab The Best Pinchos in San Sebastián Tells the Story of Rebellion</p> <p>The Travelers Way 3 of the Best Beaches in Europe</p>
---	---

[» Ver San Sebastián en los medios](#)

Congresos e incentivos

En el mes de noviembre se han celebrado diversos congresos relevantes en la ciudad, además del mencionado 100Dicienda, podemos destacar los siguientes:

Congreso Elkartzuz
El 7 y 8 de noviembre Elkartzuz organizó el Congreso Internacional "Elkartuz - Discapacidad, Derechos e Inclusión", con motivo del 40 aniversario de su fundación. El congreso contó con más de 400 participantes y el Kutxabank adaptó la infraestructura para permitir la accesibilidad de alrededor de 70 personas con diversidad funcional.

[» Elkartzuz](#)

Planes

Hoy Donostia / Donostia berriz

A pesar de la crisis sanitaria, y respetando siempre las medidas de seguridad, San Sebastián sigue llena de vida... ¡como muestra de ello os acercamos algunas actividades a través de minivideos!

La catedral desde tu ventana	El helado, un clásico donostiarra	Una estancia de lujo
La bahía de La Concha desde el mar	Un recuerdo muy especial	igido
San Martín	Pedrol suu	Joyerías
Tusk!!	Terrazas	Cristina Enea

Además, nuestros bloggers colaboradores nos cuentan algunas experiencias en las que tanto donostiarres como visitantes podremos disfrutar y aprender sobre la historia de la ciudad, descubriendo rincones desconocidos:

Visita guiada Parques y Paseos by Donostia-tak	Sus Turismo de Donostia by Sierran
» Ver ruta & video	» Ver ruta & video

[» Descubre éstas y otras experiencias aquí!](#)

4.1.5. Argitalpenak

Donostia Turismoaren argitalpenak tresna garrantzitsua eta indartsua dira hiriaren kokapena ezagutarazteko, erakunde bazkideak sustatzeko eta hiria turismo helmuga gisa bultzatzeko, haien aniztasun eta banaketa — online zein offline— masiboagatik. Haien edukia urtero berritzen dute, xedearen eta erakundeari lotutako establezimenduen informazio premia berrietara egokitzeko.

Argitalpenek adierazten dute garrantzitsua dela turismoak helmugan duen eragina hedatzea, auzo guztiek eta bertan lan egiten duten bazkideek haren onurez goza dezaten. Beraz, hiriaren eskaintza turistikoari buruzko informazioa gune edo auzo diferentetan banatuta eskaintzen da. Argitalpen batzuk, hala nola hiriko gida edo ostatuena, urtarrilean aurkezten dira FITUR azokan, eta

beste batzuk Aste Santuan, nahiz eta 2020ko martxoko eta apirileko konfinamenduaren ondorioz, azken horiek ekainean argitaratu ziren.

Inprimatutako argitalpenez gain, webgune honetatik egindako deskargak azpimarratu behar dira: 2020an 60.000 dokumentu baino gehiago deskargatu ziren.

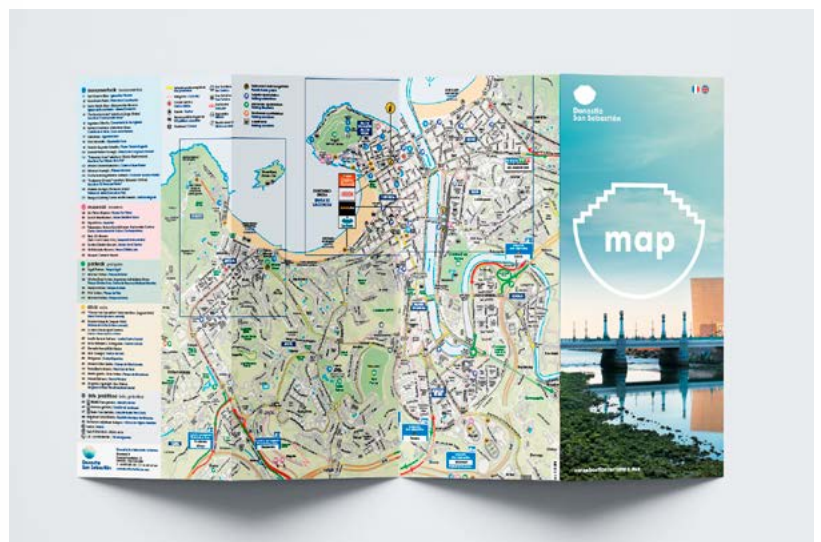
Ongi Etorri 2020 gida

- Unitateak: 32.000 unitate
- Webguneko deskargen kop.: 7.000
- Argitalpen data: 2020ko urtarrila
- Aurkezpena: FITUR azokan
- Edizioa 7 hizkuntzatan: gaztelania, euskara, ingelesa, frantsesa, alemana, katalana eta japoniera.
- Banaketa nazioarteko azokan eta workshop-etan, hiriko ekitaldi berezietan —adibidez, jaialdiak— eta Donostia Turismoaren bulegoan bertan.



Hiriaren planoak

- 2020an hiriaren planoak eguneratu da, metroaren proiektua dela-eta hiriaren erdigunean dauden obrak adieraziz.
- Argitalpen data: 2020ko uztaila
- Unitateak: 500.000
- Webguneko deskargen kop.: 10.000
- 4 hizkuntza 2 ediziotan: Euskara-gaztelania (250.000 ale) Frantsesa-ingelesa (250.000 ale)



Ostatuen planooa

Argitalpen data: 2020ko urtarrila

- Aurkezpena: FITUR azokan 4 hizkuntza (euskara, gaztelania, frantsesa eta ingelesa) edizio bakar batean.
- Unitateak: 10.000
- Webguneko deskargen kop.: 2.000



Ticketing

- Argitalpen data: 2020ko uztaila
- 4 hizkuntza (euskara, gaztelania, frantsesa eta ingelesa) edizio bakar batean.
- Unitateak: 10.000



Bisita gidatuak

- Argitalpen data: 2020ko urtarrila
- Berririo inprimatzea FITUR azokarako
- 4 hizkuntza bi ediziotan euskara-gaztelania eta frantsesa-ingelesa.
- Unitateak: 1.000



Agendak

2020ko jardueren agenda

- 4 hizkuntza online edizioan
- 100 unitateren inprimaketa FITUR azokarako



2020ko Gabonetako agenda

- 4 hizkuntza online edizioan.
- Urteko zein asteko agenden webguneko deskargak: 7.000



- Urteko zein asteko agenden webguneko deskargak: 7.000

Publizitate espazioak merkaturatzeari esker lortutako sarrerak:

Aurten, argitalpenen banaketa murriztu denez, publizitate salmentaren ondoriozko diru-sarrerak murriztu egin dira.

Argitalpenetan eta beste euskarri batzuetan publizitate tarteak saltzeak 30.000 € gordin baino pixka bat gehiago sortu dizkio sozietateari.

Diru-sarrerak, nagusiki, hiriko maparen argitalpenean eta Ongi Etorri gidan jasotako publizitate tarteetatik datoz. Aurten gida hori turismo bulegoan sartzen zen pertsona orori banatu zaio doan.

4.2. Bileren Turismoa

Bileren turismoaren edo MICE turismoaren segmentuan (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions), hainbat bide jorratzen dira **helburu hauekin**:

Donostiarentzako estrategikoak diren ekitaldi profesionalak **sustatzea eta erraztea**, ezagutza zabaltzea eta trukatzea ahalbidetzeko, eta tokiko ekimenen sorrera, berrikuntza eta ikerketa sustatzeko.

Sarean lan egitea
Donostiako eta Gipuzkoako eragile publikoekin eta pribatuekin.

Tokiko MICE sektoreko **hornitzaileak biltzea** eta tokiko I+G komunitatearen zerbitzura jartzea, haien jarduera ezagutzera emateko eta Donostia ezagutzaren, berrikuntzaren eta garapenaren erreferentziako helmuga gisa kokatzeko.

Donostiarren zerbitzurako ezagutza ondare bat **sortzen laguntzea**.

Donostia, edertasun paregabeko hiria izateaz gain, munduko hiri zientifiko nagusietako bat da, zientzian eta berrikuntzan egiten duen inbertsio handiari esker, eta horrek eragin zuzena du bileren turismoan.

Ildo horretatik, helmugan sortutako ezagutza guztiak **ekitaldietan** aurkitzen du plazaratzeko aukera, horiek baitira **biltzen dutenak** eta **ikusgaitasuna** ematen diotenak; aldi berean, **berrikuntzaren traktoreak** dira.

Jakintza arlo nagusiak sektore hauetan biltzen dira: nanozientzia, energia, burmuina, materialak... Arlo horietan ikertzen duten profesionalak tokiko erakunde sustatzaileetan daude, hala nola Basque Centre on Cognition, Brain and Language (BCBL), Materialen Fisika Zentroa (CFM), Unibertsitateak, Unibertsitate Ospitalea edo Tecnalia.

Donostia Turismoa hirian egin daitezkeen ekitaldiak bilatzen, ikertzen, aztertzen eta identifikatzen ari da, bertako profesionalekin harremanetan jarritz, sustatzaile gisa jardun dezaten animatzeko eta ekitaldi profesional interesgarri gehiago erakartzea lortzeko. Ekitaldi horiek ezagutza trukatzeko eta leku bat bileren helmuga gisa kokatzeko laguntzen dute.

Gure **sozietate elkartuak** garrantzitsuak dira, ekitaldia egiteko garaian profesionaltasuna bermatuko dutelako. Kongresuek prestatuta dauden azpiegiturak eta hotelak behar dituzte, baita balio kate osoan zehar profesional onak ere: OPC, DMC, catering eta, oro har, zerbitzu guztiak.

Egoitzak eta hotelak ezin hobeto egokitu dira covid-19ak eragindako egoera berrira, eta antolatzaileen eskura jarri dute goi mailako teknologia ekitaldi hibridoak eta online ekitaldiak egin ahal izateko eta ahalik eta segurtasun handiena bermatzeko, unean-unean indarrean dauden higiene, segurtasun eta edukiera protokoloak betez.



4.2.1.

Ekitaldi profesionalak erakartzea**CRM**

2013az geroztik, Donostia Turismoak kudeaketa propiorako CRM bat du, Kongresuen eta Ekitaldien Sailaren beharrik berariaz betetzeko garatua. Ekitaldiak erakartzeko ezinbesteko lan erreminta da. Ekitaldien, Hautagaien eta Pizgarrien erregistroa eta jarraipena egiteko erreminta da, eta etengabe jarraitzea eta elikatzea eskatzen du. CRMak 1.340 elkarte profesionalen, eta 780 erakunde sustatzaileen informazioa biltzen du. Erakunde horien artean daude ikerketa zentroak, Ospitaleak, Unibertsitateak, enpresa publikoak

eta pribatuak... eta 590 agentzia, hala nola OPC, DMC, ekitaldien agentziak, Harreman Publikoen komunikazioa.

Gaur egun, herrialde, hiri eta erakundeen arabera sailkatutako pertsonen 2.957 erregistro ditu. Gainera, guztiak ekitaldiei eta ekinzei lotuta daude.

2020an zehar, erreminta araztu egin da eta erabilera berriak gehitu zaizkio; besteak beste, honako kategoria hauek barne hartu dira: ekitaldi hibridoak eta birtualak, baliogabetutako ekitaldiak, ekitaldien sailkapena.

Ekitaldi profesionaletarako hautagaitzak

Ekitaldiak erakartzeko lana funtsezkoa da, bai epe ertain eta luzean emaitza onak ziurtatzeko, bai sustatzaileen, erakundeen eta kongresuen antolatzaileen artean gure eginkizuna ezagutarazteko.

Lan horretan eragina izan du kongresuek jarraitzen zuten ordena logikoa aldatu duen pandemiak. 2020ko edizio asko beste urte batzuetara atzeratu dira, jarraipen eta atzemate lanean eraginez. Beste batzuk hibrido edo online bihurtu dira, aldi baterako edo betirako izango den jakin gabe, eta horrek ere eragina izan du eta zaildu egin du erakartze lan hori.

Hautagaitza aurkezteko materiala berritu egin da, informazioa, datuak, etab. etengabe egokituz.

Urtean zehar, guztira, 10 hautagaitza aurkeztu dira. Horietatik bat irabazi da, 2022an egingo den kongresu batekin zerikusia duena, 3 galdu dira eta gainerakoak azterketa fasean daude, antolatzaileen erabakiaren zain.

Hona hemen aurkeztutako 10 hautagaitzak:

Kongresua	Egingo den urtea	Egingo den data	Parte hartzaileak	Egoera
CILET CONGRESS	2022	10-25 / 10-28	170	Irabazia
ARTROSKOPIAREN ELKARTE ESPAINIARRAREN (AEA) KONGRESUA + BELAUNAREN ELKARTE ESPAINIARRAREN (SEROD) KONGRESUA BATERA	2023	05-24 / 05-26	1200	Azterketa fasea
WORLD ROWING COASTAL CHAMPIONSHIPS (WRCC)	2022	10-13 / 10-16	500	Azterketa fasea
GLAUKOMAREN SOZIJATE ESPAINIARRAREN (SEG) KONGRESUA	2022	03-10 / 03-12	600	Azterketa fasea
ODONTOLOGIA DIGITALAREN ETA TEKNOLOGIA BERRIEN SOZIJATE ESPAINIARRAREN (SOCE) KONGRESU NAZIONALA	2022	01-28 / 01-29	1000	Azterketa fasea
BIO-EUROPE SPRING	2021	03-22 / 03-24	2500	Azterketa fasea
AHOLKULARI FISKALEN ELKARTE ESPAINIARRAREN (AEDAF) KONGRESUA	2021	09-01 / 09-04	200	Azterketa fasea
DANCE WORLD CUP	2021	07-12 / 07-20	6000	Galdua
ELIFE INNOVATION SPRINT	2020	10-22 / 10-23	80	Galdua
POLESTAR-MCI SWEDEN	2020	04-28 / 06-05	45	Galdua

4.2.2. Sustapen ekintzak

Workshop-ak eta aurkezpenak

2020a urte bitxia izan da zentzu guztietan. Workshopetan, azoketan eta aurkezpenetan oso parte-hartze txikia izan da, gehienak bertan behera geratu edo atzeratu egin baitira. Parte-hartzea urteko azken bi hilabeteetan kontzentratu da, azaroan eta abenduan, eta birtuala izan da.

2020. urtean zehar honako ekitaldi hauetan hartu da parte modu birtualean:

Data	Izena
AZAROAREN 12A	Spain Box Event-Spain Convention Bureau. Merkatu frantsesa Kontaktua Frantziako 16 enpresa eta agentziarekin
AZAROAREN 24A	Spain Box Event-Spain Convention Bureau. Merkatu italiarra Kontaktua Italiako 15 enpresa eta agentziarekin
AZAROAREN 26A	UK Spain Convention Bureau merkatuaren jardunaldi birtuala Kontaktua 23 eroslerekin
ABENDUAREN 8TIK 10ERA	IBTM World 15 herrialdeko 20 kontaktu

Elkartutako Establezimenduak

Donostia Turismoarekin elkartutako enpresei aukera eman zitzaizen IMEX Azokan eta IBTM Azokan parte hartzeko (lehen bertan behera geratu zen azkenean, eta bigarrena birtualki egin zen). Bi azokak nazioarteko eta Europako MICE merkatuara zuzenduta daude.

Guztira, 4 enpresa elkartut hartu zuten parte IBTM Azokaren edizio birtualean. Honako hauek izan ziren: Kursaal Kongresu Jauregia, De Londres y de Inglaterra hotela, Basque Destination eta InBasque. 3 enpresak Basquetour agentziaren babesarekin parte hartu zuten, eta laugarrenak, berriz, Donostia Turismoaren ekimenez, elkartutako beste establezimendu bati parte hartzeko aukera emateko.

2020. urtean, Donostia Turismoko hainbat sektoretako **bazkideen kontaktua** eman da honako eskaera hauei erantzuteko:

- Donostian baieztatuta edo **hautagaitza fasean dauden kongresu edo bilera profesionalak** antolatzen dituzten nazioarteko eta Estatuko erakundeen 45 eskaerari.

- Donostian **pizgarri bidaia** bat antolatzeko interesa duten edo antolatzen ari diren erakundeen 5 eskaerari.

Zehazki, DMC enpresa eta kongresu antolatzaile profesionalen (KAP) enpresa bazkideen kontaktua eman zaie Donostian kongresu edo pizgarri bidaia bat antolatzeko interesa agertu duten ekitaldien 5 antolatzaile/sustatzailei.

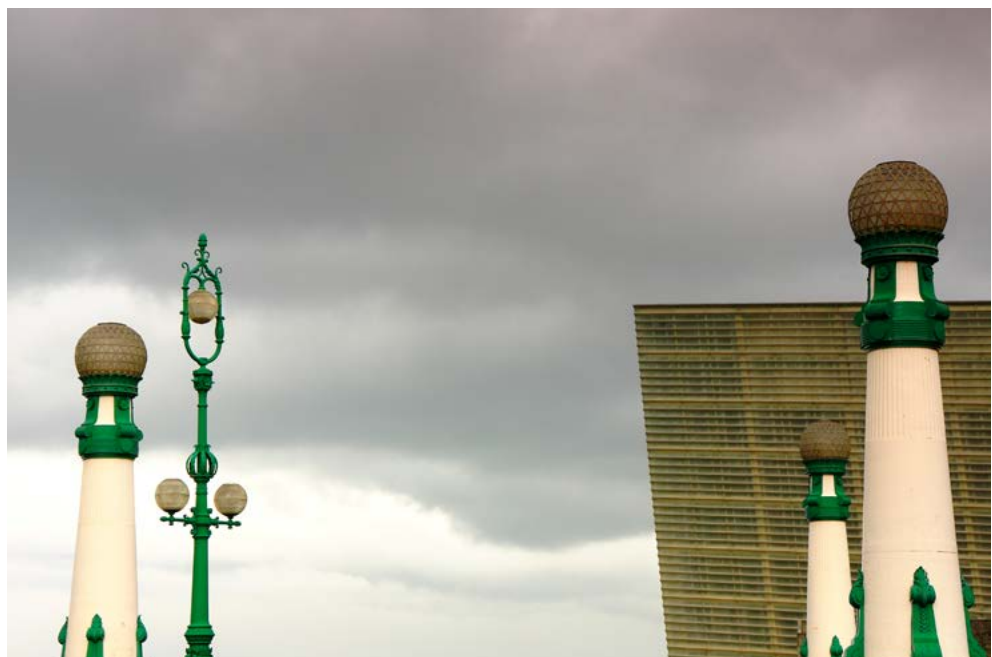
Beste jarduera batzuk

2020. urtean, pandemia dela eta, ez da lagundu Donostia sustatzeko **Fam trip**-ak antolatzen.

3 ikuskapen bisita egin ahal izan ziren beren ekitaldiak Donostian egiteko aukera baloratu nahi zuten zenbait kongresu antolatzaile/sustatzailerekin. Bisita horietako bi COVIDaren aurretik egin ziren, otsailean. Urtearen gainerakoan, ikuskapen bisita bakarra egin zen.

Erakundea	Datak	Pertsona kopurua	Jatorrizko herrialdea	Ekitaldia
MEWA Textil Management	2020/02/18	2	ALEMANIA	MEWA konbentzioa – 2022ko martxoaren 24tik 26ra - 90 pertsona - Bazfertua
MEDITERRANEAN EDITORS & TRANSLATORS (MET)	2020/02/19	3	INGALATERRA	MEDITERRANEAN EDITORS & TRANSLATORS MEETING (METM) – 2021eko urria - 200 pertsona – 2022ra atzeratua.
DANCE WORLD CUP	2020/09/17	1	INGALATERRA	DANCE WORLD CUP INTERNATIONAL – 2021eko uztailaren 12tik 20ra - 6.000 pertsona – 2024ko ekainean egiteko aukera aztertzen.

Halaber, **2 bilera komertzial** egin ziren zenbait kongresu sustatzailerekin, METM kongresua antolatzen duen batzordeko kideekin (2020ko urriko METM kongresuari begira) eta ESCIVirekin (2021/22ko CILECT kongresurako hautagaitzari begira).



4.2.3.

Beste jarduera batzuk

Spain Convention Bureau - Urteko Batzarra

2020. urtean, Spain Convention Bureau-ren Urteko Batzarraren egoitza Donostia zen. Ekitaldi horretan, ordezkaturako 57 hirietako convention bureau-etako teknikariek gain, ordezkari politikoek parte hartzen dute. Programa bi aldiz prestatu ondoren, bietan bertan behera utzi behar izan zen azken unean, covid-19aren ondorioz.

SCBrenkin negoziatu ondoren, ekitaldia atzeratzea lortu da, eta Donostia SCBren 2021eko Urteko Batzarraren egoitza izango da.

ENBAXADORE Programa



Donostia/San Sebastián **Enbaxadore** programak jendaurrean eta Gipuzkoako gizartearen aurrean aintzatetsi nahi du arlo mediko, zientifiko eta/edo teknologiko eta unibertsitarioko profesionalak hautagaitza bat aurkeztean eta kongresu bat antolatzeaz arduratzean egiten duten ahalegin pertsonala eta lanekoa. Hala, azpimarratu nahi da lan hori eta horrek gure ingurunean duen eragina, bai maila ekonomikoan, bai ezagutzaren sortzaile eta hedatzaile gisa.

Enbaxadore 2012an sortu zen, 450 ordezkari baino gehiagoko (topaketa nazionalen kasuan) eta 200 parte hartzaile baino gehiagoko (nazioarteko foroen kasuan) bilerak, ekitaldiak edo kongresuak antolatutako profesionalak bereizteko. "Klub" ospetsu honek 66 profesional ditu dagoeneko.

"Enbaxadore" berriak izendatzeko 2020rako aurreikusitako ekitaldia atzeratu egin behar izan da pandemiaren ondorioz. 2021ean 9 profesional berri izendatzea aurreikusi da:

LVI SIMPOSIO CIENTÍFICO DE AVICULTURA 2019

Antonio Alegre Millán

Hegazti Zientziako Espainiako Elkarte
(Asociación Española de Ciencia
Avícola)

I CONGRESO INTERNACIONAL DE TERRORISMO Yihadista, RESPUESTA CRIMINOLÓGICAS 2019

Antonio García Chazarra

Kriminologoen Euskal Elkarte

CHANGE THE CHANGE - INTERNATIONAL CONFERENCE ON CLIMATE CHANGE 2019

Elena Moreno

IHOBE

SIMPOSIO INTERNACIONAL DEL GRUPO ESPAÑOL DE INVESTIGACIÓN EN CANCER DE MAMA (GEICAM)

Isabel Álvarez López

Donostia Unibertsitate Ospitalea,
Onkologia Medikoa

Ander Urrutikoetxea Ribate,

Onkologikoa

INTERNATIONAL SOSORT MEETING 2021

Garikoitz Aristegui

Scoliosis - Posture Center

INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTEGRATED CARE (ICIC) 2019

Iñaki Gutierrez

BIOEF

17TH INTERNATIONAL SYMPOSIUM OF THE WORLD SOCIETY OF VICTIMOLOGY 2021

Gema Varona Martínez

José Luis de la Cuesta

Kriminologiaren Euskal Institutua-
IVAC/KREII



Informazioaren jarraipena, neurriak, erreferentziak eta arrakasta kasuak sektorean

Helmuga "konparagarrietako" MICE jardueraren jarraipena egin da, eta Donostia Turismoa atxikita dagoen organismoek (ICCA, SCB, ECM, BasqueTour), foro profesionalak (OPC, MICE Foroa) eta helmugek pandemiaren ondoriozko egoerari aurre egiteko planteatutako proposamenak aztertu dira.

Halaber, sektoreari buruzko informazioa bildu da, **webgunearen edukia** eguneratzeko eta hobekuntza ekintzak planteatzeko. Donostiak talentua eta ezagutza biltzen dituen helmuga gisa duen jarduerari buruzko **albisteak sortzeko** eta sektorearekin zerikusia duten **neurriak eta gomendioak** eguneratzeko (EHAako gomendioei jarraikiz), besteak beste.

MICE neurriak eta gomendioak

Donostia Turismoko Kongresu eta Ekitaldien lantaldeak zuekin gaudela adierazi nahi dizuegu momentu zail hauetan. Zuen kongresuarekin edozein goraberera baduzue, gogoratu hemen gaudela zuei laguntzeko. Laster zuekin izateko eta gure hiri zoragarrian ekitaldi ahaztezin baten antolaketan laguntzeko imkitan gaudela.

Ahal honetan COVID19k sortutako egoeraren inguruko informazioa eta prestakuntza aurkituko duzu, MICE sektorearentzat:

- Donostia MICE COVID-19 gomendioak | PDF (390 Kb) 
- Edukiera-mugak eta prebentzio-neurri zehatzak sektorearen arabera | PDF (375 Kb) 
- Espainiara airez edo itsasoz iristen diren bidaiarietarako beharrezkoak diren osasun-kontrolak | PDF (216 Kb) 

2020an, Donostiak ekitaldi profesionalen helmuga gisa eskaintzen duen ahalmena eta kalitatea aitortu eta zabaldu da hainbat aldizkari eta sare sozialetan:

2020/01/13 – Manufacturing Strategy – Oribay – Donostian 2018an egindako Automotive Glazing Europe Kongresuaren tokiko sustatzailea:

Ekaina 2020 – Donostia, RTA SPAIN DMCaren Destination of the Week kanpaina abiarazteko aukeratutako helmuga:

MICE sektoreak komunikabideetan, albisteetan, weban eta sare sozialetan duen agerpena **marketin eta komunikazio** atalean ikus daiteke.

4.3. Aisialdiko turismoa

4.3.1. Produktu Turistikoak

Produktu turistikoen departamentuaren helburu nagusia da helmuga finkatuko duten eta hiriko turismoaren nazioarteko helmuga gisa kokatuko duten produktu eta zerbitzu turistikoak diseinatzea eta garatzea, Visit-Bizi 2017-2021 Gida Planean ezarritako jarraibideei betetz, hala nola iraunkortasuna, benetakotasuna, deszentralizazioa sustatzea eta baliabide propioak sortzea.

Helburu hori lortzeko, hainbat ekintza gauzatzen dira:

- **Hainbat produktu** propio prestatzea.

- **Enpresa bazkideei** aholkularitza ematea beren jarduerak sortzeko.

- Bazkideen jarduerak zabaltea eta sustatzea, haien informazio kanalen bidez eta **azoketara eta workshopetara** joanda.

- Produktu turistiko propioak eta bazkideenak merkaturatzea turistak artatzeko bulegoetan eta on line dendan (**baliabide propioak sortzea**).



4.3.1.1

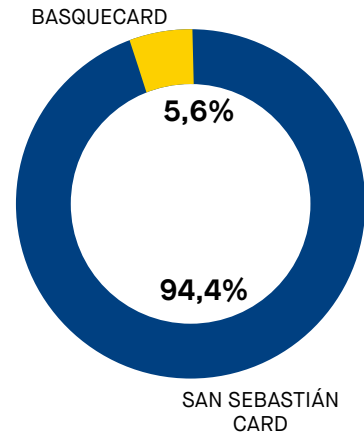
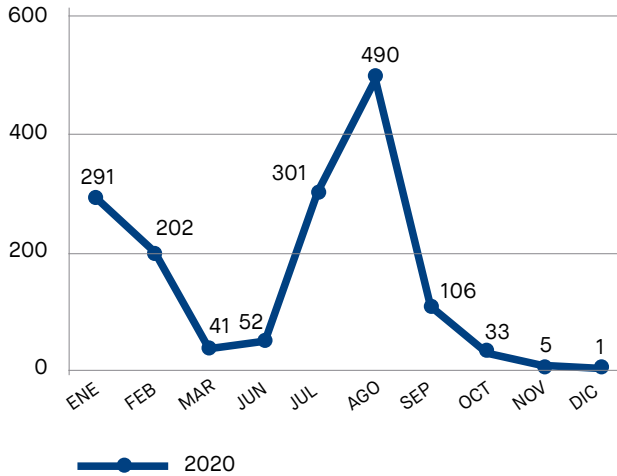
Produktu propioak

1. Txartel turistikoak

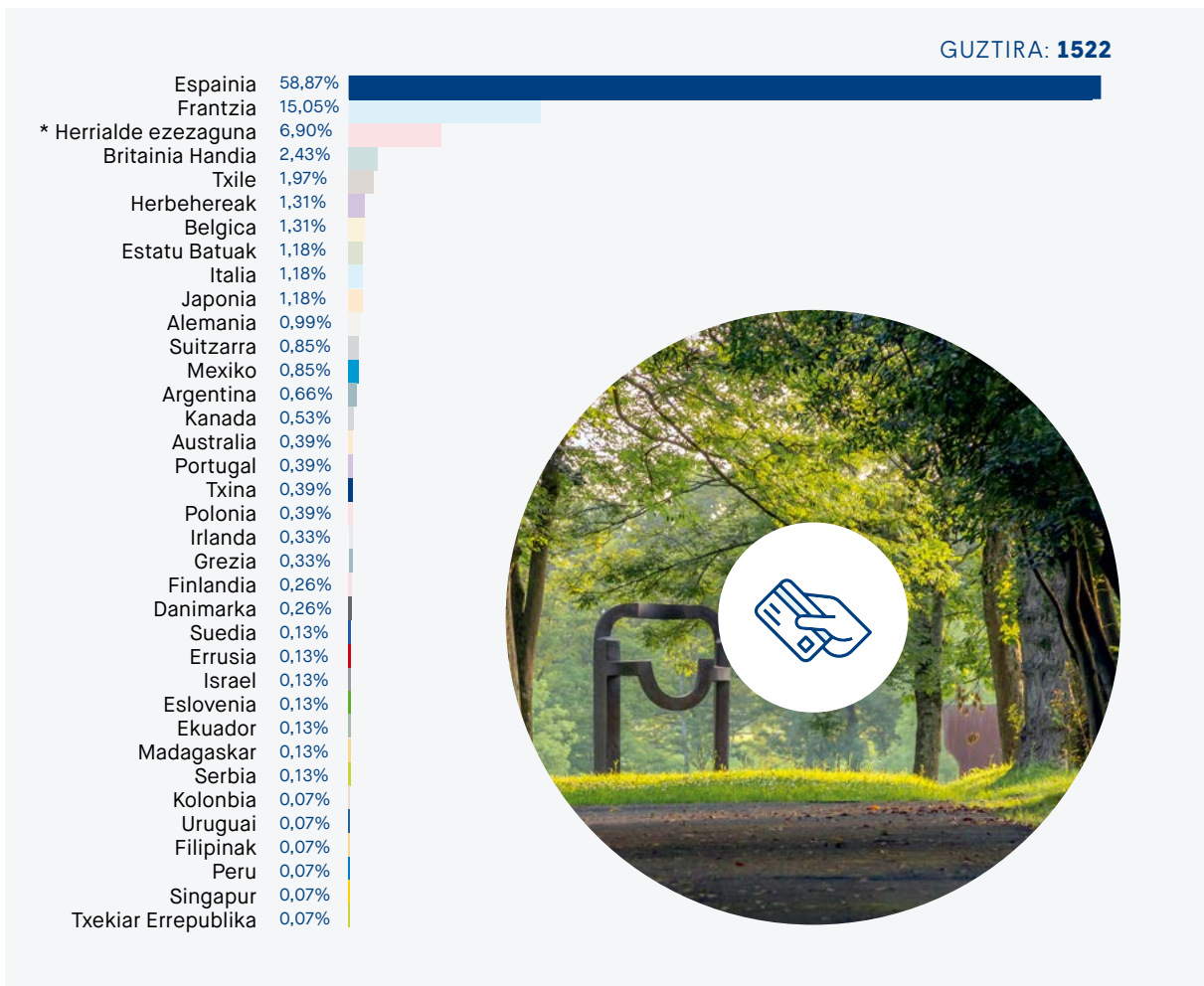
Txartel turistikoen bi ildoek bisitariari aukera ematen diote helmugaren ezagutzan sakontzeko, eta erakunde bazkideei (museoek, jatetxeek, saltokiek, etab.) eta garraio publikoko lineek eskaintzen dituzten deskontu eta abantaila garrantzitsuez baliatzen dira: **Donostia Card** (2 txartel), Donostia ezagutzeko, eta **Basquecard**, Donostia, Gipuzkoa eta Euskal Autonomia Erkidegoko hiriburuak ezagutzeko. Produktu honen helburua da bisitariak garraio publikoa erabiliz helmugak eskaintzen dituen ahalik eta baliabide kopuru handiena ezagutzea.



Saldutako aleak – Hileko sailkapena eta txartel motaren arabera



Jatorriak



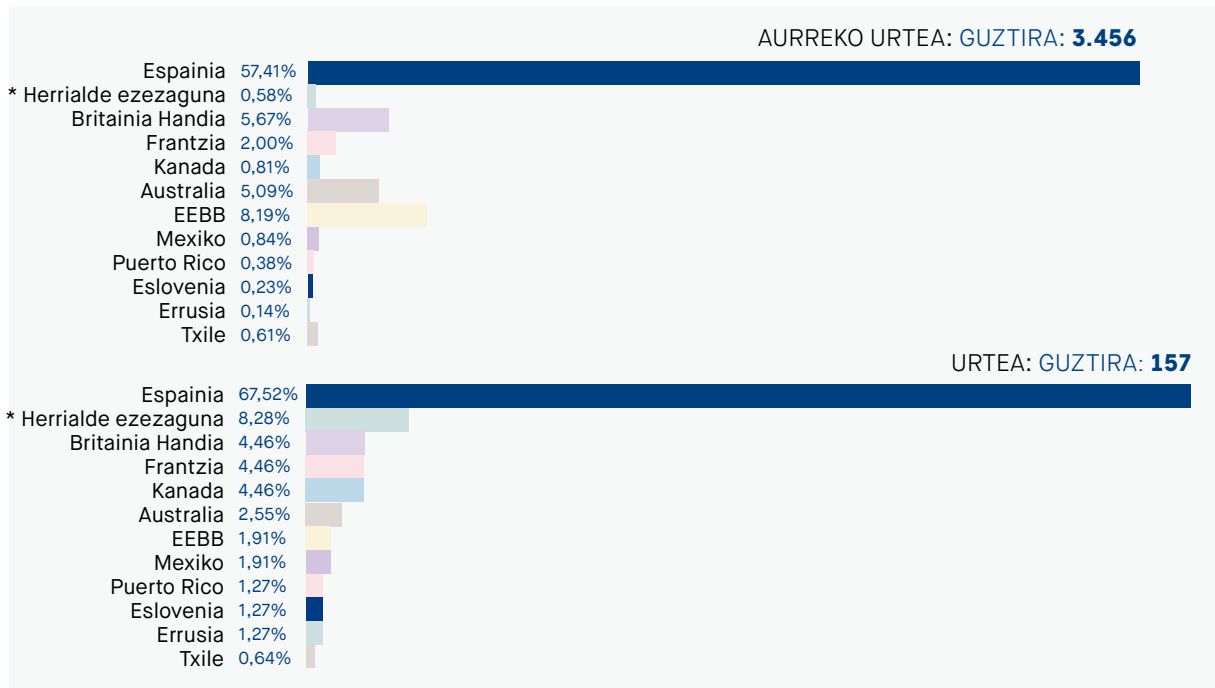
* Jatorri ezezaguna hoteletako salmenten ondorio da, oraindik ez baita haien jatorria sisteman irauli.

2. Bisita gidatuak Donostian

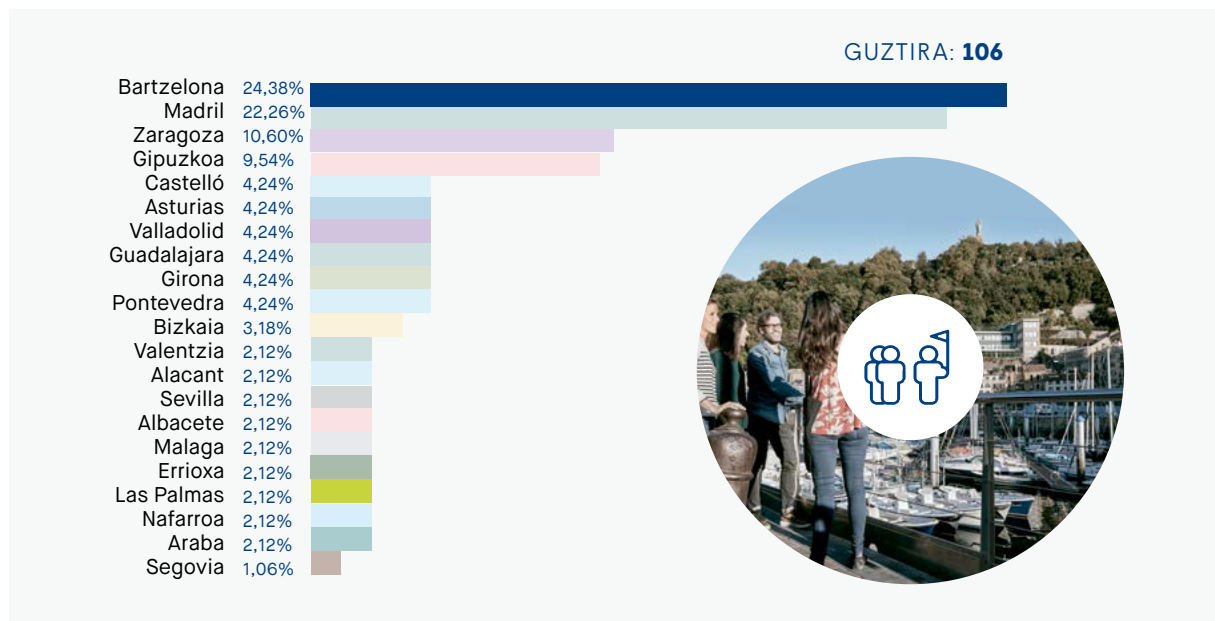
LOinezko bisita gidatuen bidez, bisitariak hiriko historia, kultura, ohiturak eta tradizioak ezagutzeko aukera izango du gida profesional baten eskutik. Lehiaketa martxoan amaituko da, eta ez da berrituko, tokiko enpresen eskaintza nahikoa baita produktu mota horretan.

Jatorriak

Orokorra



Nazionala



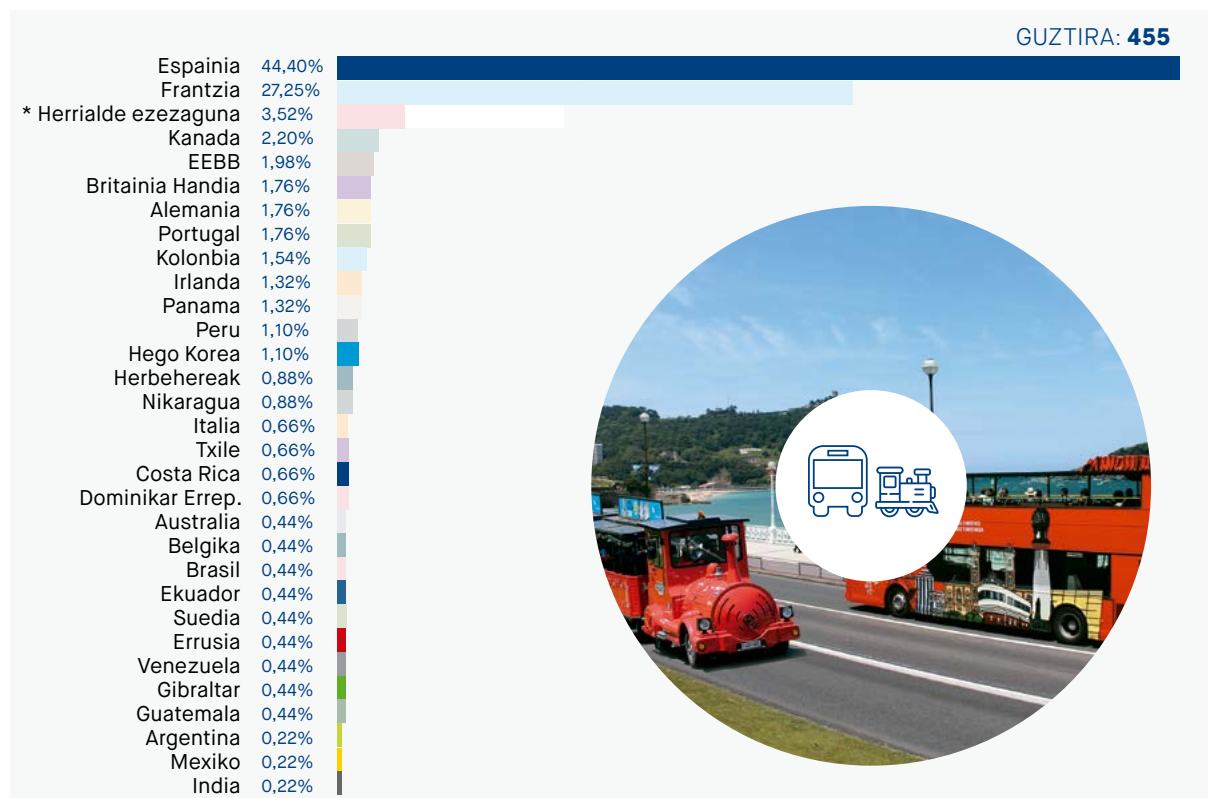
3. Garraio turistikoa

Bi garraiobide turistikoek (trena eta autobusa, hiri osoan zehar geltokiak dituztenak) hiriaz gozatzeko aukera eskaintzen diote bisitariari, baita hiriko hainbat gertaera historiko eta bitxikeria ezagutzeko aukera ere, zenbait ibilbideren bitartez.

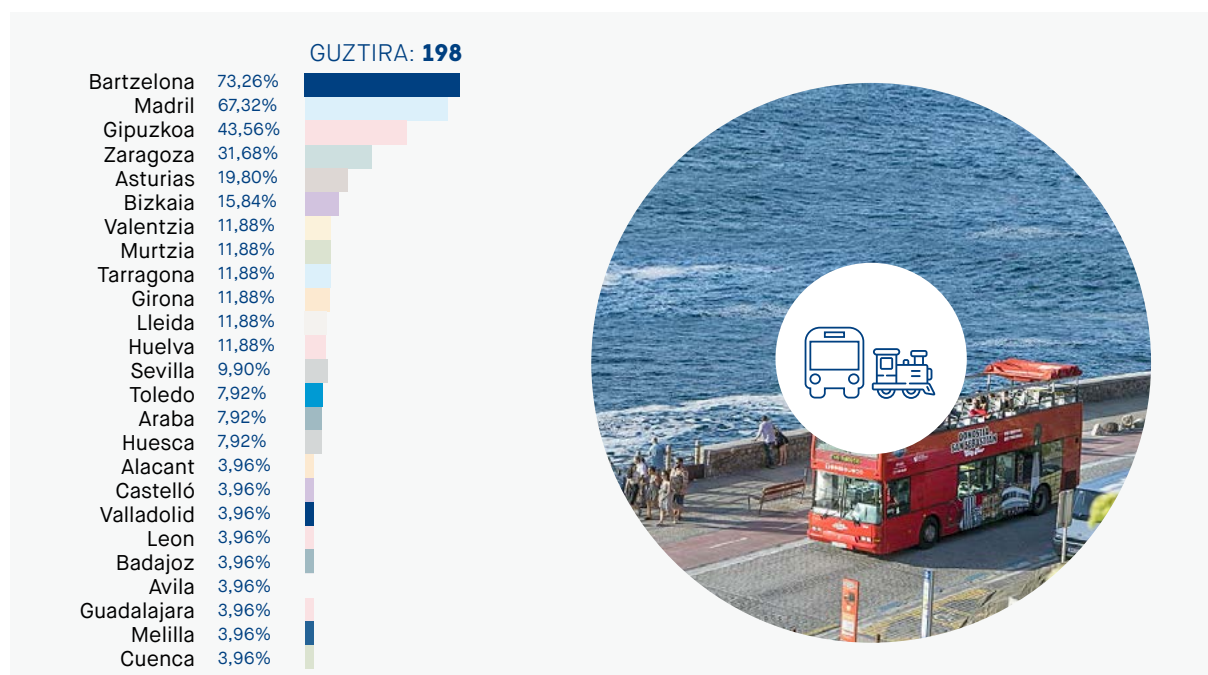
Garraio turistikoa normal aritu da martxoaren lehen astera arte. Data horretatik aurrera, trena ez da berriz ibili, eta busa, berriz, aldizka eta asteburuetan.

Jatorriak

Orokorra



Nazionala



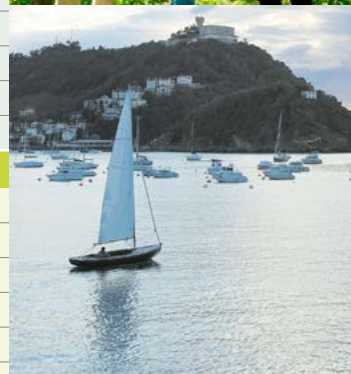
* Iturria: soilik web salmentetan eta Donostia Turismoko Bulegoetako salmentetatik jasotako datuak

4.3.1.2

**Elkartutako enpresen
produktuak**

Donostia Turismoak **askotariko jardueren eskaintza** jartzen du bisitariaren eskura. Eskaintza hori erakundeko **bazkide** diren hainbat **bertako enprekin** lankidetzan egiten da, batik bat city break sektorerara eta sektore gastronomikora zuzendutako produktuen zorro osoaren emaitza gisa.

CITY BREAK	
BISITA GIDATUAK ETA CITY TOUR-AK	
Donostia eta bere funtsa (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	SSGUIDES
Jauregitik jauregira (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	SSGUIDES
Parke lasaiak	SSGUIDES
Basoa deskubritzen	SSGUIDES
Antigua auzoa esploratzen	SSGUIDES
BELLE EPOQUE bisita	SSGUIDES
Autobus turistikoa	DT
eBIKE TOUR (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	GO LOCAL
BIKE TOUR (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	URBAN ADVENTURES
eBIKE 3 Hondartzak (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	GO LOCAL
GASTRONOMIKOAK	
Pintxo Tour english (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	URBAN
4 Pintxo Tour gaztelaniaz + pintxo tour ingelesez (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	DONOSTYLE
Errioxa bodegak ingelesez + Errioxa bodegak gaztelaniaz	DONOSTYLE
Euskal sukaldaritzako ikastaroa	DONOSTYLE
TXANGOAK	
Frantziako Kostaldeko Tourra (<i>gaz. / ing. / eus.</i>)	BASQUECOOLTUR
Frantziako Kostaldea Gaztelaniaz eta Frantziako Kostaldeko Tourra Ingelesez	DONOSTYLE
Bidasoa Tourra (<i>gaz. / ing. / eus.</i>)	BASQUECOOLTUR
Bilbao Guggenheim egun 1/2 Gazt. + Bilbao Guggenheim egun 1/2 Ingel	DONOSTYLE
Bilbao Gaztelugatxe (Gaztelaniaz) + Bilbao Gaztelugatxe (Ingelesez)	DONOSTYLE
Txakolin Bodega Gaztelaniaz + Txakolin Bodega Ingelesez	DONOSTYLE
Gipuzkoako Kostaldea Egun 1/2 Gazt. + Gipuzkoako Kostaldea Egun 1/2 Ingel.	DONOSTYLE
Urola Kostako Tourra (<i>gaz. / ing. / eus.</i>)	BASQUECOOLTUR
Flysch eta Txotx	SAGARDOAROUTE
Gipuzkoako Kostaldea Gaztelaniaz + Gipuzkoako Kostaldea Ingelesez	DONOSTYLE
3 Tenpluen Tourra Gaztelaniaz + 3 Tenpluen Tourra Ingelesez	DONOSTYLE
Hondarribia - Pasai Donibane Tourra	DONOSTYLE
ITSAS IBILALDIAK ETA KIROLAK	
Txalupak Uhartera – Linea Urdina	MOTORAS
Donostia Katamaran Zeharkaldia	CATAMARÁN
Trekking Euskal Mendietan Gazt. + Trekking Euskal Mendietan Ingel.	DONOSTYLE
St James Way Trekking (<i>english</i>)	URBAN ADVENTURES
Alokairua Body Board	FORTUNA
Piragua Alokairua	FORTUNA
Sup Taulen Alokairua	FORTUNA
XL Sup taulen alokairua	FORTUNA
Oria ibaiaren jetsiera kayak-ean	BEGI BISTAN
Paseoa belauntzian (<i>goiz eta arratsaldez</i>)	NAVEGAVELA
Donostia - Getaria belauntzian	NAVEGAVELA
Donostia - Pasaia belauntzian	NAVEGAVELA
Arrantza untzian	ORIBAY TOURS
Merlin untzian irteera	BOAT TRIP SS
Luxury untzian irteera	BOAT TRIP SS
Kayak Urumean barrena + Sagardotegia	PETITREGI



EUSKAL KULTURA	
Galarreta Pilota	GALARRETA
Bisita + Galarreta Pilota	GALARRETA
Bazkaria + Afaría Sagardoetxeari bisita	SAGARDOETXEA
Petritegi Sagardotegi Bazkaria + Afaría	PETRITTEGI
Bazkaria + Sagardotegi Afaría + Garraioa	SAGARDOAROUTE
Talai Berri upategiari bisita	TALAI BERRI
Talai Berri upategia familian	TALAI BERRI
Talai Berri bisita + Show Cooking	TALAI BERRI
MUSEOAK, AISIALDIA ETA IKUSKIZUNAK	
Kasinoa + Premium Kasinoa	
2 Orduko Talaso Zirkuitua	
Bazkaria + Afaría + Talaso 2 ordu	
Eureka Museoa	
Eureka Museoa + Planetarioa	
Albaola Museoa	
Aquarium sarrera	
San Telmo sarrera	
Chilida Leku sarrera	

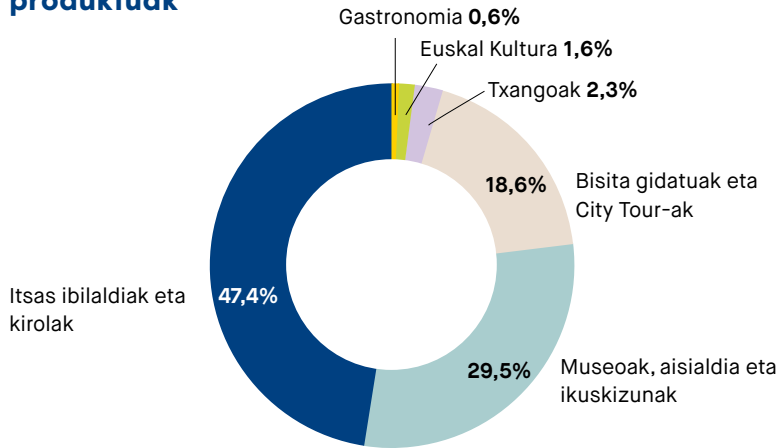


4.3.1.2

Produktu turistikoak merkaturatzea

Helmugaren eskaintza azken bezeroarengana hurbiltzeko, jarduera guztiak zuzenean saltzen dira, bai bulegoetan, bai Donostia Turismoaren online shop zerbitzuan.

Elkartutako enpresen produktuk



Jatorriak

Orokorra

GUZTIRA: 2.205

Espainia	63,99%
Frantzia	24,81%
* Herrialde ezezaguna	3,13%
Herbehereak	0,95%
Belgika	0,91%
Argentina	0,82%
Italia	0,63%
Suitza	0,63%
Kolonbia	0,59%
Alemania	0,54%
Japonia	0,36%
Irlanda	0,32%
Luxenburgo	0,27%
Britainia Handia	0,63%
Mexiko	0,23%
EEBB	0,18%
Eslovenia	0,18%
Panama	0,18%
Australia	0,14%
Kanada	0,14%
Peru	0,09%
Ukraina	0,09%
Danimarka	0,09%
Singapur	0,09%
Andorra	0,09%
Guatemala	0,09%
Heard eta	0,09%
McDonald uharteak	
Niue uhartea	0,09%
Suedia	0,05%
Errusia	0,05%



4.3.2. Bisitariari arreta

2020. urtean, bulegoan lagundu zaien pertsonen kopuruak % 84,83ko beherakada izan du 2019. urtearekin alderatuta. Datu horiek ulertzeko, kontuan hartu behar da ia hiru hilabetetan (03/14tik 06/08ra bitarte) bulegoak itxita egon direla eta jarduerari berriz ekin zaionean autobus geltokiko informazioarena ez irekitzea erabaki dela, ez baitzuten betetzen beharrezkoak ziren osasun baldintzak, bisitarien zain langileentzat.

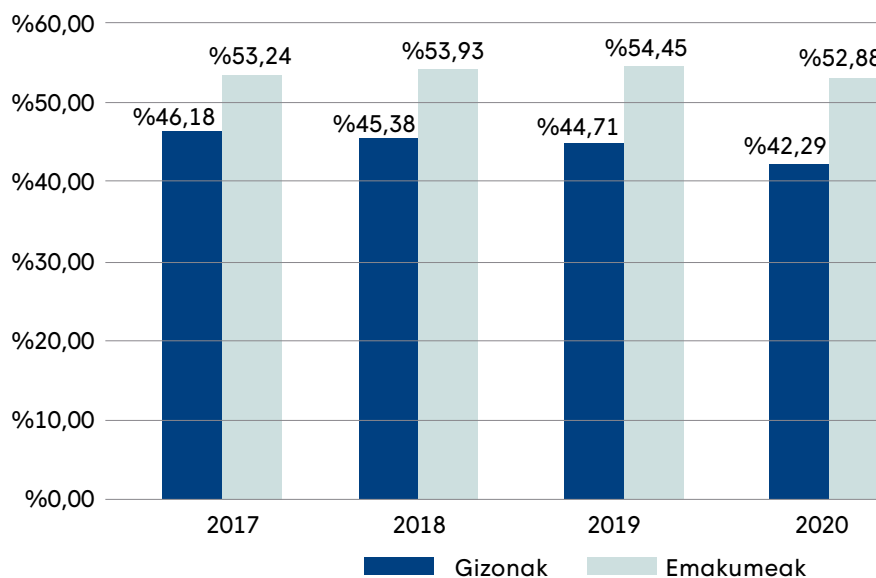
Datu horiek berak generoaren arabera bereiziz gero ikus dezakegunez, jarraitu egin du azken urteetako joerak, hau da, bulegoetara joan diren emakumeak gizonak baino gehiago izan dira.

Donostiako Turismo Bulegoa

Bizitarrak Guztira	2018	2019	2020	
Urtarrila	5.797	4.686	4.738	%1,11
Otsaila	5.357	6.079	6.702	%10,25
Martxoa	9.625	10.289	1.881	%-81,72
Apirila	15.495	16.197	0	%-100
Maiatza	21.642	17.759	0	%-100
Ekaina	24.444	23.614	1.656	%-92,99
Uztaila	44.341	39.797	8.451	%-78,76
Abuztua	63.893	50.715	9.899	%-80,48
Iraila	37.953	35.741	3.772	%-89,45
Urria	21.574	16.170	2.090	%-87,07
Azaroa	9.248	5.845	226	%-96,13
Abendua	8.328	6.897	395	%-94,27
GUZTIRA	267.697	233.789	39.810	%-84,83

* Iturria: ITOURBASK

Turismo Bulegoko bisitariak, generoaren arabera



* Iturria: ITOURBASK

4.3.3.

Azokak eta workshop-ak

Covid-19a dela eta, bertan behera geratu dira aurreikusitako feria eta workshop guztiak. 3 ekitalditan parte hartu da:

Estatuko azokak	Nazioarteko azokak
FITUR (Madril)	WTM (birtuala)
NAVARTUR (Iruña)	

4.3.4.

Fam trip-ak edo agenteen bidaiak

Agenteei Donostia Turismoa ezagutzera emateko aurreikusitako bidaiak ere bertan behera geratu dira pandemiaren ondorioz. Bidaia bakarra egin daiteke:

	Tipología	Agente kopurua	Jatorrizko herrialdea	Hilabetea	Antolatzailea
GEOTOUS	Kulturala	1	Israel	Urtarrila	DSS TURISMO



4.4. Helmuga turistikoa kudeaketa

Donostia Turismoak helmuga turistikoa kudeaketa lan egiten jarraitu du 2020. urtean, eta honako alderdi hauek landu ditu nagusiki: elkartutako enpresa turistikoen kudeaketa jasagarri, arduratsu eta kalitateko baterako laguntza, Udaleko departamentuekiko eta beste administrazio publiko batzuekiko gobernantzaren hobekuntza, eta helmugaren hobekuntza, ekintza zehatzetan oinarrituta (seinaleztapen turistikoa hobekuntza, irisgarritasuna, mugikortasuna eta abar).

Covid-19ak 2020ko martxoaz geroztik eragindako osasun larrialdiak neurri handian aldatu ditu helburuak eta epeak. Enpresa turistikoa asko itxita egon dira luzaroan, eta, hori dela eta, epe batzuk ezin izan dira bete, baina, hala ere, aurrez ezarritako lan ildo batzuk egin ahal izan dira.

4.4.1. Jardunak sektorearekin

1. Jardunaldiak eta lantegiak

Enpresa turistikoa prestatzeko lanarekin jarraitu da, baina ez da era guztiz presentzialean egin, online formatuan baizik. Parte-hartzea ez da hain handia izan, prestakuntza horiek jaso ditzaketen enpresetako langile gehienek ABEEE (aldi baterako enplegu erregulazioko espediente) bat izan baitute.

Bi prestakuntza egin dira: lehena presentziala izan zen eta konfinamendua deklaratu aurretik egin zen; bigarrena, berriz, abenduan egin zen, formatu birtualean. Jarduera turistikoa berrabiarazi arte, eta alderdi digitalak enpresentzat garrantzi handia hartu duen aldi honetan, Email marketineko tresnen ezagutzara bideratu dira prestakuntzak ("Mailchimp").

Azken urtean arrakasta handiarekin egin den "Taldea egiten" jardunaldia ezin izan da presentzialki egin. Hori dela eta, gogobetetasunak behera egin du nabarmen, enpresen arteko interakzio pertsonala jardunaldiaren arrakastaren gako nagusietako bat baitzen. Jardunaldia martxorako antolatuta zegoen, eta Turismo Jasagarriko zinegotzi berria (Cristina Lagé) aurkezteko aukera baliatu nahi zen, baina bertan behera utzi behar izan zen konfinamenduaren ondorioz.



2020ko martxoaren 3an Londres hotelean egindako "Mailchimp" prestakuntza

Azkenean, jardunaldia abenduan egin zen, online formatuan, eta Turismo Jasangarriko zinegotzi Cristina Lagék, Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalak eta Verne Tourism Experta aholkularitza enpresako Iñaki Gaztelumendi adituak parte hartu zuten. Azken horrek, indarrean dagoen Turismoaren Gida Plana covid-19ak eragindako egoera berrira egokitzeaz gain, mundu osoko turismoak pandemiaren testuinguruan duen egoera deskribatu zuen.

Jardunaldia	Lekua	Data	Bertaratuak		Balorazioa (1-10)
			Empresak	Pertsonak	
"Email marketing Mailchimp-arekin" prestakuntza	Londres hotela	2020/3/3	34	48	8,33
Donostia Turismoko bazkideentzako jardunaldi berezia	On line	2020/12/1	44	50	Ez zen egin gogobetetasunari buruzko inkestarik
"Email marketing Mailchimp-arekin II" prestakuntza	On line	2020/12/16	13	16	9,20
BERTARATUAK GUZTIRA			91	114	8,76

2. Enpresa turistikoaren lehiakortasuna hobetzeko ekintzak

Helmugako jardunbide egokien programa (SICTED)



Arrazoi nagusiak enpresa turistikoak urteko aldi luzeetan itxita egon izana eta aurrekontua bera izan dira. Izan ere, Basquetour agentziak lehiakortasun programa horretarako erreserbatutako finantza baliabideak sektorerako zuzeneko laguntza ekonomikoetara bideratu dira, haien jarraipena bermatzeko.

Smart Business



Arrazoi berengatik, Smart Business programa ere 2021. urtera atzeratu da.

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa



Basquetour Turismoaren Euskal Agentziak esperientzia pilotu bat abiarazi du 2020an, enpresa turistikotik Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa ezartzeko.

Horren bidez, enpresaren memoria bat landu nahi da, nolabait ere turismo arduratsua osatzen duten 8 ardatz nagusien inguruan enpresak egiten dituen jardueri eta prozesuei dagokienez. Hona hemen 8 ardatz horiek:

- Turistekiko elkar ulertzean eta errespetuan laguntzea
- Berdintasuna, inklusioa eta aniztasunetikiko tolerantzia
- Jasangarritasuna
- Tokiko tradizioaren eta kulturaren sustapena
- Gizateriaren kultura ondarearen zaintza
- Bikaintasuna eta profesionaltasuna
- Pertsonen eskubideekiko errespetua
- Sektoreko langile eta enpresentzako tratu egokia

Esperientzia pilotu horretarako, Donostia Turismoarekin elkartutako 15 enpresak parte hartzea lortu zen. Haietako 13k amaitu zuten prozesua, eta zortzi ardatz horiei buruzko memoria egin eta aurkeztu zuten.

Proiektuaren emaitza eta Basquetour agentziaren balorazioa (2020. urtearen amaierarako aurreikusi dena) 2021. urtearen hasierara atzeratu da.

3. Elkartutako enpresentzako informazioa

2020. urtean bizi izandako osasun larrialdiko egoeraren eta, batez ere, martxoan, apirilean eta maiatzean jarduera turistikoa etenda geratu izanaren ondorioz, Donostia Turismoak etengabeko informazioa eman die enpresa turistikoei oso garrantzi handiko gaien inguruan: bizitokien itxieraren komunikazioa, larrialdietarako irekita geratzen diren bizitokien kontrola eta itxieraren ulean Euskadin blokeatuta geratzen diren turisten identifikazioa, osasun protokoloen, laguntza ekonomikoen eta deskonfinamendu baldintzen komunikazioa eta abar.



4.4.2.

**Jasangarritasun
turistikoa**

2020. urtean, alde batera utzi dira Mugikortasuneko eta Ingurumeneko departamentuekin eta Cristina-enea Fundazioarekin batera turismo jasangarriaren inguruan garatzen ari ziren lan ildoak. Enpresen aldi baterako itxierak eragotzi egiten du jasangarritasun turistikoa sustatzeko aurreikusitako ekintzak ezartzeko aukera.

Hala ere, aurrera egin da jasangarritasunaren zutabeetako bat den irisgarritasun turistikoa benetan baliagarriak diren hainbat tresna ezartzeko lanean.

4.4.2.1. Irisgarritasuna hobetzeko jardunak (dibertsitate funtzionala)

2020ko udaberrian, Donostiako irisgarritasun turistikoa webgunea argitaratu zen. Guztiz eskuragarri dagoen webgunea da, eta, bertan, 44 baliabide eta zerbitzu turistikoren irisgarritasun baldintzei buruzko informazio guztia aurki daiteke.

Horrela, beraz, mugitzeko, ikusteko edo entzuteko arazoan edota bestelako arazoan ondorioz premia espezifikoak dituen erabiltzaile batek aurrez jakin dezake zer aukera eta zailtasun izan ditzakeen baliabide turistikoa batera egiten duen bisitan

Oso erraz sar daiteke irisgarritasun turistikoa webgunean (<https://accessibility.sansebastianaturismoa.eus/es/>) Donostia Turismoaren webgune nagusiaren bitartez.

Aldi berean, Donostia Turismoaren webgune nagusiak (<https://www.sansebastianaturismoa.eus/es/>) eskaintzen duen irisgarritasun mailaren diagnostikoa egin da eta irisgarritasun

hobea lortzeko hobetu beharreko arloak detektatu dira.

2020. urtean irisgarritasun turistikoa inguruan ezarritako beste ekintza batzuen artean, turismo liburuxkaren edukia braillez eskaintzeko berrikuntza eta hiriko semaforo eta bus geltoki nagusietako audioa abiarazten duten aginteak lagatzeko sistema bat abian jarri izana azpimarra daitezke.

2020. urtean, gainera, Donostia Turismoak hizlari gisa parte hartu du turismo jasangarriari buruzko hainbat foro eta kongresutan, eta erakundearen lan ildoak azaldu ditu bertan:

- Madrilgo Erkidegoko Helmuga Turistikoetako Irisgarritasun Estrategikoaren II. Jardunaldiak (2020ko irailaren 16an)
- Tur4all Kongresua – Irisgarritasuna helmuga adimendunetan (online egin zen)

4.4.2.2. Azpiegiturak hobetzeko jardunak (mugikortasuna/irisgarritasuna/seinaleztapena)

Hotel berrietara bideratzeko seinaleak jartzeko hainbat eskaera jaso dira, baina ezin dira diseinatu eta instalatu; izan ere, topoaren igarobideko obregatik hiriarren erdigunean egindako trafiko mozketak iraunkorak izango dira eta trafikoaren noranzko aldaketa handiak eragingo dituzte. Beraz, itxaron egin beharko da.

Halaber, hiriko hainbat gune estrategikotan dauden "kokapen mapak" aldatu dira, informazioa eguneratu egin da, diseinua hiriko marka turistikoa berrira egokitu da, eta meteorologiaren gorabeherak kaltetutako oinezkoentzako seinaleztapen turistikoa sistema birjarri da.

Bestalde, 2020ko udan, jarduera turistikoa (hurbilekoa nagusiki) suspertuko zela kontuan hartuta eta gobernua garraio publikoan aglomerazioak saihesteko aldera ibilgailu propioetan bidaiatzeko egindako gomendioei jarraikiz, Turismo Jasangarriko zinegotziak Illunbe disuasioko aparkaleku gisa berrabiaraztea bultzatu zuen, hiriko erdialderako doako autobus anezkako zerbitzuarekin.

Zerbitzua uztailaren 7tik abuztuaren 31ra bitarte jarri zen abian, 11:00etatik 23:00etara, eta administrazio publikoak (Mugikortasun Departamentuak, Donostiako Sustapenak eta Donostia Turismoak) zein ekimen pribatuak

(Sshops-ek) hartu zuten parte. Autobus anezkak Errondo pasealekuraino garraiatzen zituen erabiltzaileak, 20 minutuko maiztasunarekin.

Guztira, 13.916 bidaiarik erabili zuten autobus anezkako zerbitzua (4.339 bidaiarik uztailean, eta 9.577k abuztuaren).

Gabonetarako ere antzeko kanpaina bat prestatu zen, baina agintariekin pandemia geldiarazteko ezarritako mugikortasun murrizketen ondorioz, ezin izan zen abian jarri.

4.4.2.3. Behatokia

Parametro turistiko nagusien xedea eta bilakaera hobeto ezagutzeko, hainbat informazio iturri aztertzen dira, eta datu eta ondorio nagusiak Donostia Turismoarekin elkartutako enpresei zuzendutako intranetean biltzen dira.

Azterketaaldi turistikoen arabera egiten da: urtarrila-maiatza, ekaina-iraila eta urria-abendua. 2020. urtean, pandemiaren ondorioz, uztailetik irailera eta urritik abendura bitarteko datuak baino ez dira eguneratu.



Ostatu gauen azterketa. EUSTATek eta EINek ostatu gauen, bisitarien jatorrien eta abarren bilakaerari buruz bildutako datuak aztertzen dira.

Ostatuen azterketa. Ostatuaren eskaintzaren, egituraren, okupazioaren, prezioaren eta abarren bilakaera aztertzen da hilean behin, Booking eta Airbnb-ren datuen bidez.

Komunikabideetako presentziaren azterketa. Albisteen jarraipenaren bidez, hiriri eta nazioarteko sailkapenetan duen presentziari buruzko erreportajerik nabarmenenak jasotzen dira.

Online entzute aktiboa. TripAdvisor-etik, bidaia blogetatik, sare sozialetatik eta abarretik bildutako datuetan oinarrituta, helmugaren posizionamendua eta ospea aztertzen da.

Webgunearen eta sare sozialen azterketa. Webgunearen eta sare sozialen datuak eta Google Adwords-en kanpainen errendimendua eta eraginkortasuna aztertzen dira.

Bisitariaren profila eta gogobetetasuna. Inkesten bidez, bisitarien helmuga turistikoarekiko gogobetetasunari dagokionez duten pertzepzioa aztertzen da.



5. Antolamendua eta Administrazioa

Donostia Turismoak giza baliabideen eta baliabide materialen kudeaketari, finantza kudeaketari eta erakundearen etengabeko hobekuntzari lotutako prozesuak diseinatu, planifikatu, garatu eta haien jarraipena egiten du, honako helburu hauek lortzeko:

- Erakundearen arlo guztien garapenean eta helburuen lorpenean eragina duten zeharkako alderdi guztien funtzionamendu ona ziurtatzea, eta lan prozesuetan hobekuntzak proposatu eta ezartzea.
- Baliabideak (giza baliabideak, baliabide ekonomikoak eta baliabide materialak) erakundearen premietara egokitzea.
- Langileen gogobetetasuna hobetzea.
- Legearen betetzea ziurtatu eta zaintzea.

5.1. Balantze ekonomikoa

Egikaritze laburpena 2020

Langile gastuak	-1.647.368,62
Gastu arruntak	-1.451.643,51
Hornikuntzak	57.211,43
Amortizazioa	-43.058,21
	-3.084.858,91
Foru Aldundia	60.000,00
Eusko Jaurlaritza	155.484,97
Baliabide propioak	122.576,34
Bazkideen ekarpena	-2.301,00
Beste sarrera batzuk	3.210,79
Urteko balantzera transferitutako kapital sarrerak	37.834,70
Udaletxea	2.768.740,07
	3.145.545,87

5.2. Pertsonak

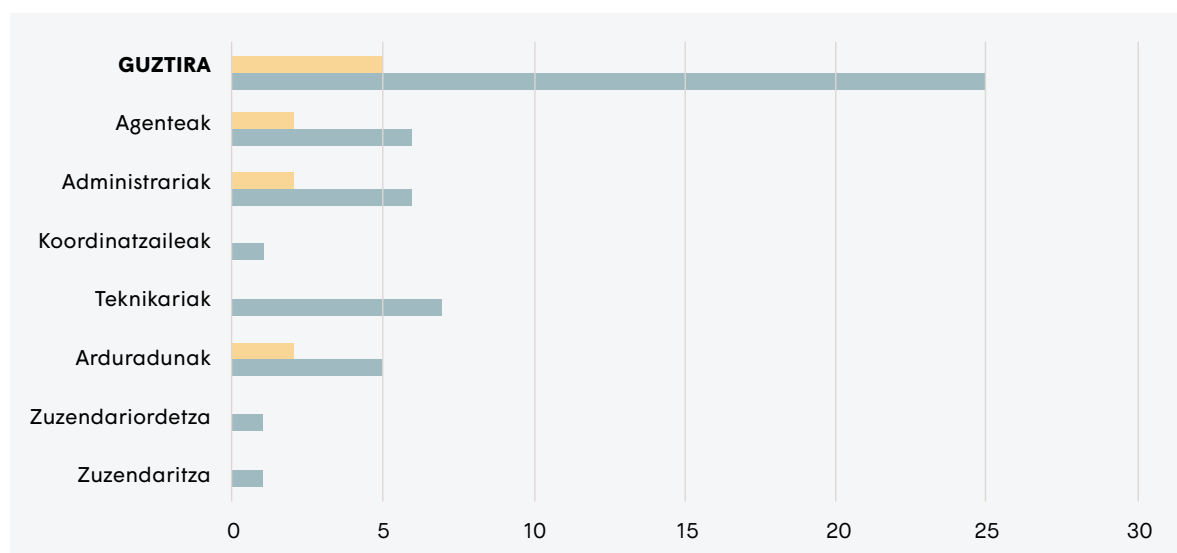
Ondorengo ataletan, erakundea osatzen duten pertsonen datu estatistikoak emango ditugu.

Postuen kategoriak

2020ko postuak	Emakumeak	Gizonak
Zuzendaritza	1	0
Zuzendariordetza	1	0
Arduradunak	5	2
Teknikariak	7	0
Koordinatzaileak	1	0
Administrariak	4	1
Agenteak	6	2
GUZTIRA	25	5

Postuen kategoriak

■ Gizonak
 ■ Emakumeak



Lan harreman motak:

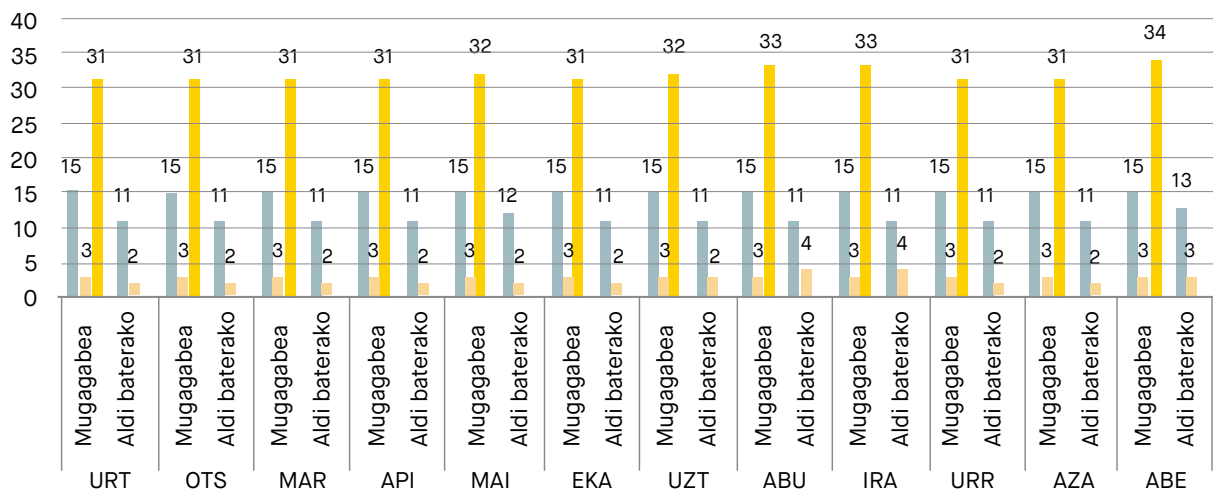
Kontrataturako pertsonen kopurua		2020		
		Emakumeak	Gizonak	Kontrataturako pertsonak, guztira
Urtarrila	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterako	11	2	
Otsaila	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterako	11	2	
Martxo	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterako	11	2	
Apirila	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterako	11	2	
Maiatza	Mugagabea	15	3	32
	Aldi baterako	12	2	
Ekaina	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterako	11	2	
Uztaila	Mugagabea	15	3	32
	Aldi baterako	11	3	
Abuztua	Aldi baterako	15	3	33
	Mugagabea	11	4	
Iraila	Aldi baterako	15	3	33
	Mugagabea	11	4	
Urria	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterako	11	2	
Azaroa	Mugagabea	15	0	31
	Aldi baterako	11	3	
Abendua	Mugagabea	15	3	34
	Aldi baterako	13	3	

Kontrataturako pertsonak,
Guztira

2020 Gizonak

2020 Kontrataturako
pertsonak, guztira

2020 Emakumeak



Absentismoa

ABSENTISMOA *aldi baterako ezintasunagatik bajaran emandako lanaldietan oinarrituta kalkulatua	2020
	%3,45

Donostia turismoko pertsonen egindako prestakuntza ekintzak

ZUZENDARITZA TREBETASUNAK GARATZEKO LANTEGIAK

MOTIBAZIO ETA TALDE LANEKO LANTEGIA

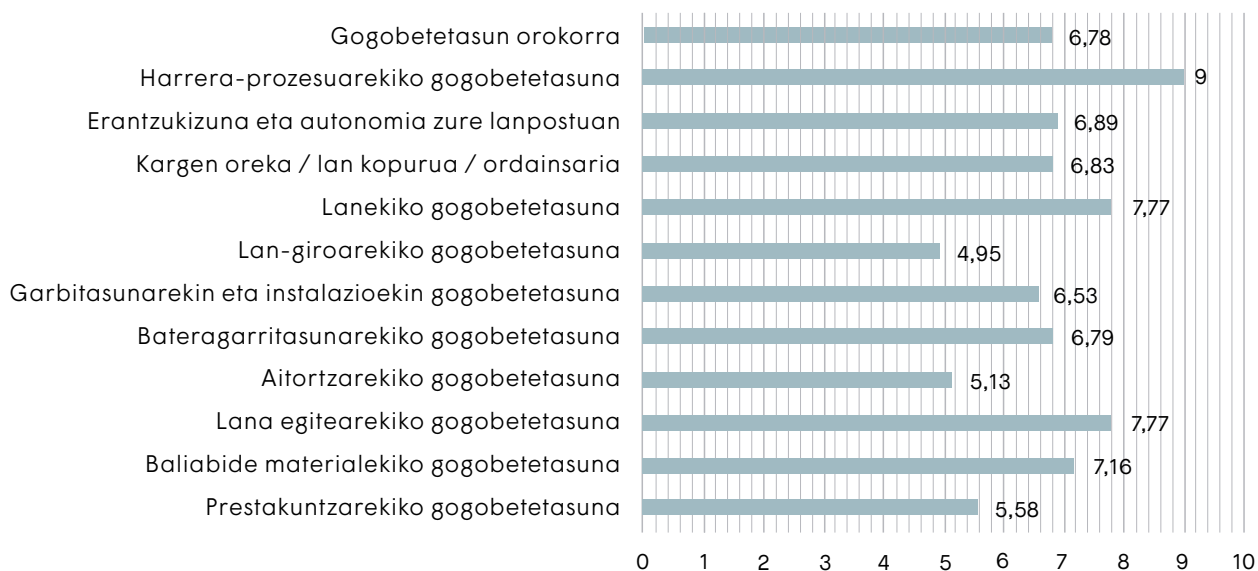
BERDINTASUNEN PRESTAKUNTZA

OINARRIZKO KONTABILITATEA

BALIABIDE/HOTELETARAKO BISITAK:

- Santa Marta Museoa
- E-bike
- Itsas Museoa
- Eureka!Zientzia Museoa
- Sagardo Route
- Mimo Donostia
- San Telmo Museoa (zenbait erakusketa)
- One Shot Tabakalera hotela
- Arbaso hotela
- Arrizul Beach hotela
- Arrizul Congress hotela
- Villa Favorita hotela
- Axel hotela
- Abba hotela
- Catalonia hotela
- Cristina Enea Rooms hotela
- Boutique Bidaia hotela
- Donostia eta bere funtsa

Ianarekiko barneko gogobetetasunaren emaitzak, 2020



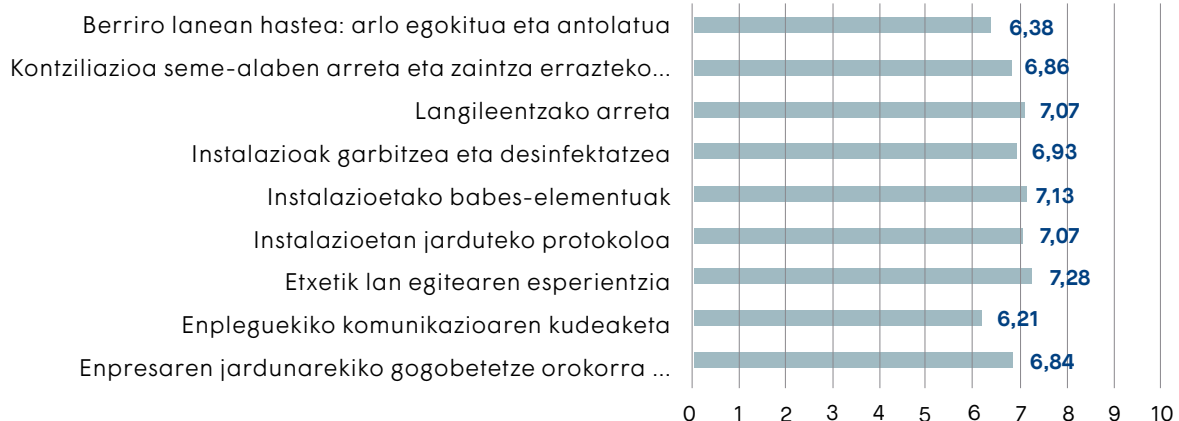
Covid-19aren ondoriozko antolaketa neurriak

2020. urtean, Donostia Turismoak, gizarte osoak bezala, pandemiak antolamendu egituran eta gure betebeharren garapenean izan zitzakeen ondorioak arintzeko beharrezkoak ziren neurriak ezarri behar izan ditu.

Neurri horien artean, kontingentzien protokoloaren abiaraztea aipatu beharra dago. Protokolo horretan, kutsatzeko arriskuari aurrea hartzeko eta lantokian kasuak agertuz gero erantzuna emateko neurriak zehaztu dira. Funtsezko neurrietako bat lanpostu gehienetan urruneko lana egokitu izana da.

Aldia	Zerbitzua	Lan mota	Pertsona kopurua
		*Urruneko lana edo – *Presentziala	
2020/05/24ra arte	Zerbitzu guztiak	Urruneko lana	31
2020/05/25etik 2020/06/07ra	Barne kudeaketako departamentuak	Presentziala	10/11
		Urruneko lana	12/13
	Informazio eta harrera zerbitzua (barne kudeaketa baino ez)	Presentziala	5
		Urruneko lana	5
2020/06/8tik aurrera	Barne kudeaketako departamentuak	Presentziala	10/11
		Urruneko lana	12/13
	Informazio eta harrera zerbitzua (jendearentzako arreta)	Presentziala	10

Enpresaren kudeaketarekiko gogobetetzea covid-19aren aldian



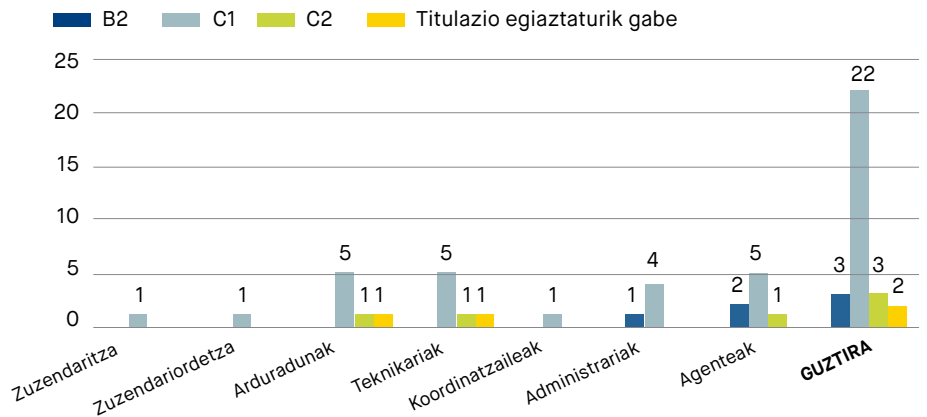
5.3. Euskara plana

Azken urte hauetan, Donostia Turismoak, Udalaren mendeko sozietate publikoa den aldetik, nabarmen egin du aurrera euskara normalizatzeko prozesuan. Horretarako, ezarpenaldiak dituen plan bat du, eta erakundearen kanpoko zein barneko esparrura zuzendutako ekintzak egin ditu, hala nola langileak euskara ikastaroetara joateko araudi baten onarpena.

Euskera plana

Postua	Euskara maila			
	B2	C1	C2	Titulazio egiaztaturik gabe
Zuzendaritza		1		
Zuzendariordetza		1		
Arduradunak		5	1	1
Teknikariak		5	1	1
Koordinatzaileak		1		
Administrariak		4		
Agentek	1	5	1	
GUZTIRA	2	21	3	2

Euskara mailak, postuaren arabera



5.4. Berdintasun plana

Donostia Turismoa, bere berdintasunaren diagnostikoa egiteko prozesua amaitu ondoren, erakundearen egoerari eta erakundea osatzen duten emakume eta gizonei buruzko informazioa biltzen hasi da, berdintasun politiketan estrategikotzat hartutako alderdiei dagokienez. 2020. urtean, **Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako lehen Plana** garatu da, adierazitako diagnostikoan lortutako emaitzetan oinarrituta.

Berdintasun Planaren baliagarritasuna bermatzeko, diagnostikoaren ondorioak hartu dira kontuan, eta, batez ere, hobetu beharreko alderdiak eta sistematizatu beharrekoak, era informalagoan lantzen baitziren.

Planak izaera estrategikoa du, lau urterako lan ildoak ezartzen ditu, eta proposatutako helburuak lortzera bideratutako esku-hartze ekintza batzuk eta Planak enpresan duen ezarpen maila eta inpaktua ebaluatzea ahalbidetzen duten hainbat adierazle zehazten ditu.

Azken batean, Berdintasun Planaren helburua da erakundearen jardura berdintasun arloan bideratuko duen, erakundea osatzen duten pertsona guztien parte-hartzea bermatuko duen eta erakundea osatzen duten emakume eta gizonen (langileen zein erakundeak ematen dituen zerbitzuen erabiltzaileen) premietara eta interesetara egokitutako jardunbideak eta esku-hartzeak sustatuko dituen tresna praktikoa izatea.

Kontziliazio arduratsurako neurriak	2020an neurriak baliatu dituzten pertsonen kopurua		
	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Kontziliazio neurriak			
Aitatasun baimena	0	1	1
Amatasun baimena (6. astetik aurrera)	1	1	2
Edoskitze baimena	0	0	0
Legezko jagoiteagatiko lanaldi murrizketa (12 urtetik beherakoak)	3	0	3
Adingabeak zaintzeko eszedentzia (3 urtetik beherakoak)	0	0	0
Senideak zaintzeko eszedentzia	0	0	0
Borondatezko eszedentzia	2	0	2
Soldatarik gabeko baimena	1	0	1
Denbora malgutasuna eta laneko espazioa	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Sartzeko eta irteteko malgutasuna	26	5	31
Eguerdian gelditzeko malgutasuna	26	5	31
Opor zatikatuak aukeratzeko malgutasuna	26	5	31

5.5. Kudeaketa aurreratuaren eredua

Konpromisoa: kudeaketaren hobekuntzak bere aurrekariak izan ditu, hots, erakundeak urteetan izan dituen kalitate ziurtagiriak (Kalitate Turistikoaren Q ziurtagiria 2012. urtera arte, eta ITBetarako 2018. urtera arte) eta 2012. urteaz geroztik EFQM ereduari egindako jarraipena.

Lehen autoebaluazioa 2020. urtean egin zen, Kudeaketa Aurreratuko Ereduari jarraikiz eta eredu hori kudeaketa eredugarritzat hartuta, erakundearen kudeaketan etengabe hobetzen jarraitzeko helburuarekin.

5.6. Ingurumenarekiko konpromisoa

Donostia Turismoa ingurumenarekin konprometituta eta sentsibilizatuta dago, eta ingurumenarekiko errespetua txertatu da haren jardun guztietan.

Horretarako, konpromisoa hartu du ingurumenari eta garapen jasangarriari lotutako ahalik eta jardunbiderik onenei jarraitzeko, erakundearen ingurumen portaeran etengabeko hobekuntza lortzeko helburuarekin. Honako helburu hauek proposatzen dira, besteak beste:

Ingurumenarekiko politika eta konpromiso hori erakunde langile guztiei jakitera ematea.

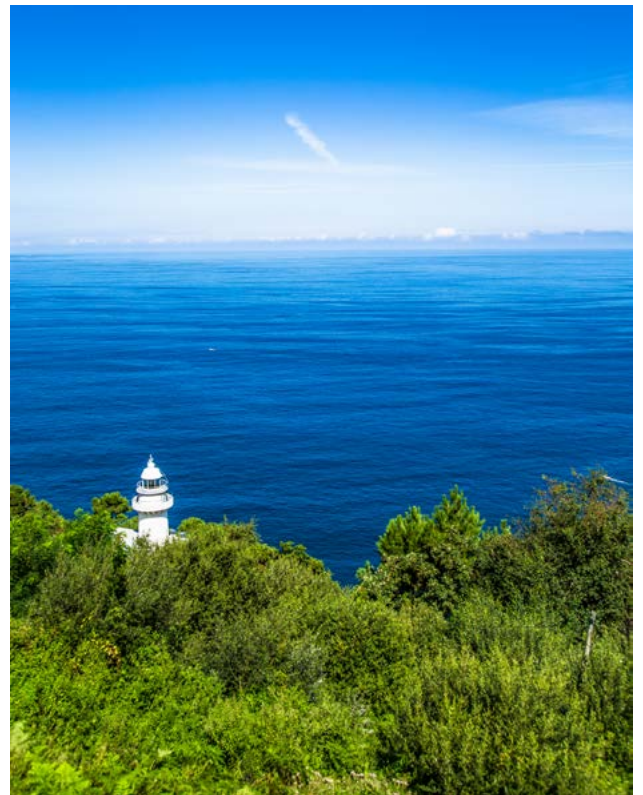
Indarrean dagoen ingurumen legeria guztia betetzea.

Donostiako Agenda 21eko proposamenetan aktiboki parte hartzea.

Energiaren eta baliabideen kontsumoa murriztea eta, horretarako, murrizketa metodo eraginkorrek sustatzea.

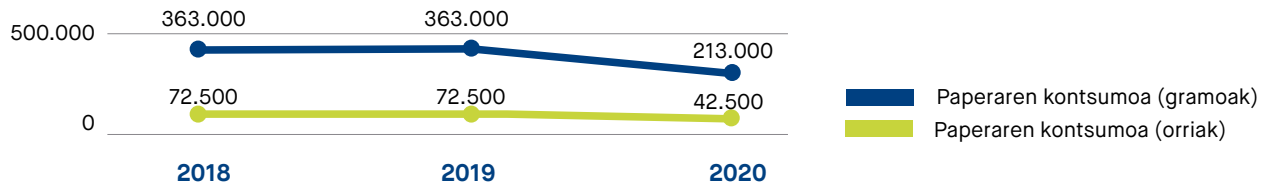
Materialen kontsumoa murriztea, bota ordez birziklatzea (ahal denean), eta birziklatzea eta material birziklatuen erabilera sustatzea.

Ahal den guztietan, ingurumenean kalterik txikiena eragiten duten produkzio materialak erabiltzea.



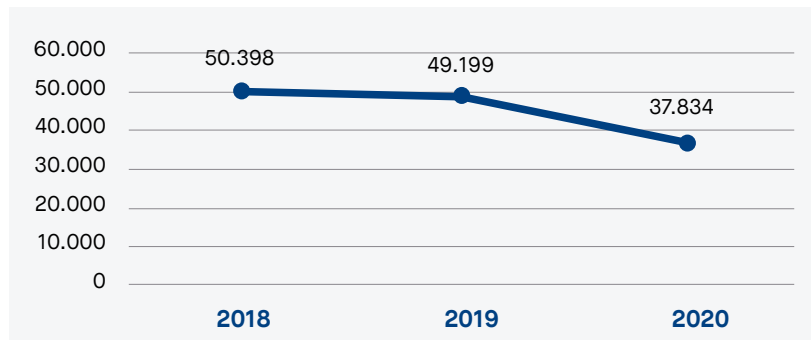
Paperaren kontsumoa

	2018	2019	2020
Paperaren kontsumoa (orriak)	72.500	72.500	42.500
Paperaren kontsumoa (gramoak)	363.000	363.000	213.000



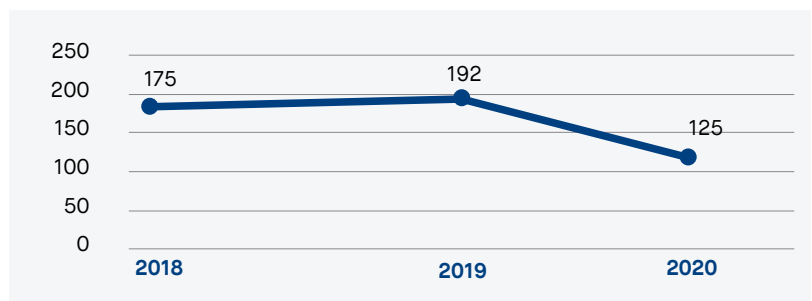
Elektrizitatearen kontsumoa (kWh)

2018	2019	2020
50.398	49.198	37.833



Uraren kontsumoa (litroak)

2018	2019	2020
175	192	125





6.

Aintzatespenak

6.1.

Txostenetan parte hartzea

2020an, Donostia Turismoak honako txosten hauetan parte hartu du:

II TUR4All Kongresua

helmuga adimendunetako irisgarritasunari buruzkoa.

Online, 2020ko azaroa.

Txostena Donostia Turismoko Helmugaren Kudeaketako arduradun Garikoitz Muñozek azaldu zuen.

Madrilgo Erkidegoko helmuga turistikotako

Irisgarritasun Estrategikoaren II. Jardunaldiak.

Online, 2020 irailaren 16an.

Txostena Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalak azaldu zuen.

Helmuga turistikoa adimendunak.

Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalak mahai-inguruan parte hartu zuen. 2020ko ekainaren 18an.

6.2.

Ordezkaritzen bisitak

Covid-19ak eragindako osasun alertako egoera dela eta, 2020. urtean ezin izan ziren artatu hiriari eta bertako estrategia turistikoa iruzikatzeko interesa zuten nazioarteko ordezkariak batzuk.



7.

Sare nazionaletan eta nazioartekoetan parte hartzea

ICCA - International Congress & Conference Association

Munduko kongresu, konbentzio eta pizgarrien enpresa, erakunde eta jauregi nagusiak ordezkatzen dituen munduko elkarte. Mundu osoko 80 herrialdetako 850 konpainiak osatzen dute.

ECM – European Cities Marketing

Europako hiriburu-turismo erakunde eta convention bureau-en sarea, ezagutza partekatze, ikuspegi operatibotik elkarrekin lan egiteko eta merkatu eta aukera berriak bilatzeko. Informazioaren, teknologiaren, ikerketaren, estatistikaren, marketinaren eta komunikazioaren arloetan dihardu.

Gaur egun, 32 herrialdetako 134 hiri europar daude sarean ordezkatuta.

Donostia Turismoak halakotzat parte hartzen dugu sarean, baita lantalde hauetan ere: City Cards, IKT, Digital Knowledge, Statistics and Research.

SCB - Spain Convention Bureau

Espainiako convention bureau-en elkarte, bazkide-tuta dauden hirietarako sustapen bateratuko ekintzak maila nazionaletan eta nazioartekoan egitea helburu nagusi duena. Donostia Turismoa elkarte lantaldeko kidea da.

Iturbask – Turismo Bulegoen Euskal Sarea

Turismo Bulegoen Euskal Sarea, Euskal Autonomia Erkidegoko turismo bulego nagusiek osatua. Euskal Autonomia Erkidegoa.

OPC Basque Country – Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen dituzten enpresa profesionalen euskal elkartea

Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen espezializatutako enpresak biltzen ditu, beren profesionaltasunak, esperientziak, eraginkortasunak, ikaskuntzak, sormenak, berrikuntzak, jasangarritasunak, efikaziak... bermatzen dituztenak. Enpresa erabakigarriak dira eta, gainera, kalitate handia eskaintzen dute zerbitzuen kudeaketan.

EAEko helmugak

Marka honen pean bildutako helmugak sustatzea helburu duen sarea. Honako hauek osatzen dute: Bilbao Turismo, Gasteizko kongresuen eta turismoaren udal zerbitzua, Bidasoa Activa (Hondarribia, Irun eta Hendaia), Zarauzko turismo bulegoa eta Donostia Turismoa.

Euskaliteko laguntzaileak

Bikaintasunerako Euskal Fundazioaren laguntzaileak. Fundazio horren egitekoa da kudeaketa aurreratuaren elementuak euskal erakundeetan aplikatu daitezkeen sustatzea, eta, horrela, EAEren lehiakortasunean eta garapen jasangarrian laguntzea.

Gaur egun 700 bat enpresak laguntzen dute, eta horietatik 13 sektore turistikokoak dira.

Euskadi Gastronomika

Produktuen bikaintasuna eta gure sukaldarien lan ona Euskadiren nortasun ezaugarriak dira. Euskadi Gastronomika Klubak gastronomia ulertzeko modu hori bultzatzen du, eskakizun eta konpromiso irizpide batzuk betetzen dituzten jatetxe, taberna, denda eta bestelako establezimendu gastronomikoez osatutako sarearen bidez.

Surfing Euskadi

Euskal Autonomia Erkidegoko surf turismoaren garapen iraunkor eta antolatuan inplikaturik dauden 70 enpresa eta erakundeek osatzen dute Surfing Euskadi produktu kluba. Bere eskaintza, surfa egiteko baldintza ezin hobeetan eta beste erakargarri turistiko batzuekin konbinatuta, klubeko enpresen profesionaltasunean oinarritzen da.

European Best Destination

Bruselan kokatutako Europako erakunde bat da, eta European kultura eta turismoa sustatzea du helburu, turismo erakundeekin eta EDEN sarearekin elkarlanean. Europako helmugan kalitatea eta aniztasuna sustatzen ditu.

Euskadi euskal kostaldea

Helmuga turistikoen sare orekatua, produktu eta zerbitzu turistikoren berezi eta kalitatezkoek osatua, eskarira egokituak, ekonomikoki errentagarriak, ingurumenarekin eta tokiko nortasunarekin bateragarriak, eta gizarte ongizate handiena sortzen dutenak.

Turismoaren Mundu Erakunde (TME)

Turismoaren esparruan nazioarteko erakunde nagusia den aldetik, TMEk hazkunde ekonomikoaren, garapen inklusiboaren eta ingurumen jasangarritasunaren eragile gisa sustatzen du turismoa, eta lidergoa eta babesa eskaintzen dio sektoreari, ezagutzak handitzeko eta mundu osoan politika turistikoa bultzatzeko.



**Donostia
San Sebastián**

sansebastianturismoa.eus