



**Donostia
San Sebastián**

memoria **2021**

EUS



memoria
2021

aurkibidea

1.- SARRERA	04
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	18
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 Donostia Turismoa Erakundearen Bazkideak diren establezimenduak	22
4. 2021KO JARDUKETAK	26
4.1 Marketina eta komunikazioa	26
4.1.1 Kanpaina eta ekintza nabariak	28
4.1.2 Webgunea eta sare sozialak	45
4.1.3 Press trips edo prentsa bidaiak /Bloggers.....	54
4.1.4 Prentsaurrekoak eta buletinak	55
4.1.5 Argitalpenak.....	57
4.2 MICE Turismoa	60
4.2.1 Ekitaldi profesionalak erakartzea.....	62
4.2.2 Sustapen ekintzak.....	64
4.2.3 Beste jarduera batzuk	67
4.3 Aisialdiko turismoa	71
4.3.1 Produktu turistikoak	71
4.3.1.1. Produktu propioak	72
4.3.1.2. Elkartutako enpresen produktuak	77
4.3.1.3. Produktu Turistikoen Komertzializazioa	79
4.3.2 Bisitariari arreta.....	79
4.3.3 Azokak eta workshop-ak.....	80
4.3.4 Fam tripak edo agenteen bidaiak	81
4.4 Helmuga turistikoaren kudeaketa	82
4.4.1 Jardunak sektorearekin.....	82
4.4.2 Jasangarritasun turistikoa	86
4.4.2.1. Irisgarritasuna hobetzeko jardunak, dibertsitate funtzionala	86
4.4.2.2. Azpiegiturak hobetzeko jarduketak: mugikortasuna, irisgarritasuna eta seinaleztapena	87
4.4.2.3. Behatokia	88
5. TURISMOAREN ANTOLAKETA ETA ADMINISTRAZIOA.....	90
5.1 Balantze ekonomikoa.....	90
5.2 Pertsonak.....	90
5.3 Euskara plana	94
5.4 Berdintasun plana	95
5.5 Kudeaketa plan aurreratua.....	96
5.6 Ingurumenarekiko konpromisoa.....	96
6. FORO ETA JARDUNALDIETAN PARTE HARTZEA.....	98
7. SARE NAZIONALETAN ETA NAZIOARTEKOETAN PARTE HARTZEA	100

1.

Sarrera

Donostia Turismoak 2017-2021 Gida Plana du eta urteko ekintza-plana aurrera eramateko eta zehaztutako erronka estrategikoak lortzeko balio du.

Plan honetan, hiru erronka nagusi nabarmentzen dira:

- 1. Turismoguneko kudeaketa ereduaren optimizazioa**
- 2. Donostia marka finkatzea eta marketineko estrategiak berritzea**
- 3. Donostian turismoaren gobernantza eta antolaketa eredu berri bat zehaztea**

2021a urte konplexua izan da turismoguneentzat eta industria turistikoarentzat. Turismoaren egungo egoera eta covid-19aren krisia direla eta, aldaketa ekonomiko, soziokultural eta ingurumenekoen konplexutasuna eta aldakortasuna gero eta handiagoa da maila globalean eta horrek eragin handia du estatuko eta nazioarteko turismo-sisteman.

Inguruneko aldaketetara etengabe eta modu iraunkorren egokitzeari lotutako konplexutasun handia dela-eta, turismoaren berritze estrategikoko prozesu bati ekin behar zaio turismogunearen kudeaketaren ikuspegitik.

—→ **Inguruneko aldaketetara etengabe eta modu iraunkorren egokitzeari lotutako konplexutasun handia dela-eta, turismoaren berritze estrategikoko prozesu bati ekin behar zaio turismogunearen kudeaketaren ikuspegitik.**

Horregatik guztiagatik, 2020aren amaieran, Donostiako Turismoaren Gida Plana eguneratu zen, besteak beste, ingurune politiko, ekonomiko, soziokultural, teknologiko, ekologiko eta legaleko faktoreak zehatz-mehatz aztertzekeo tresnak jasotzeko, eta, horrela, ingurunetik datozen mehatxuak eta aukerak identifikatu ahal izateko.

Eguneratze horren ondorioz, Gida Planean jada definitutako ildo estrategiko nagusiak mantentzen dira, Donostiako garapen turistikoaren turismogunearen iraunkortasunean, orekan, kalitatean eta autentikotasunean oinarrituz, eta garapen-ardatzak lehenetsiz, hala nola helmuga turistiko adimenduna, lehiarako zaintzaren eta adimen turistikoaren sistema diseinatzeko helburuarekin. Lehenetsitako merkatuei dagokienez, 2021ean oinarri hartu beharreko merkatuak identifikatu dira; izan ere, gertutasunagatik, litekeena da gure turismogunea errazago hautatzea.



2. Helmugaren balantze turistikoa

2.1. Ostatu gauen bilakaera

2021. urte hasiera mugikortasun-murrizketek mugatu dute eta udara hasierara arte ez da errekuperatzerik lortu. Uztailean 2019an (pandemia aurretik) lortutako ia ostatu-gau kopuru berberak lortu ziren eta abuztuan % 7,80 egin zuten gora. Hurrengo hilabeteetan, datuak igo edo jaitsi

egin ziren. Kutsatze-olatuaren arabera izan zen igoera edo jaitsiera, eta urrian nabarmendu zen igoera (2019ko datuekin alderatuta, +% 4,95). Urteko itxierak % 92,55eko igoera izan du 2020arekin alderatuta, eta % 29,59ko jaitsiera 2019arekin alderatuta.

Ostatu gauak

Bilakaera ostatu gauen kopuruan	2017	Aldea 16/17	2018	Aldea 17/18	2019	Aldea 18/19	2020	Aldea 19/20	2021	Aldea 20/21
GUZTIRA	1.293.857	2,24%	1.413.667	9,26%	1.524.664	7,85%	557.536	-63,43%	1.073.533	92,55%

2019arekin alderatuta beherakada handiena izan duten hilabeteak urtearen lehen zatian kontzentratu dira, urtarriletik maiatzera. Hala ere, 2020arekin alderatuta igorea egon da, urte horretan gertatu baitzen biztanleriaren konfinamendua eta EUSTATEk ez baitzuen daturik eman.

→ **Urteko itxierak % 92,55eko igoera izan du 2020arekin alderatuta, eta % 29,59ko jaitsiera 2019arekin alderatuta.**

Ostatu gauak

Bilakaera ostatu gauen kopuruan	2019	2020	2021	Gehik.19/21	Gehik.19/21
Urtarrila	71.263	78.469	15.769	-77,87%	-79,90%
Otsaila	69.996	80.039	13.331	-80,95%	-83,34%
Martxoa	102.448	0	34.025	-66,79%	
Apirila	132.523	0	36.537	-72,43%	
Maiatza	143.059	0	48.109	-66,37%	
Ekaina	153.080	12.435	87.473	-42,86%	603,44%
Uztaila	174.329	105.154	155.274	-10,93%	47,66%
Abuztua	186.562	135.124	201.107	7,80%	48,83%
Iraila	155.466	68.053	142.867	-8,10%	109,93%
Urria	148.086	48.721	147.195	-0,60%	202,12%
Azaroa	99.577	11.397	104.504	4,95%	816,94%
Abendua	88.275	18.144	87.342	-1,06%	381,38%
GUZTIRA	1.524.664	557.536	1.073.533	92,55%	92,55%

Iturria: EUSTAT

Udako denboraldiko datuetan soilik jartzen baldin badugu arreta, 2020. urtearekin alderatuta % 48,32ko igoera gertatu da, eta 2019ko datuekin alderatuta % 1,25eko jaitsiera.

Bilakaera udan Ostatu gauka

	Urtea	GUZTIRA	%
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%
	2021	356.381	48,32%

Iturria: EUSTAT

2.2.

Okupazio maila Donostian logelaren, hilabetearen eta asteko egun bakoitzaren arabera

Okupazio mailari dagokionez, jarraian, hileko datuak zehaztu ditugu lanegunen eta asteburuaren arabera, eta bi kasuetan, okupaziorik handiena abuztuan gertatu zen. Lanegunak aztertuz gero, iraila, uztaila eta

urria izango lirateke okupazio handieneko hilabeteak, eta asteburuetan, irailean eta urrian uztailean baino okupazio handiagoa egon da.

Okupazio maila Donostian, gelaren, hilabetearen eta asteko egunaren arabera

Udalerrria	Hilabetea	GUZTIRA				Lanegunak				Asteburua			
		2019	2020	2021	Dif.	2019	2020	2021	Dif.	2019	2020	2021	Dif.
Donostia	Urtarrila	48,6	55,1	17,6	-37,5	43,9	50,8	15,3	-35,5	61,8	65,4	22,4	-43,0
	Otsaila	53,1	61,0	18,0	-43,0	45,2	52,3	17,1	-35,2	72,8	80,0	20,0	-60,0
	Martxoa	65,1	42,0	32,8	-9,2	57,3	40,4	28,5	-11,9	81,5	46,9	44,9	-2,0
	Apirila	77,9	-	29,9		75,0	-	28,8		85,9	-	32,4	
	Maiatza	84,3	-	35,0		81,9	-	29,1		90,3	-	49,0	
	Ekaina	89,0	28,4	47,6	19,1	87,2	25,8	42,2	16,4	93,1	35,6	62,0	26,4
	Uztaila	90,8	55,8	72,0	16,2	89,6	51,5	68,5	17,0	94,2	66,4	79,4	12,9
	Abuztua	93,5	66,1	89,5	23,4	93,3	64,0	88,5	24,5	93,7	71,2	92,5	21,3
	Iraila	90,2	40,1	74,5	34,4	88,4	34,3	70,5	36,2	95,1	55,7	85,3	29,6
	Urria	86,2	24,7	72,1	47,4	84,1	19,9	66,6	76,7	92,3	34,7	83,6	49,0
	Azaroa	67,8	13,3	57,1	43,9	60,4	13,7	51,1	37,4	82,4	12,0	73,9	61,9
	Abendua	55,6	19,7	43,2	23,6	48,9	19,4	41,4	22,0	74,3	20,4	47,7	27,3

Iturria: EUSTAT

2021eko urteko balantzean, hotelen batez besteko prezioak % 11 egin du gora. Hain zuzen ere, 136 €, 2020ko 123 €-ren aldean.

Urteko batez besteko prezioa:

136€

↑+11%

(urtekoa 2020-2021)

Urteko batez besteko okupazioak % 78 egin du gora; 2020an % 35 izatetik, 2021ean % 63 izatera pasatuz.

Urteko batez besteko okupazio maila:

63%

↑+78%

(urtekoa 2020-2021)

Iturria: Booking. Lurmetrikak 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 profesionalekin** antolatutako beste edozein ekitalditara joateak eragindako bidaia oro.

Beraz, MICE ekitaldi mota desberdinak daude, bileraren eremuaren, iraupenaren eta parte-hartzaileen kopuruaren arabera, honela sailkatuta:

Kongresuek bokazio publikoa dute eta ez daude negoziara zuzenduta. Ezarritako gai bati buruz gutxienez 50 laguneko bilerak dira, gutxienez 2 eguneko iraupenarekin, eta honako hauek dira gai ohikoenak: medikuntza-osasun arlokoak, arlo zientifikokoak, teknologikoak eta abar.

Konbentzioak enpresa pribatuek eta enpresa-taldeek antolatzen dituzten eta bokazio pribatua duten eta negoziara bideratutako bilera korporatiboak dira, gutxienez 50 pertsonakoak. Kasu honetan ere, gutxienez 2 eguneko iraupena da.

Jardunaldiak eta mintegiak gai jakin batean sakontzeko asmoz egiten diren bilera tekniko espezializatuak dira. Zenbatu ahal izateko, gutxienez 50 parte-hartzaile biltzeaz gain, gutxienez 6 orduko iraupena izan behar dute.

Pizgarri-bidaia enpresa bateko langileak motibatzea edo saritzea helburu duen ekitaldi mota bat da Aisialdi- eta lan-jarduerak taldean egitean oinarritzen da. Oro har, erakundeak aurrekontu oparoa jarri ohi du hori antolatzeko.



MICE sektorea

MICE: Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions

Ekitaldia	Antolatzailea	Egunak	Ostatu gauak	Ordezkarri kopurua
Kongresua	Bokazio publikoa	> = 2	> = 1	> = 50
Konbentzioa	Bokazio pribatua	> = 2	> = 1	> = 50
Jardunaldia	Bokazio publikoa edo/eta pribatua	> = 6 ordu (egun bat)	Minimorik gabe	> = 50

2019ra arte, Donostiako MICE jarduerak gora egin zuen urtez urte, eta turismogunearen posizionamendua sendotu egin zen, bai estatuan, bai nazioartean. Horrek erakusten du Donostiak zortzigarren lekua izatea estatu mailan, 221. postuan egotea 1.835 hiri konputaturen artean, eta 112. Postua Europa mailan ICCAren rankingean (Nazioarteko Kongresu eta Konbentzio Elkartea). Hain zuzen, horixe da mundu mailako konbentzioen eta kongresuen esparruan ospetsuena.

2020an, ICCAren arabera, Donostia zazpigarren postuan dago estatu mailako nazioarteko kongresuen rankingean, eta 2021ean antzeko egoera izatea espero da; horrek gure posizionamendua sendotuko luke. Espainia mailan, Donostia hiri handiagoek eta azpiegitura handiagoak dituztenek soilik gaintzen dute, hala nola Madrilak, Bartzelonak, Valentziak, Sevillak, Granadak edo

Bilbok, eta biztanleria handiagoa duten hirien aurretik kokatzen da, hala nola Zaragoza, Palma Mallorcakoa edo Alacant. Biztanle kopurua kontuan hartuta, Bartzelona, Granada eta Valentziaren atzetik geratuko litzateke Donostia.

2021. urtea COVID-19ak markatutako beste urtea izan da. Ekitaldien antolatzaileek ziurgabetasunarekin bizitzen jarraitu dute eta mundu fisikoa eta digitala uztartzeko erronka handiari aurre egin diote. Jasotako datuak 2020koak baino zertxobait hobeak dira, eta horrek agerian uzten du ekitaldiek funtsezko tresna estrategiko gisa duten garrantzia. Aurten ere ekitaldi presentzialak hibridoekin batera egin dira, eta ikusi dena da pandemiaren garaian espazioak asko modernizatu direla, sektorea lehiakorragoa izan dadin, eta ekitaldietako protokoloak eta segurtasun-bermeak betetzea ahalbidetuz. Ekitaldien aliatu nagusia

teknologia izan da, edozein ekitalditan oso tresna garrantzitsu bihurtu baita.

2021ean hautemandako susperraldia nabarmenagoa da elkarten sektorean, sektore korporatiboa eta pizgarriak baino aktiboagoa izan baita. 2020an atzeratutako kongresu asko 2021ean egin dira. Hala ere, adierazi behar da ekitaldiek muga handiak errespetatu behar izan dituztela. Hala eta guztiz ere, MICEK berriz sortzeko eta erresiliente izateko gai dela erakutsi du.

Sektore korporatiboak eta pizgarriek bereziki sufritu dute aurtien. Korporazio mailan, enpresa askok formula teknologikoak erabili dituzte aurrez aurreko bilerak ordezkatzeko; aldiz,

langileak saritzeko ordezeko moduak bilatu dira, hau da, pizgarri ekonomikoak edo ukigarriak, ohiko pizgarrien ordezeko.

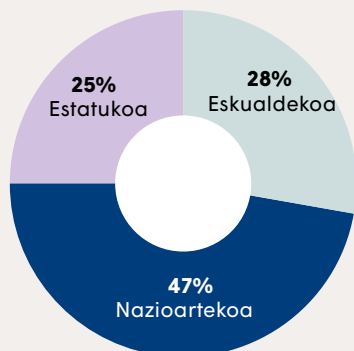
Hauek dira hautematen diren joerak: iraunkortasuna, ekitaldien eragina neurtzeko ekimen ugariarekin; segurtasuna: bai fisikoa, bai informazioarena; malgutasuna: gertaerak eta data aldaketak bertan behera uzteko; erresilientzia eta berrikuntza.

2021ean, hirian egindako ekitaldien % 47 nazioartekoak izan ziren, % 50 baino gehiago kongresuak izan ziren eta % 85ek 50-300 ordezkari biltzen zituzten batez beste. Gehienak izaera zientifikokoak, gastronomikokoak eta mediku-izaerakoak ziren.

Ekitaldi profesionalen profila 2021

ESPARRUA

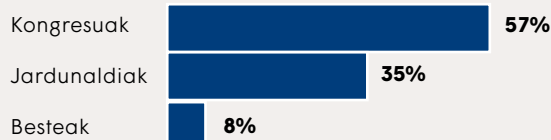
Ekitaldien ia erdia nazioartekoak dira



TIPOLOGIA

%50a baino gehiago kongresuak dira*

Ekitaldi mota



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

NEURRIA

2021ean tamaina txikiko ekitaldi presentzialak izan dira nagusi

Ordezkari kopurua	%
50etik 100era	53
100etik 300era	31
300etik 500era	5
501etik 1000era	11
> 1001	-

Izandako ekitaldiak

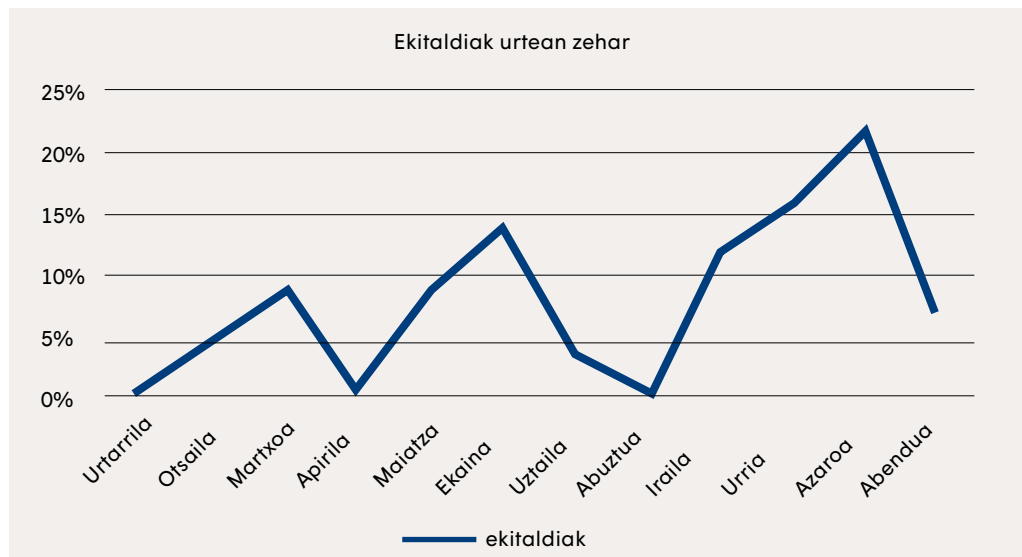
Aurten ez da enpresako konbentziorik erregistratu.

2021									
	KONGRESUAK			JARDUNALDIAK			BESTEAK* (Aurkezpenak, ekitaldi kulturalak eta kirolekoak)		
	Kop.	Aurrez aurrekoa	Birtuala	Kop.	Aurrez aurrekoa	Birtuala	Kop.	Aurrez aurrekoa	Birtuala
Aurrez aurrekoa	26	7.734		20	1.994		7	10.790	
Birtuala	16		17.860	5		684	-	-	-
Hibridoa	10	498	812	7	343	361	-	-	-
GUZTIRA	52	8.232	18.672	32	2.337	1.045		10.790	
Aurrez aurreko pax-ak, GUZTIRA		21.359							
Pax birtualak, GUZTIRA		19.717							

* DFeria, The Pink Force Day eta Gala Soles Repsol moduko ekitaldiak.

	2021		
	% Nazioartekoak	% Nazionalak	% Eskualdekoak
Kongresuak	% 36 (36)	% 19 (10)	% 6 (6)
Konbentzioak	-	-	-
Jardunaldiak	% 22 (7)	% 22 (7)	% 56 (18)
Aurkezpenak eta kirol ekitaldiak	-	% 85 (6)	% 15 (1)

Ekitaldien banaketa urtean zehar



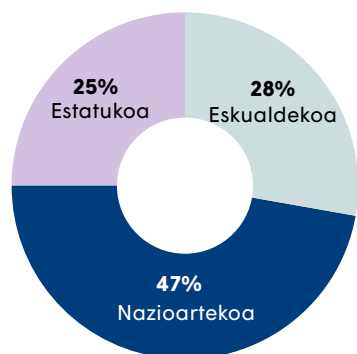
Jarduerak gora egin du urteko azken lauhilekoan, zehazki, iraila eta urria bitartean.

Bertan behera gelditutako ekitaldiak

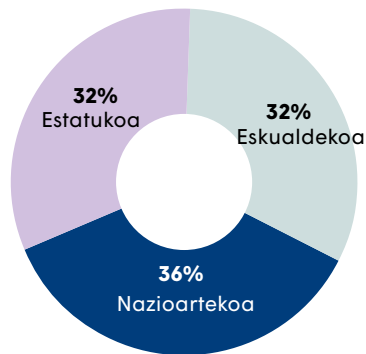
	2021	
	Ekitaldi kop.	Bertan behera gelditutako ekitaldien %
Kongresuak	7	% 70
Konbentzioak	1	% 10
Jardunaldiak	1	% 10
Aurkezpenak & Kirol ekitaldiak	1	% 10
EKITALDIAK, GUZTIRA	10	% 100
Azokak	2	

2021eko ekitaldien esparrua

Ekitaldi guztien esparrua



Ekitaldi presentzialen esparrua

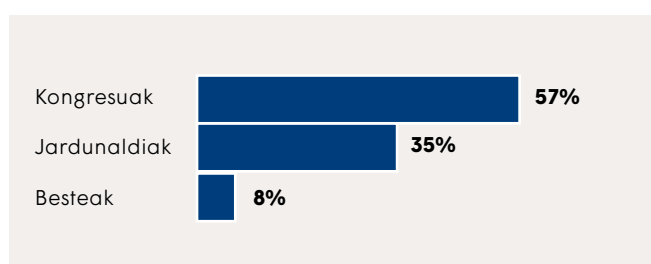


Lehenengo grafikoak ekitaldien eremua adierazten du, aurrez aurreko gertaerak zein hibridoak kontuan hartuta. Bigarren grafikoan aurrez aurreko ekitaldiak soilik barne hartzen dira. Bi kasuetan, nazioarteko ekitaldiek turismogunean duten garrantzia islatzen da, baita pandemia garaian ere.

Ekitaldien tipologia

Tipologia

Nabarmendu beharrekoa da 2021ean izan diren ekitaldien erdia baino gehiago kongresuak izan direla. Era berean, aipatzekoa da 2021ean konbentziorik erregistratu ez izana.



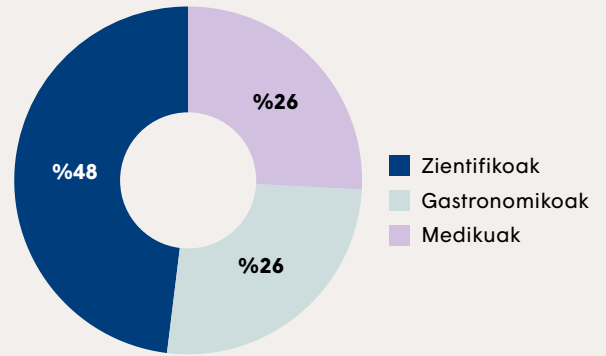
Tamaina

2021ean, tamaina txikiko **aurrez aurreko** ekitaldiak izan dira

Ordezkarri kopurua	%
50-100 pax artean	% 53
101-300 pax artean	% 31
301-500 pax artean	% 5
501-1.000 pax artean	% 11
≥ 1.000 pax	-

2021eko kongresuen gaiak

Hauek dira hiru gai nagusiak: zientzia, gastronomia eta medikuntza.



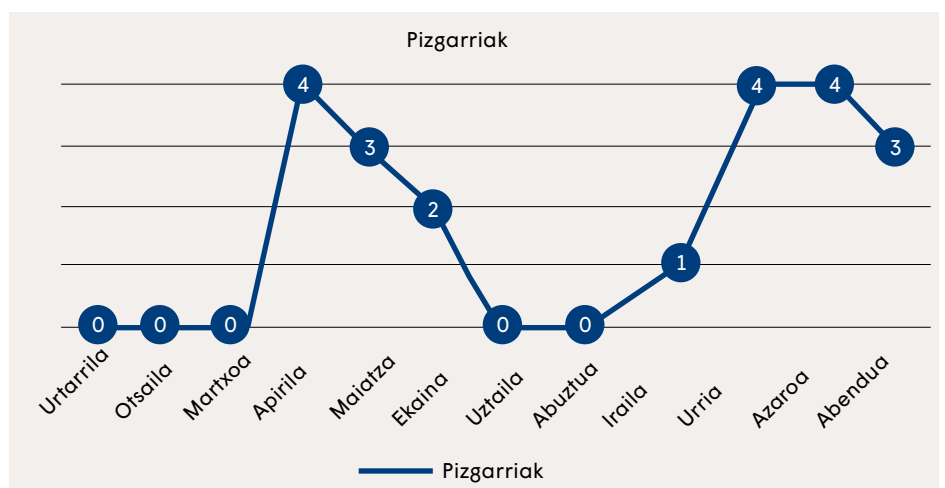
Pizgarriak

	2021			
	Egindako pizgarri kop.	%	Bertan behera gelditutako pizgarri kop.	%
Pizgarriak	21		3	
Pertsona Kop.	1.069		175	
Nazioartekoa	11		2	
Eskualdekoa	2		1	
Nazionala	8			

Pizgarriak urtean zehar

Urtean zehar gertatu diren COVID berragerraldiak eta aldaerak, txertaketari buruzko araudia, txertatuen tasa, inflazioa eta abar dira pizgarriei buruzko aurreikuspenak bete ez izanaren faktoreetako batzuk.

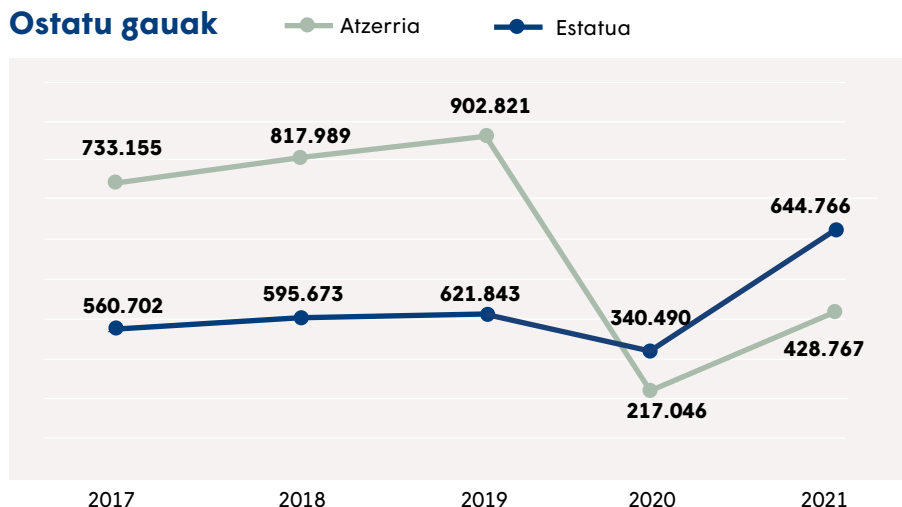
Enpresa askok langileak saritzeko ordezeko moduak bilatu dituzte, hau da, pizgarri ekonomikoak edo ukigarriak, ohiko bidaia-pizgarrien ordeze.



2.4. Turismogunea nazioartekotzea

Donostian turismoa nazioartekotzeari dagokionez, Donostiako Plan Zuzentzailean ezarritako helburuetako bat da eta 2020an hasitako joerari eusten zaio; izan ere, mugikortasun-murrizketek eta mugen itxiera partzialak azken urteetako joera alderantzikatu zuten, eta turista nazionalen ostatu-gauen ehunekoa handiagoa izan zen (% 60,06) atzerritarrena baino (% 39,94).

Ostatu gauak



Iturria: Eustat

Estatuko/atzerriko ostatu gauen arteko erlazioa

	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%	2021	%
Estatua	560.702	%43,34	595.678	%42,14	621.843	%40,79	340.490	%61,07	644.766	%60,06
Atzerria	733.155	%56,66	817.989	%57,86	902.821	%59,21	217.046	%38,93	428.767	%39,94
GUZTIRA	1.293.857	%100	1.413.667	%100	1.524.664	%100	557.536	%100	1.073.533	%100

2021ean, ostatu-gauen rankingean Madrilgo bisitariak daude buruan, Frantziako eta Kataluniako aurretik. Bisita horien atzetik datoz Euskadikoak eta Andaluziakoak, eta estatubatuarren gorakada txiki bat ere nabari da.

Ostatu gauak

Estatuko eta atzerriko TOP 5 2021

Ostatu gauak	2019	2020	2021	
ESTATUA	428.948	249.428	473.337	89,77%
Madrid	171.307	90.511	165.697	83,07%
Katalunia	115.395	66.327	125.832	89,71%
Euskal AE	66.337	54.748	97.764	78,7%
Aragoi	40.863	19.964	46.521	193,49%
Valentziako E.	35.046	17.878	37.523	109,88%
ATZERRIA	333.639	137.669	233.245	69,42%
Frantzia	134.134	95.548	135.143	42,94%
AEB	154.321	7.062	41.463	487,13%
Alemania	66.021	10.969	29.519	169,11%
Herberek	25.179	10.985	28.782	162,01%
Erresuma Batua	89.505	13.183	24.445	85,43%
GUZTIRA	762.587	387.097	706.582	82,53%

Iturria: Eustat

2.5. Donostia, lurraldeko turismorako hiri bultzatzailea

2021ean Donostiak bultzatzaile izaten jarraitzen du turismoa Gipuzkoara erakartzeko orduan, 2020ko datuak gaindituz.

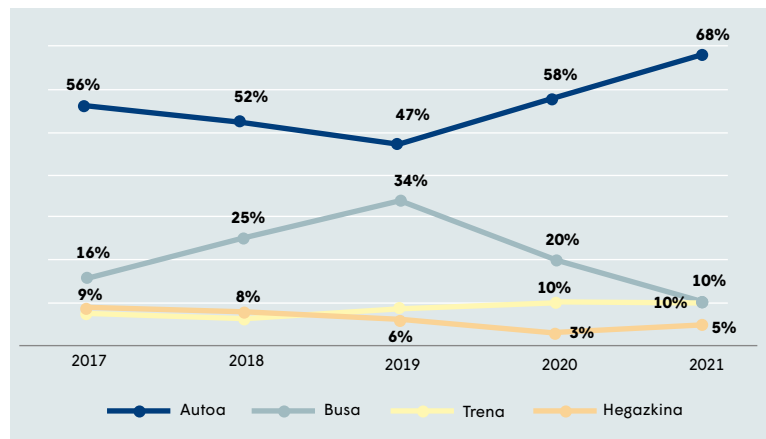
Gipuzkoa bisitatzen dutenen % 62k (% 58 2020an) Donostia bisitatzen dute, eta % 38k (% 42 2020an) gainerako lurraldea. Nazioarteko turismoari dagokionez, Gipuzkoara joaten diren atzerriko turistak % 74k (% 68 2020an) Donostia bisitatzen dute, eta % 26k (% 32 2020an), berriz, Gipuzkoa.

2.6. Hirira iristeko garraioak

Hurrengo taulan, ehunekoetan, Donostiako turismo-bulegoetan artatutako pertsonen hirira iristeko erabilitako garraioak ikus daitezke. Atzerritarren artean bisitari nazional eta frantziar gehiago dagoenez, norberaren ibilgailuaren erabileraren ehunekoak gora egin du bigarren urtez jarraian, eta, aldi berean, autobusaren erabilerak behera egin du. Trenaz iristen diren erabiltzaileen ehunekoak bere horretan jarraitzen du, eta hegazkinez iristen direnen ehunekoa zertxobait berreskuratu da.

		2020	2021	%ALDEA
OSTATU GAUAK DONOSTIAN	Estatua	359.496	644.766	%79,35
	Atzerria	235.015	428.797	%82,46
		596.531	1.074.157	%80,07
OSTATU GAUAK GIPUZKOAREN GAINERAKOAN	Estatua	320.281	513.184	%60,23
	Atzerria	110.125	149.923	%36,14
		430.406	662.513	%53,93

Garraioak 2021



Iturria: ITOURBASK

2021EAN ERABILITAKO GARRAIOBIDEA	%
Autoa	68,06
Busa	9,66
Trena	9,97
Hegazkina Biarritz	0,19
Hegazkina Bilbo	3,67
Hegazkina Hondarribia	0,95
Autokarabana	2,60
Oinez	4,13
Bizikleta	0,34
Bestelakoak	0,44

Iturria: ITOURBASK

2.7. Bisitatzen gaituztenen tipologia eta profila

2021ean, nolabaiteko normaltasunez ekin ahal izan zaio Donostia bisitatzen duenari egiten zaizkion asebetetze-inkestak egiteari. Inkesta horien helburua da bisitariaren profilaren ezagutzan, bisitaren tipologian eta haren asebetetzean sakontzea.

Guztira **702 inkesta egin dira; horietatik 680 turistei egin zaizkie, eta 22, txangozaleei**. Inkestak egiteko epea 2021eko apiriletik abendura bitartekoa izan da, 2021eko ekitaldiaren hasieran mugikortasunari ezarritako murrizketak direla eta.

Hauek dira azterketa honetatik atera diren daturik garrantzitsuenak:

Turistaren profila honako hau da:

- Nagusiki 45 eta 64 urte artean izan ohi ditu.
- % 53 emakumeak eta % 47 gizonezkoak.
- Estatuko merkatua, eta jarraian, merkatu frantsesa.
- Bikotean etorri ohi da, eta jarraian, familiarekin.

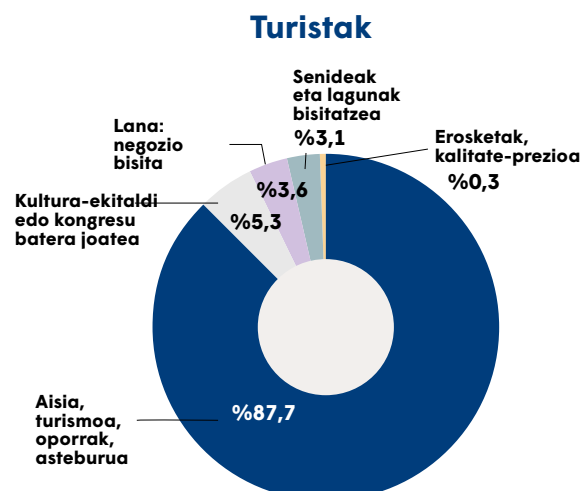
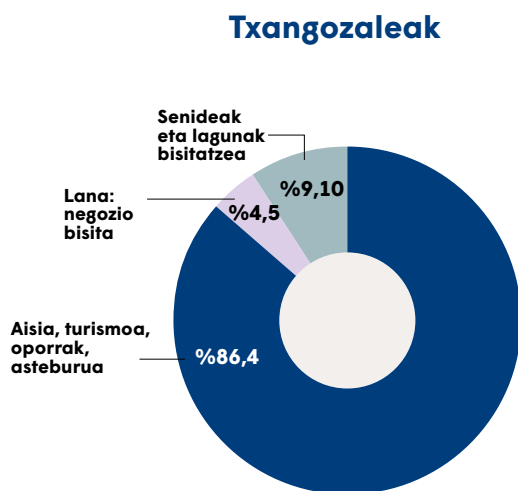
Bidaia egiteko modua honako hau da:

- Ibilgailu pribatua da gehien erabilitako garraiobidea; hegazkina dator ondoren.
- 4 izarreko hotela da gehien erabilitako ostatu mota; 3 izarreko hotela dator ondoren.
- % 31,5ek bi ostatu-gau egin ohi ditu eta % 24,8k 4 eta 7 egun artean egin ohi ditu.

Turistak Donostiara etortzeko arrazoi nagusiak hauek dira:

- % 61,3 city break
- % 20,70 gastronomia
- % 2,60 hondartza

Bisitaren arrazoi nagusia



Ekitaldi kultural, kongresu batera joatea

	Txangozalea	Turista
Kongresua		%0,4
Kultur eta kirol ekitaldia		
Futbola		%1,8
Zinemaldia		%1,5
Maratoia / lasterketa		%1,6
Jazzaldia		%0,1
Estropadak		%0,3
Gimnasia erritmikoa		%0,1

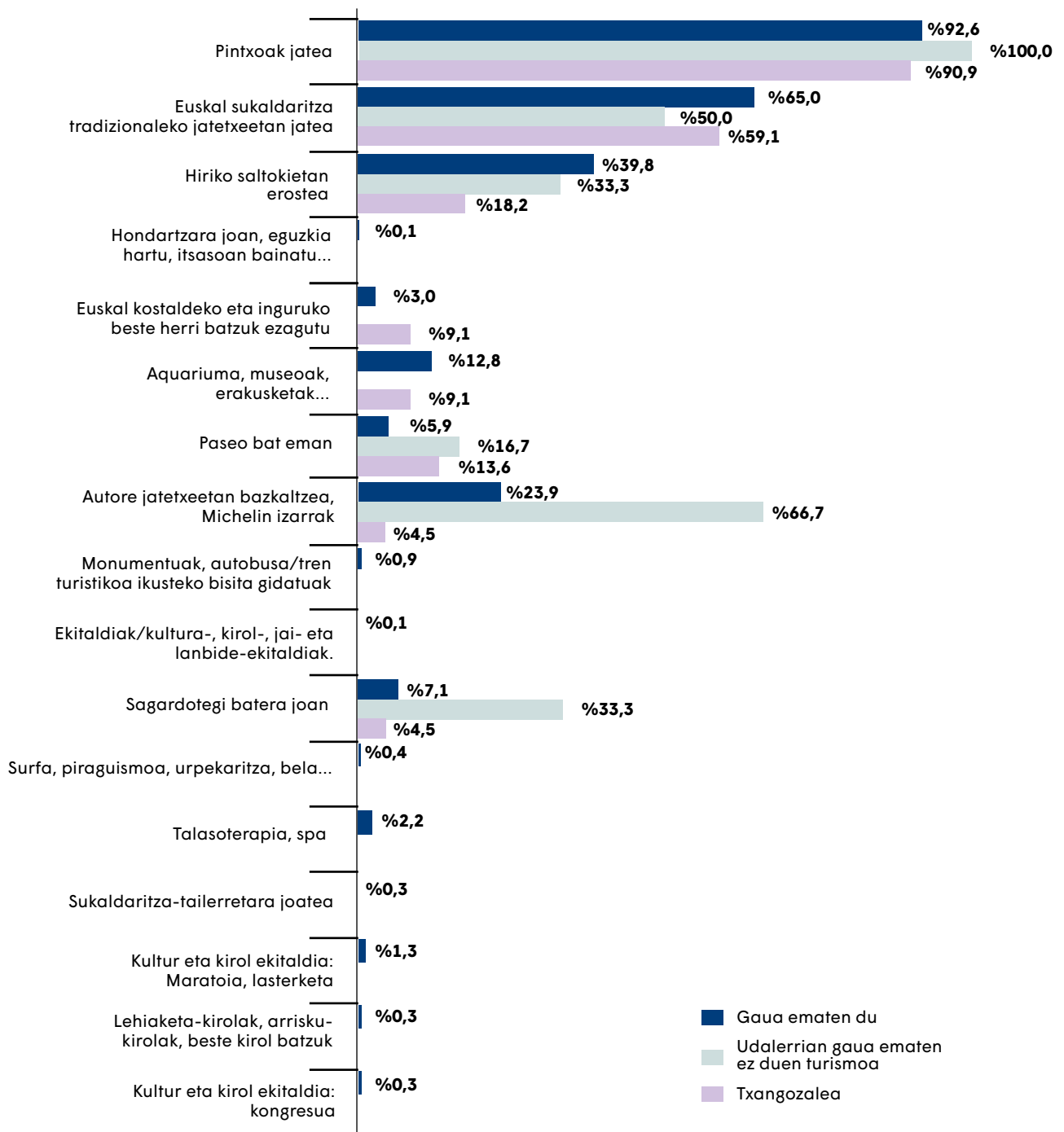
Aisia, turismoa, oporrak, asteburuak

	Txangozalea	Turista
Donostia ezagutu, edertasuna itsasoaren ondoan	%50,0	%61,3
Museoak, monumentuak bisitatzea, euskal kultura ezagutzea		%0,3
Gastronomia (pintxoak, jatetxeak, sagardotegiak)	%36,4	%20,7
Euskal kostaldeko eta inguruko beste herri batzuk ezagutu		%1,0
Kirolak, natura, abentura		%1,0
Hondartzara joan, eguzkia hartu, klima		%2,6
Hizkuntzak ikastea (gaztelania)		%0,1

Garrantzia-ordenaren arabera, hauek dira gehien egiten diren **jarduerak**:

1. Pintxoak jan
2. Sukaldaritza tradizionalako jatetxeetan jan
3. Hiriko saltokietan erosi
4. Museoak eta erakusketak
5. Egile-sukaldaritzako jatetxeetan jan, Michelin izarrekoetan
6. Sagardotegira joan

Donostiako bisitan egindako jarduerak



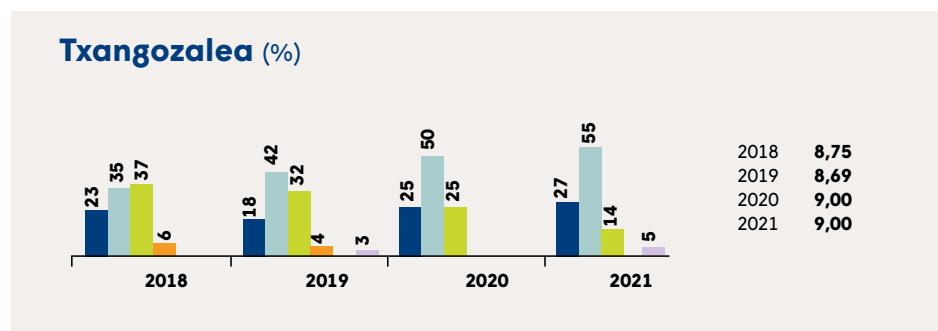
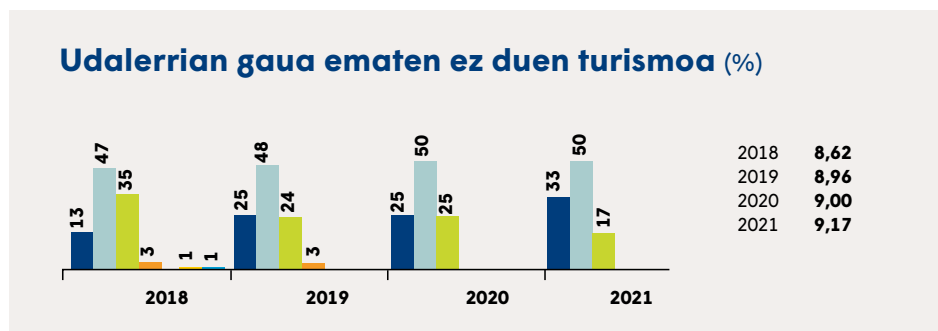
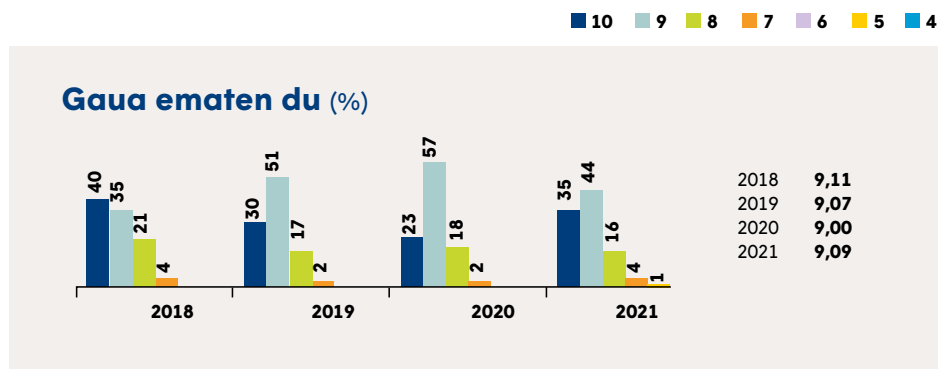
Asebetetze orokorraren maila honako hau izan da: 9,09

Generoaren arabera:

- Emakumea: 9,15
- Gizonezkoa: 9,01

Gogobetetze-maila. Bilakaera.

Oro har, nola kalifikatzen duzu Donostiara egin duzun bisita?
(Otik 10era bitarteko oharra).



Eta eguneko egindako batez besteko gastua 230 €-koa da.

2.8.

Donostia komunikabideetan eta nazioarteko rankingetan

Pandemiaren ondorioz prentsa-bidaiek nabarmen behera egin duten arren, hedabideek turismogunearekiko interesa erakusten jarraitu dute, eta online bitarteko ugari erabili dira. Hedabideekin izandako lankidetzaren eta turismoguneak nazioartean duen posizionamenduaren ondorioz, 2021ean Donostiari buruzko 1.053 artikulu argitaratu dira hedabide ospetsuenetan. Hauek dira hiriari buruz argitaratu dituzten komunikabide nabarmenetako batzuk: The Telegraph, National Geographic, The Guardian, The Times, The New York Times, Travel & Leisure, Vanity Fair, Conde Nast Traveler, Sud Ouest, Lonely Planet...

569 artikulu Estatuko hedabideetan argitaratu dira, 349 milioiko OTS (Opportunity To See/bistaratzeko aukerak) lortuta, eta 6,16 milioi euroko AVE (Advertising Value Equivalent/ publizitate-balio baliokidea) balioarekin.

Nazioarteko komunikabideei dagokionez, 484 artikulu argitaratu dira, baina clipping sistemak ez ditu hedabide gehienek hedapen-datuak jasotzen; beraz, 419 milioiko OTS lortuta eta 6,29 milioi euroko AVE balioa baino ezin izan dira kontabilizatu, nahiz eta zifra erreala askoz handiagoa izan.

Donostia Turismoak aurrez hautatutako bitartekoekin lan egiten du, bere lehentasunezko ardatz, target eta merkatuekin bat etorrituz, bidaiaren zati bat erraztuz, hala badagokio, eta informazioa, kontaktuak eta abar partekatuz, baina ordainsari ekonomikorik eskaini gabe.

—> **2021ean
Donostiari
buruzko 1053
artikulu argitaratu
dira hedabide
ospetsuenetan, 12,5
milioi eurotik gorako
AVE balioarekin.**



Donostia, nazioarteko komunikabide entzutetsuenetan

Munduan ospe handiena duten bidaia-gidek eta komunikabideek Donostia bisitatzea gomendatzen jarraitzen dute.



Traveler

- De San Sebastián al Valle del Hierro: la esencia del País Vasco
- The world's best local food: How to avoid tourist food and eat what the locals eat
- How Gros! San Sebastian as it used to be
- Copycat travellers: It's time to stop blindly following recommendations. Here's why.
- The secret to enjoying pintxos in Basque Country, northern Spain
- The secrets you need to know about San Sebastian



The Telegraph

- 10 blow-out holidays for once-in-a-lifetime memories #1 Savour Spain again (San Sebastian)
- The secret coast of Spain that tourists forgot
- 48 hours in... San Sebastian, an insider guide to the Spanish beach town turned Michelin hotspot
- 7 excellent hotels for a family-friendly holiday in San Sebastian
- Greece or Spain: which holiday heaven should you visit this summer?



National Geographic

- Arte en Donostia, Bilbao y Vitoria - casa del Faro, Museo San Telmo y Sala Kubo Kutxa
- Guía para un perfecto fin de semana gastronómico por San Sebastián... y alrededores
- San Sebastián, La Dama del Cantábrico
- Enciclopedia sabrosa de la Gilda
- Piscinas perfectas para bañistas culturetas



The Guardian

- The Guardian-Five of Anthony Bourdain's favourite food destinations
- "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 in Spain's foodie capital
- The 10 best under-the-radar European cities, from Malmö to Tallinn
- Take a bite of the Basque Country



Forbes

- 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

▷ Ikusi Donostiari buruzko artikulurik aipagarrienak hedabide ospetsuenetan

▷ Ikusi Donostiari buruz argitaratutako artikulua guztiak ordena kronologikoan

Donostia bidaiarien eta bidaia-gidarien rankingen buruan

Gainera, Donostia hainbat bidaia-gidatan nabarmendu da, eta hainbat bidaiari-rankingen buruan agertu da: Lonely Planet, The New York Times, Travel & Leisure, Forbes, The Asian Today, etab.

Lonely Planet



Las 10 mejores playas de España #5
Playa de La Concha

Luxury Columnist



San Sebastián la quinta mejor ciudad
gastronómica del mundo

Travel & Leisure



The 25 best cities in the world to visit
#15 San Sebastián (2021)

The Culture Trip



San Sebastian, an unforgettable
Foodie Destination to Visit at Least
Once in Your Life

The New York Times



Sabor del año 2021: Basque Burnt
Cheesecake (original de San
Sebastián)

Forbes



Los 20 mejores lugares para vivir en
Europa según los estadounidenses:
#4 Donostia-San Sebastián

► Ikusi Donostia nabarmentzen den ranking guztiak

2.9. Turismo- gunearen inkestak. Asebetetze- inkestak

Asebetetze maila - bilakaera

Oro har, zer kalifikazio ematen diozu donostiara egindako bisitaldiari?
(nota, 0tik 10era)

	OROKORRA	GAUA IGAROTAKOAK	UDALERRIAN GAUA IGAROTZEN EZ DUEN TURISTA	TXANGOLARIA
2012	8,87	8,88	8,76	8,89
2013	8,94	8,95	8,85	8,93
2014	9,04	9,13	8,72	8,91
2015	8,87	8,87	8,76	9,00
2016	8,93	8,97	8,50	8,63
2017	8,85	8,91	8,52	8,63
2018	9,12	9,11	8,62	8,75
2019	9,03	9,07	8,96	8,6
2020	9,00	9,00	9,00	9,00
2021	9,10	9,09	9,17	9,00



3.

Antolaketa Egitura

"San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa, SA" 2006ko urtarrilaren 31n sortu zen, osoko bilkuran sozietate-estatutuak onartu zirenean. Donostiako Udalaren merkataritza-sozietate bat izanik, eta sozietate anonimo izaera du, oso-osorik udalaren jabetzakoa.

Donostiako lurralde-eremuan turismoaren garapena zuzenean edo zeharka bultzatzen laguntzen duten jarduera ekonomikoak eta sozialak sustatu, garatu eta indartzea du helburu.

3.1. Administrazio Kontseilua

Administrazio Kontseilua sozietatearen gobernu- eta kudeaketa-organo iraunkorra da.

Hauak osatzen dute:

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

3.2. Aholkularitza Kontseilua

Aholkularitza Kontseilua Sozietatearen Administrazio Kontseiluaren aholkularitza-organoa da.

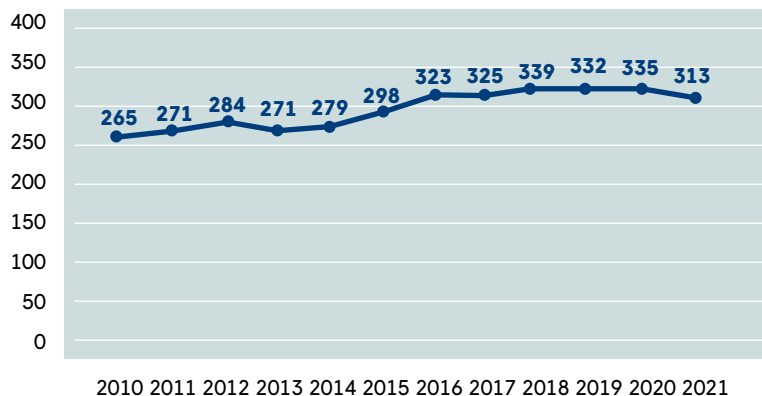
Ordezkatutako sektoreak eta hura osatzen duten pertsonak:

- Iker Goikoetxea jauna
Azpiegiturak
- Laura Larrión andrea
Harrera Zerbitzuetarako Agentziak eta Bidaia Agentziak
- Nerea Aramburu andrea
Saltokiak
- Hutsune Mendiburu andrea
Kongresu, Bilerak eta pizgarrien antolatzailea
- Xabier Lasaga jauna
Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak
- Paul Liceaga jauna
Ostatuak
- Oscar Iparraguirre jauna
Garraioak
- José Joaquín Martínez jauna
Ostalaritza
- Andoni Zubillaga jauna
Zerbitzu Osagarriak
- Iñigo Ansa jauna
Zerbitzu Turistikoak

3.3. Donostia Turismoa Erakundearen Bazkideak diren establezimenduak

Donostia Turismoa erakundeak 313 enpresa bazkide ditu.

Donostia Turismoari elkartutako establezimenduak. 2010-2021



Sektoreak

Enpresa bazkideak 10 sektoretan banatzen dira:

Ostalaritza	%19
Ostatuak	%22
Saltokiak	%21
Zerbitzu Turistikoak	%8
Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak	%12
Zerbitzu osagarriak eta komunikazio-zerbitzuak	%7
Harrera Zerbitzuetarako Agentziak eta Bidaia Agentziak	%3
Azpiegiturak	%4
Garraioa	%2
Bileren eta kirol-ekitaldien antolatzaileak	%2

Ostatuak (70)

- A ROOM IN THE CITY
- OLARAIN OSTATU TURISTIKOA
- APARTURE
- ARIMA HOTEL & SPA
- IGELDO DONOSTIA KANPIN BUNGALOW
- DONOSTIAKO IGARA KANPINA
- OLIDEN KANPINA
- KAXKARRE NEKAZARITZA ETXEA
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- EMYRENT
- FEELFREE
- FOREVER RENTALS
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- AKELARRE HOTELA
- ARBASO HOTELA
- ARRIZUL CONGRESS HOTELA
- HOTEL AVENIDA HOTELA
- BARCELÓ COSTA VASCA HOTELA
- CASUAL DE LAS OLAS HOTELA
- HOTEL APARTAMENTOS IRENAZ RESORT HOTELA
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA HOTELA
- EZEIZA HOTELA
- ILUNION SAN SEBASTIAN HOTELA
- LA GALERIA HOTELA
- LEKU EDER HOTELA
- MARIA CRISTINA HOTELA
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO HOTELA
- HOTEL MONTE ULIA HOTELA
- NH COLLECTION SAN SEBASTIAN ARANZAZU
- HOTEL NIZA HOTELA
- OKAKO HOTELA
- PALACIO DE AIETE HOTELA
- PARMA HOTELA
- SANSEBAY HOTELA
- SILKEN AMARA PLAZA HOTELA
- VILLA FAVORITA HOTELA
- WELCOME GROS HOTELA
- ZENIT SAN SEBASTIÁN HOTELA
- HOTEL ZINEMA 7 HOTELA
- GIPUZKOAKO HOTELAK
- KOB ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTEL
- NEKATUR-Nekazalturismo Elkartea

- AB DOMINI PENTSIOA
- AIA PENTSIOA
- AIDA PENTSIOA
- ALAMEDA PENTSIOA
- ALDAMAR PENTSIOA
- ALTAIR PENTSIOA
- ANOETA PENTSIOA
- ARTEA PENTSIOA
- ATOTXA ROOMS PENTSIOA
- AMETZAGAÑA PENTSIOA
- CRISTINA ENEA ROOMS PENTSIOA
- DONOSTIARRA PENTSIOA
- GARIBAI PENTSIOA
- GROSEN PENTSIOA
- HOSTAL BAHIA PENTSIOA
- IRUNE PENTSIOA
- ITXASOA PENTSIOA
- IZAR BAT PENTSIOA
- KOXKA PENTSIOA
- KOXKA BI PENTSIOA
- KURSAAL PENTSIOA
- SAN MARTIN PENTSIOA
- UR-ALDE PENTSIOA
- M. AGUD QUEROL UNIBERTSITATE EGOITZA
- SERCOTEL HOTEL CODINA HOTELA
- SERCOTEL HOTEL EUROPA HOTELA

Bidaia agentziak eta harrerako agentziak (11)

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

Saltokiak (66)

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

- ANTONELLA
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL
- ARTEKO
- AYESTARAN
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- BIKONDO JOYEROS
- BOX SAN SEBASTIAN
- CALMA YOGA STUDIO
- CASA MUNOA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- CIBRIAN
- DOLLS
- EKAIN ARTE LANAK
- EL TURISTA
- ELKAR
- FNAC DONOSTIA
- GARBERA
- GARRARTE
- GOIURI BIKINI DENDA
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- IRANTZU JOYEROS
- IRULEA
- IZARBIDE
- KBERBI NEW
- KITZIN
- KOFRADIA-ITSAS ETXEA
- KOLOREKA
- KUR ART GALLERY
- LA BICICLETA
- LA SEVILLANA
- MANUELA VA DE FIESTA
- MARIA KALA'S
- MARTA G. ESTILISMO
- MICHAEL'S
- MILK PELUQUEROS
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- OH MY BIKE!
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS

- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- RENTAL MOTO DONOSTIA
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- SANSE BIKES
- SASTRERIA ALDABALDETREKU
- SICOS
- SUPERDRY
- TESTONE
- YO SALUD ESTÉTICA
- ZERGATIK

Ostalaritza (59)

- ANTONIO BAR
- ARAETA SAGARDOTEGIA
- GIPUZKOAKO OSTALARITZAKO ENPRESARIEN ELKARTEA
- AZERI JANA CATERING
- CASA BARTOLO ETXEA TABERNA
- CASA VERGARA 1948 TABERNA
- HAIZEA TABERNA
- ITURRIOZ TABERNA
- ROJO Y NEGRO TABERNA
- ZUMELTZEGI TABERNA

- BOKADO EVENTOS
- AVENIDA XXI KAFETEGIA
- DIONI'S BAR
- BATAPLAN DISKOTEKA
- GU DISKOTEKA
- DIVINUS CATERING
- EL ESKONDITE TABAKALERA
- JUANITO KOJUA JATETXEA
- LA VIÑA TABERNA
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- AKELARRE JATETXEA
- ARZAK JATETXEA
- ASADOR PORTUETXE JATETXEA
- ASTELENA 1997 JATETXEA
- BARKAIZTEGI JATETXEA
- BEKO ERROTA JATETXEA
- BIARRITZ JATETXEA
- BODEGON ALEJANDRO JATETXEA
- BOKADO MIKEL SANTAMARIA JATETXEA
- GANDARIAS JATETXEA
- GURUTZE BERRI JATETXEA
- ITSASPE DONOSTI JATETXEA
- LA BOULE JATETXEA
- LA PERLA JATETXEA
- MARTIN BERASATEGUI JATETXEA
- MUGARITZ JATETXEA

- NI NEU JATETXEA
- OGUENDO JATETXEA
- REKONDO JATETXEA
- TENIS ONDARRETA JATETXEA
- TOPA SUKALDERIA JATETXEA
- TXINPARTA JATETXEA
- TXOKO JATETXEA
- TXULETA JATETXEA
- UBARRECHENA JATETXEA
- VIA FORA JATETXEA
- XIBARIS JATETXEA
- ZIABOGA BISTROT JATETXEA
- ZUMELTZEGI JATETXEA
- SAGARDOAREN LURRALDEA
- BEHARRI SAGARDOTEGIA
- GURUTZETA SAGARDOTEGIA
- IRETZA SAGARDOTEGIA
- PETRITEGI SAGARDOTEGIA
- SAIZAR SAGARDOTEGIA
- SM CAFE BAR
- TAQUERIA KURSAAL
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- VICTORIA CAFÉ

Azpiegiturak (11)

- AQUARIUM AUDITORIUMA



- BASQUE CULINARY CENTER
- GIPUZKOAKO GANBERA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- KURSAAL - BILTZAR JAUREGIA AUDITORIUMA
- KUTXA KULTUR
- OLARAIN
- MIRAMAR JAUREGIA
- FICOPA ERAKUSTAZOKA / FICOPA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA

Ekimenen, bileren eta pizgarrien antolatzaileak (6)

- BERA BERA RT
- C.D. FORTUNA
- CONGRESOS DONOSTI
- LANKOR, KONGRESUAK ETA EKITALDIK
- PRESENCIA BY MA (Presencia Internacional)
- TISA

Museoko, kulturako eta aisialdiko balia bideak (37)

- ALBAOLA
- DONOSTIA AQUARIUMA
- ARRAUNING
- BOAT TRIPS SAN SEBASTIAN
- BODEGA KATXIÑA
- BRAI KANTAUARI
- CATAMARÁN CIUDAD SAN SEBASTIÁN
- CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- FNAC DONOSTIA
- FREE SURF ESKOLA
- GALARRETA PILOTALEKUA
- HEGALAK
- HIPODROMOA
- HIRUZTA BODEGA
- INTERMEZZO GESTMUSIC
- JAI ALAI EVENTS
- JAI ALIVE
- KARTING OLABERRIA
- KOFRADIA ITSAS-ETXEA
- KUTXA KULTUR ARTEGUNEA
- LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- LUCKIA CASINO KURSAAL

- MONTE IGUELDO
- MOTORASDELAISLA.COM
- CHILLIDA LEKU MUSEOA
- SAN TELMO MUSEOA
- NAVEGAVELA
- DONOSTIAKO ORFEOIA
- ORIBAY TOURS
- OSTARTE SAILING
- PUKAS SURF ESKOLA
- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- KUBO-KUTXA ARETOA
- SOTTO VOCE
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA
- WATER JOY HONDARRIBIA

Zerbitzu osagarriak eta komunikazio zerbitzuak (21)

- 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
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- POLICLÍNICA GIPUZKOA GRUPO QUIRON SALUD
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- TOUR MAGAZINE
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

Zerbitzu turistikoak (24)

- AINHOA DOMINGUEZ
- ANA INTXAUSTI
- BEGI BISTAN
- 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
- LOCAL EXPERTS TOURS
- LOURDES GORRIÑO
- MAREI AZAFATAS
- OARSOALDEA
- OH MY WALK!
- SAN SEBASTIAN GUIDES
- SAN SEBASTIAN PINTXOS TOURS
- SAN SEBASTIAN WALKING TOURS
- TANDEM SAN SEBASTIAN
- TOLOSALDEA TURISMOA
- UROLA GARAIA TURISMOA
- VIRGINIA GARCIA

Garraioa (8)

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



4.1. Marketina eta Komunikazioa

2021erako planifikatutako marketin-estrategia, turismogunearen sustapenari dagokionez, pandemiaren egoerak gogor markatu du. 2021. urtea oso maila baxuetan hasi da nazioarteko turismoarekin, eta Estatu mailan Autonomia Erkidegoen perimetro-itxiera egon da, Aste Santura arte mantendu dena.

TMEren arabera, 2021eko aurreikuspenak honako hauek ziren:

“TMEren eta Hostelturren estimazioak
Turismorako, mundu mailan, % 50-60ko jaitsiera 2019. urtearekin alderatuta.

Estatuko Merkatua etengabe eta pixkanaka hobetzea espero da, batez ere bigarren seihilekotik aurrera, ekainean, txertaketari, itxiera perimetralak arintzeari, mugikortasun libreari eta klima hobetzeari esker...

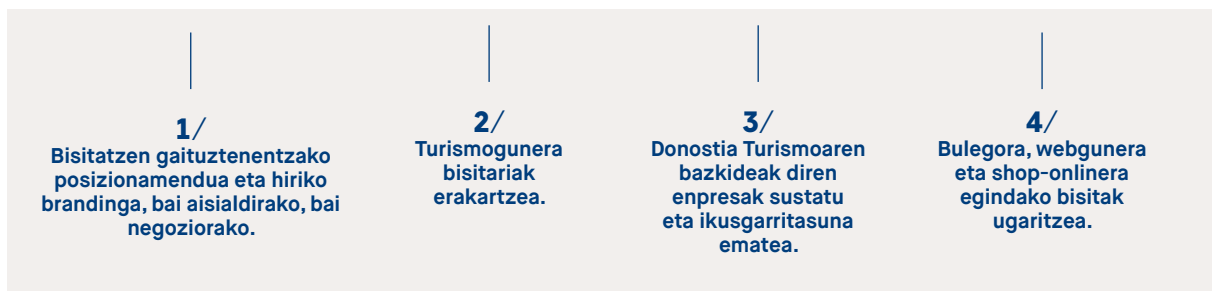
Hurbileko Europako merkatuak, txertaketa zabala lortzen bada, udako hilabeteetan iristen hasiko dira, eta bereziki udazkenetik aurrera.

Distantzia luzeko merkatuak, 2022an ondo sartu arte ez dira espero Donostiarako merkatu igoerle garrantzitsuak: AEB, Kanada, Japonia, Australia eta abar.”

2021ean Donostiarako landu beharreko helburua

- Ekaina eta abendua bitartean sektorea pixkanaka eta modu iraunkorrean suspertzea lortzea.
- Hotelen sektorea zabaltzea, eta urte amaieran % 60 inguruko okupazioak lortzea. 2019ko prezioak berdintzea lortzea, pandemia aurreko prezioak berreskuratzea.

Ekintzak erakarpina eta kontsumoa sustatzera bideratu dira, batez ere hurbileko merkatuetan: barne merkatua -Euskadi- Estatuko eta Frantziako merkatuan.



Aisialdiko turismoa

Kalitatezko eta bikaintasunezko turismogunearen irudia sustatzea.

Turismo citybreak, hiri ederra, bizikaltate, erlaxazioa, itsasoa eta mendia, aire librea, bizimodu osasuntsua, gastronomia, kultura eta Shopping, «Wellness» eta «Relax» alderdi bereizgarriak, «Way of Life Donostiarra».

MICE Turismoa

DSS Turismoaren irudia indartzea, hiriko kongresu eta ekitaldien sustatzaile eta bideratzaile gisa. Erakundea "laguntzaile" gisa duen irudia sendotzea hirira ekitaldi bat erakarri nahi duten pertsona eta erakundeentzat.



4.1.1. Kanpaina eta ekintza nabarmenak

Aisialdiko kanpainak

- **Zuen falta nabari dugu. Berriro ere bidaiatuko dugu.** Turismoguneko kanpaina – Citybreak
- **Aste Santuko Planak.** Shop online – Ticketing kanpaina.
- **Uda honetan hemen geratuko naiz.** Shop online – Ticketing kanpaina.
- **Udazkeneko kanpaina. Maitemindu zaituzte Donostian.** Turismoguneko kanpaina – Citybreak.
- **Eguberri aurreko-Eguberriko kanpaina.** "Senti ezazu Magia".

Ekintza Bereziak

- **Donostia Biarritz. marka Bi hiri eta turismogune bat.** Markaren, irudi korporatiboaren garapena. Sustapen-materialen garapena
 - Webgunea: sansebastianbiarritz.com
 - Donostia-Biarritz autobusa. Irudia eta sustapen-kanpaina. Uda eta eguberria.
 - Markaren bideoa.
- **Illunbeko parking eta lotura-autobusaren kanpaina. Eguberriak.**

MICE kanpaina

- **Donostia ELKARREKIN. Bildu zaituzte berriro modu seguruan.** Tokiko Mice kanpaina, azpiegituretan eta hoteletan tokiko bilerak sustatzeko. Erakundea kokatzea.

Laburpen gisa, publizitate-inbertsioei dagokienez:

2021ean **7 publizitate-kanpaina** egin dira, bai eta ekintza puntual txikiak ere komunikabideetan edo lankidetzetan.

Merkatuen arabera inbertsioak

Estatukoa, % 90 Nazioartekoa, % 10, Frantzia.

Online eta Off line bitartekoak

Publizitate-inbertsioaren % **70 onlineko bitartekoetan** egiten da, beren kostuaren, neurtzeko gaitasunaren eta segmentazioaren arabera aukeraturako kanaletan.

Kanpaina-moten arabera, 2021ean, kanpaina gehienak turismogunea "Citybreak" turismogune gisa eta onlineko denda gisa (% 80) sustatzen oinarritu dira. Era berean, produktu bereziak ere sustatu dituzte, hala nola Donostia-Biarritz autobusa edota Illunbeko parking eta lotura-zerbitzua.

Erabilitako online **kanal nagusiak** hauek dira: Google AdWords, Sare Sozialak: Facebook, Instagram eta Programazio-publizitatea UK eta FR-rako, komunikabide agentzia espezializatuekin, Adara esaterako, eta Trip Advisor moduko bidaia-atari zehatzekin.

Turismoguneko kanpainen helburua hiriaren, DONOSTIAren, marka, brandinga sendotzea da hainbat produktutan eta bezeroaren segmentu desberdinetarako. Helburua da turista potentziala hiriaren webgunera erakartzea, inspiratzea eta informazio praktikoa nahiz planak eskura izateaz gain, bazkide diren enprekin harremanetan jartzea.

Estatuko eta tokiko kanpainen barruan, erakundea hiriko turismo-erreferente gisa kokatu nahi izan da; era berean, online denda sustatzea, eta webgunera eta dendara kalitatezko trafikoa ekartzea lortu nahi da, Donostia Turismoko bazkideen turismo-produktuen salmenta areagotzeko eta ikusten gaituen pertsonak produktu eta zerbitzu ofizialak eta kalitatezkoak aurkitu ahal izateko.

Kanpainen laburpena

Titularra:

**BERRIRO ERE
BIDAIATUKO DUGU**

1. Fasea

Zuen falta nabari dugu

Produktua: **City break**
Data: **otsailak 1-ekainak 1**
Merkatua: **Espainia**

Helburu diren bidaiariak: Bidaia laburretan, ihesalditxoetan, kulturen, gastronomian eta kirolean interesa duten **bidaiariak**. Bikotearekin, lagunekin... bidaiatzen dute. Kotxez joan ohi dira. Marken kontsumitzaileak, sare sozialak erabili ohi dituzte, Internetez erosten dute. Zenbait hizkuntza hitz egiten dituzte. **Bertako Bidaiariak**, hurbiltasuneko publikoan ere inpaktua eragin nahi da. Euskadiko bidaiarientzako mezuak eta kanpaina bereziak.

Kanpainaren helburua: Turismogunearen brandinga. Donostia joan edo itzuli nahi den "xede" turismogune gisa kokatzea. Mezuarekin identifikatzea. Webguneko bisitak sortzea. Bisitari potentzialen datu-basea sortzea oparia bidaliz: "Estropua".

Erabilিতako Baliabideak / Formatuak: Formatu desberdinetako bideoak eta bannerrak Kanpaina zortzi merkatu/ turismogunetarako pertsonalizatu da. Kanpaina digitala, GOOGLE, sare sozialak, batez ere Youtube, Whatsapp.

Emaitzak: Eragin handia tokiko eta estatuko komunikabideetan. Donostia Turismoaren historian eragin handiena izan duen publizitate-kanpaina turistikoa bihurtu da. Estatuko komunikabideek irratian, prentsan eta telebistan hitz egin dute horri buruz.

Kanpainaren inpaktu emozional handia. Biralitateak gora egin du sare sozialetan...

▷ [Ikusi bideoa](#)


Zuzeneko emaitzak

Publizitate-inpaktua Googlen eta sare sozialetan: **8.249.072**.

Linkak iragarkietan eta bideoetan: **215.384**.

Webgunera sortutako bisitak: kalitatezko **198.613** erabiltzaile webgunean.

Spotak ikustea: **1 milioi** bideo baino gehiago ikusita.

Datu-basea: **18.000** parte-hartzaile/ kontaktu lortu dira fidelizazioko datu-basean txertatzeko.

la **900** estropu bidali dira. Giltzatakoak eta eskumuturrekoak "estropua"ren irudiarekin.

Landing espezifikoa, kanpainaren eta planekin diseinatuta. **+50.000** ikustaldi baino gehiago izan ditu.

Kanpainen laburpena



Donostia
San Sebastián

Zuen falta
nabari dugu
berriro ere bidaiatuko dugu

Bidaiatzearekin
amets egin

Jaso ezazu gure babes-mezua
eta opari oso berezia
sansebastianturismoa.eus
webgunean

 DONOSTIA
SAN SEBASTIÁN
Turismoa

► [Ikusi bideoa](#)

Kanpainen laburpena



► [Ikusi bideoa](#)



Kanpainen laburpena

Titularra:

BERRIRO ERE BIDAIATUKO DUGU

2. fasea

Bizi donostia

Produktua: City break
Data: **Ekainak 1-uztailak 15**
Merkatua: **Espainia eta
Frantzia**

Helburu diren bidaiariak: 30 urte baino gehiagokoak. % 60 emakumeak. Interesak: Bidaia laburretan, ihesalditxoetan, kulturen, gastronomian eta kirolean interesa duten **bidaiariak**. Bikotearekin, lagunekin... bidaiatzen dute. Kotxez joan ohi dira. Marken kontsumitzaileak, sare sozialak erabili ohi dituzte, Internetez erosten dute. Zenbait hizkuntza hitz egiten dituzte. **Bertako Bidaiariak**, hurbiltasuneko publikoan ere inpaktua eragin nahi da. Euskadiko bidaiarientzako mezuak eta kanpaina bereziak.

Kanpainaren helburua: Turismogunearen brandinga. Donostia joan edo itzuli nahi den "xede" turismogune gisa kokatzea. Mezuarekin identifikatzea. Webguneko bisitak sortzea. Bisitari potentzialen datu-basea sortzea oparia bidaliz. Zozketa.

Erabilitako Baliabideak / Formatuak: Formatu desberdinetako bideoak eta bannerrak Kanpaina 9 merkatutarako pertsonalizatu da, Frantziako bidaiariak gehitu dira kanpainara. Kanpaina digitala, GOOGLE, sare sozialak, batez ere Youtube, Whatsapp.



Zuzeneko emaitzak

Publizitate-inpaktua Googlen eta sare sozialetan: **3.667.926**.

Linkak iragarkietan eta bideoetan: **140.296**

Spotak ikustea: **+500.000** bideo ikusita.

Datu-basea: **+7.000** parte-hartzaile/ kontaktu lortu dira fidelizazio datu-basean txertatzeko.

Webguneko bisitak: kalitatezko **83.174** erabiltzaile webgunean.

Landing espezifikoak. kanpainaren eta planekin diseinatuta. Enpresa bazkideek eta haien eskaintzek **+5.000** ikustaldi baino gehiago izan dituzte.

► [Ikusi bideoa](#)

Kanpainen laburpenas

Titularra:
**ASTE SANTUKO
KANPAINA**

Produktua: Shop online/ online bidezko erosketan eskainitako enpresa elkartuen turismo-produktuak eta -zerbitzuak.

Datak: martxoak 15 - apirilak 15.

Gertuko merkatuak

Euskadi (Mugikortasunari ezarritako murrizketak)

Kanpainaren helburua jendea hurbileko ihesaldi batera animatzea izan da, Donostiara egun bateko edo biko bisitak sortzeko eta bisita gidatuak eta aire zabaleko jarduerak kontsumitzeko.

Helburu diren bisitariak: Familia, lagunak eta bikoteak. Sare sozialetako erabiltzaileak.

Kanpainaren helburua: hirira bisita egitea eragitea, shop onlineko jarduera turistikoak erakusteko helburuarekin, Donostia Turismoko bazkide diren enpresen produktu turistikoak erosiz.

Erabilitako Baliabideak / Formatuak:

DBUS eta Lurraldebusen pantailak, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, Grupo Noticias eta Berria eta gure sare sozialak.

+550.000 inpaktu tokiko komunikabideetako bannerretan (Euskadi)

+50 irrati-iragarki EITB Taldean

+150.000 bidaiari egunean autobusetan 4 astetan zehar

Emaitzak:

Webgunean izandako bisitak: : Martxoak 15 - apirilak 15. Aldi horretan **142.000 bisita izan ziren webgunean**, hau da, ia zko aldi beraren (konfinamendua hasi zen) baino % 500 gehiago. **Webgunean izandako hiru bisitatik bi** kanpaineri eta ordainpeko ekintzei esker lortu dira.

Landing. Shop online.



Donostia
San Sebastián

sansebastianturismoa.eus



Donostia
San Sebastián

sansebastianturismoa.eus

Kanpainen laburpena

Titularra:

UDA HONETAN HEMEN GERATUKO NAIZ

Produktua: Shop online –
Ticketing kanpaina. Online
dendako produktuak.

Datak: Uztailak 1-abuztuak 30

Merkatuak: Gertuko
probintziak eta Frantzia
hegoaldea.

Helburu diren bidaiariak: 30 urte baino gehiagokoak. % 60 emakumeak. Interesak: Bidaia laburretan, ihesalditxoetan, kulturen, gastronomian eta kirolean interesa duten **bidaiariak**. Bikotearekin, lagunekin... bidaiatzen dute. Kotxez joan ohi dira. Marken kontsumitzaileak, sare sozialak erabili ohi dituzte, Internetez erosten dute. Zenbait hizkuntzak hitz egiten dituzte, etab.

Kanpainaren helburua: Bitarteko digitaletan (Google eta sare sozialak) eta ohiko komunikabideetan, esaterako irradian eta espezializatutako prentsan, zerbitzuen eta udan zehar Donostian eta lurraldean egin daitezkeen jarduera turistikoaren sustapena egiteko kanpaina.

Bazkideak: Online dendan produktuak saltzen dituzten enpresa bazkide guztiak.



Erabilitako Baliabideak / Formatuak:

Bannerrak, Gif bizidunak, bideoak, iragarkiak eta prentsa.

Radio Euskadi, Cadena Ser, Berria, Eitb Taldea, Sud Ouest, Gipuzkoa Tour, etab.

Emaitzak uztailak 1etik abuztuaren 31ra:

Banner/bideoetako inpaktuak **+2,8 milioi inpaktu**.

Webgunean izandako bisitak, **390.000 erabiltzaile: 40.000 ekintza/klik** webgunean eta dendan

► [Ikus kanpaina](#)



Kanpainen laburpena

Titularra:

**UDAZKENA DONOSTIAN:
AMODIOZKO ISTORIAO
KANPAINA**

Produktua: **Helmuga Citybreak**
Data: **Irailak 15-azaroak 1**
Merkatuak: **Estatuko merkatua eta Frantzia hegoaldekoa. 600 km baino gutxiagora dauden hiriak eta Donostian interesa dutenak/online bilaketak egin dituztenak.**

Helburu diren bidaiariak: 35 urtetik gorakoak, sare sozialak eta bitarteko digitalak erabiltzen dituztenak eta online erosten dutenak. Bikotearekin, lagunekin... bidaiatzen dute. Onlineko erosketarekin lotuta, turismogunearen posizionamendua aintzat hartzen duten zaletasun eta gustuak bilatzea. Kulturarekin, zinemarekin eta Zinemaldiarekin lotura duten gustuak; izan ere kanpaina egiteko inspirazioa Woody Allenen azken filma eta hirian grabatu zena izan da, "Rifkin's Festival".

Helburua: Donostia udazkenean joan-etorria egiteko leku erakargarri gisa aurkeztea. Udazkeneko planak. Woody Allenen ibilbidea, "Rifkin's Festival" filmaren hiriko grabaketan inspiratua.

Baliabideak / Formatuak:

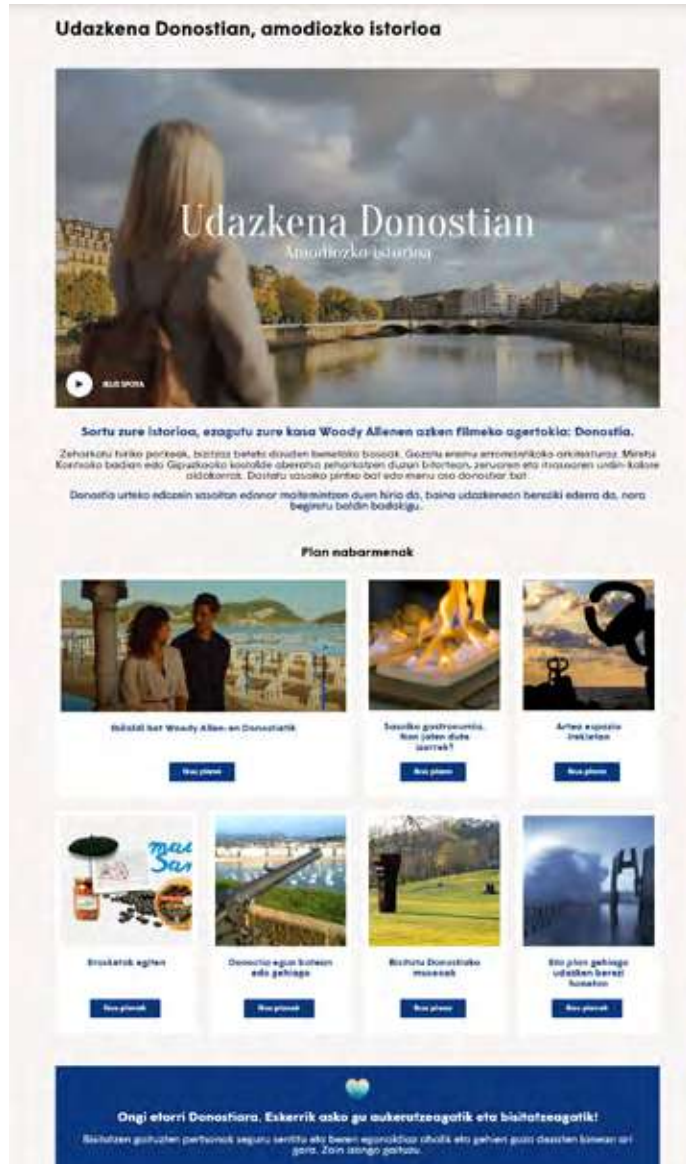
Kanpainaren pieza nagusia ikus-entzunezko lan bat eta bertatik eratorritako banner digitalak izan dira. Kanpainaren % 80 online izango da, eta prentsa idatzian eta irratan ere egingo da publizitatea

Udazkenerako planik onenekin landinga egin da; ibilbideak, kanpoaldean egiteko planak, erakusketak, museoak eta komertzioak, besteak beste.

Emaitzak:

+3,8 milioi inpaktu banner eta bideoetan.

Kanpainan **37.000** klik heldu dira /**+31.000** saio



► **Ikus kanpaina**

Kanpainen laburpena

Titularra

**GABONETAKO
KANPAINA. SENTITU
MAGIA DONOSTIAN.**

Produktua: Gabon aurrerako eta Gabon-garairako leku erakargarri gisa sustatzea Donostia. Hiria gastronomiarako, erosketetarako eta citybreakerako turismogune gisa kokatzea. Lekua umore apur batekin sustatzea.

Sorkuntzak eta mezua tokiko, hurbileko publikoarentzat eta Euskaditik kanpokoarentzat egokitu dira. Tokiko publikoarentzat (Euskadi) eta urrunagotik (Espainiatik eta Frantziatik) datorrenarentzat egokitu dira sorkuntzak eta piezak.

Datak: Azaroak 11 - urtarrilak 6

Merkatuak: Espainia eta Frantzia hegoaldea. 500-600 km baino gutxiagora dauden hiriak eta interesa eta konexio onak dituztenak.

Helburu diren bidaiariak: 30 urte baino gehiagokoak, bikoteak, seme-alabarik gabeko familiak, lagunak. Hiri txikiekiko, ertainekiko eta citybreakiekiko interesa dutenak. Autoz bidaiatzen dutenak, erosketetan interesa dutenak, gastronomian, etab.

Kanpainaren helburua: Irudia, hiriaren brandinga, bisitariak erakartzea eta webguneko bisitak areagotzea. Halaber, zozketa bat egin dugu parte-hartzea sustatzeko eta datu-basean erabiltzaileak gehitzeko, balizko bisitariak izan baitaitezke. Fidelizazioa.

Bazkide kopurua: Bazkide diren 30 enpresa baino gehiagok lagundu digute zozkatzeko Gabonetako 3 saski osatzen.



Kanpainen laburpena



[▷ Ikus bideoa](#)



[▷ Ikus bideoa](#)



[▷ Ikus bideoa](#)

Erabilitako Baliabideak / Formatuak:

Kanpaina % 100 online, digitala. Bideo laburrak, banner bizidunak eta bideo luzeak landingean eta Youtuben.

Emaitzak:

+7.900.000 inpaktu.

Klikak: **+66.000** klik kanpainen.

Webgunean izandako bisitak: **+45.000** bisita

Parte hartu duten enpresa bazkideen kopurua: **40 enpresa** bazkide baino gehiago.

Zozketako parte-hartzaileak: **+7.600** parte-hartzaile. Datu-baserako parte-hartzaile berriak.

Kanpainen laburpena

Titularra:
**DONOSTIA
ElkarREKIN**

Produktua: Donostia kongresuetarako toki gisa eta Donostia Turismoa ekitaldiak eta bilera antolatzeko informazioa ematen duen erakunde gisa sustatzea
Datak: Martxoak 1-maiatzak 1
Merkatuak: Donostia eta Gipuzkoa.

Helburu diren bidaiariak: 25 langile baino gehiago dituzten Gipuzkoako enpresen arduradunak. Gipuzkoako herritarrak.

Kanpainaren helburua: Gipuzkoako enpresei ekitaldiak antolatzeko segurtasun-bermeak emango dizkieten aukerak ezagutaraztea.

Hiriko ekitaldien eta kongresuen sektorea berraktibatzea eta, era berean, bilera egin ditzaten sustatzea.

Hiriko MICE eskaintza balioestea.



Lan-bilera bat egiteko konfiantzako leku baten bila bazabiltza,
DONOSTIA ELKARREKIN egitasmoa aurkezten dizugu

Topaketa profesionalak modu seguruan egiteko gure hirian dauden leku harrigarriak erakutuko dizkizugu eta, horrela, tokiko ekonomiaren alde egingo duzu. Gainera, gure doako aholkularitza-zerbitzuaren laguntza ere izango duzu.

DONOSTIA ELKARREKIN



T. 943 481 164 | congress.sansebastianhurismoc.eus



Lan-bilera bat egiteko konfiantzako leku baten bila bazabiltza,
DONOSTIA ELKARREKIN egitasmoa aurkezten dizugu

Topaketa profesionalak modu seguruan egiteko gure hirian dauden leku harrigarriak erakutuko dizkizugu eta, horrela, tokiko ekonomiaren alde egingo duzu. Gainera, gure doako aholkularitza-zerbitzuaren laguntza ere izango duzu.

DONOSTIA ELKARREKIN



T. 943 481 164 | congress.sansebastianhurismoc.eus

Kanpainen laburpena



Erabilitako Baliabideak / Formatuak:

25 langile baino gehiagoko Gipuzkoako enpresen datu-basearen posta elektronikoa - marketin ekintza. + 8.000 enpresari bidaltzea.

Telemarketin ekintza: Gipuzkoako **800 enpresa** baino gehiagorekin jarri gara harremanetan telefonoz.

Kanpaina digitala tokiko komunikabideetan: Grupo Prisa, Diario Vasco, Berria. Banner bizidunak. Landing espezifikoa sortu da eta erakundearekin harremanetan jartzera eta aukerak kontsultatzen animatuko da.

Bazkideak: Azpiegituren presentzia, espezializatutako agentziak, etab.

Zuzeneko emaitzak:

Publizitate-iragarkiak: **700.000** (DV.com, Grupo Prisa).

Linkak iragarkietan eta bideoetan: **140.296**.

Webguneko bisitak: kongresuen webguneak **4.500 bisita** izan ditu kanpainan (aurreko hilean baino +% **267**. **3.500 bisita izan dira** ordainpeko kanpainari esker. Bisita organikoak* ere nabarmen igo dira egun horietan.

**Igoera izan da martxotik, telemarketinarekin eta buletin bidalketarekin bat eginez.*



¿Y por qué no organizar un encuentro profesional en un lugar sorprendente?

Le presentamos **SAN SEBASTIÁN REUNIDA**
Un proyecto de San Sebastián Turismoa con un doble beneficio:

- 1 Por una parte, tendrá a su disposición una variedad de lugares de nuestra ciudad para celebrar de forma segura y exitosa encuentros o eventos profesionales.
- 2 Por otra parte, apoyando estos lugares, estará ayudando a la economía local.

San Sebastián Turismoa le ofrecerá **asesoramiento gratuito** para encontrar el lugar que mejor se adapte a sus necesidades. Solas de exposiciones, museos, reservados de hotel o terrazas con vistas al mar son solo algunas de las opciones.

Si quiere saber más sobre **SAN SEBASTIÁN REUNIDA** entre en contacto con nosotros en:

900 000 000 | reunion@sansebastiaturismoa.es

Ekintza Bereziak

**Donostia Biarritz
marka berria
BI HIRI ETA
TURISMOGUNE
BAT**

Kanpainaren helburua: Helburua bi hiriak batera sustatzea da, helburu diren nazioarteko bidaiariak handituta eta desestazionalizazioa sustatuta.

Antzekotasun ugari dituzten bi hiriak marka turistiko baten pean batzea eta sustapen-estrategia bateratua egitea, indarrak batu eta bidaiari berriak lortzeko.

Merkatuak: Frantziakoa, Espainiakoa eta tokikoa. Turismo arloko sustapena hiri-turismogune txikiak edo ertainak nahi dituzten, naturari (itsasoa, mendia...) garrantzi handia ematen dioten edo bizi-kalitate handiko kultura arloko turismoguneak, kirol-esperientziak, ongizatea, gastronomia, premium zerbitzuak eta abar bilatzen dituzten esperientziatzko bidaiariei zuzenduta egongo da.

Ekintzak: Logoa, claim eta gidaliburua korporatiboa sortzea.

Webgunea sortzea:

<https://sansebastianbiarritz.com/>

Produktu turistikoak sortzea: **Donostia eta Biarritz arteko zuzeneko autobus-zerbitzua.**



Ekintza Bereziak

ZUZENeko AUTOBUS- ZERBITZUA SUSTATZEKO KANPAINA

Produktua: Zuzeneko autobus-zerbitzua. Bi hiriak batzen dituen zerbitzu azkarra eta ekonomikoa. Donostia eta Biarritz.

Datak: 2 fase: Uda eta eguberria. Uztailak 1-irailak 1 / abenduak 4- urtarrilak 2

Merkatuak: Euskadi, Nafarroa, Iparralde

Kanpainaren helburua: Bi lekuen arteko bidaia sortzea. Donostiatik Biarritzera eta Biarritzetik Donostiara. Biarritz bisitatzera gonbidatzea; erosketak egiteko, baliabide turistikoak bisitatzeko eta gastronomia dastatzeko.

Erabilitako Baliabideak / Formatuak:

Ohiko komunikabideak, off line. Prentsa eta irratia: Cadena ser, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, komunikabide digitalak: DV.com, Sud Ouest, Sisters and the city, etab. Google eta sare sozialak. Dbus eta Lurreldebuseko pantailak.

Emaitzak:

Inpaktuak: **263.276 inpaktu** baino gehiago komunikabide digitaletako bannerretan.



Ekintza Bereziak

Titularra:

**GABON HAUETAN
ETORRI DONOSTIARA
ETA APARKATU DOAN.**

Produktua: Erosketak egiteko turismogunea/hiria. Illunbeko parkinga eta autobusa

Datak: Azaroak 29 - urtarrilak 6

Merkatuak: Euskadi, Nafarroa, Iparralde.

Kanpainaren helburua: Gertuko bisitariak lortzea. Hiria bisitatzera gonbidatzea, Gabonetako erosketak egiteko eta gastronomia dastatzeko, "doako aparlakekua eta erdigunera joateko lotura-autobusa doan" kanpaina erabiliz.



Erabilitako Baliabideak / Formatuak:

Ohiko komunikabideak, off line.
Prensa eta irratia: Cadena ser, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, komunikabide digitalak: DV.com, Sud Ouest, Sisters and the city, etab.

Emaitzak:

Inpaktuak: **700.000** inpaktu baino gehiago komunikabide digitaletako bannerretan.

Babesletzak eta beste ekintza berezi batzuk

Babesletzak eta lankidetzak hiriko ekitaldiekin

Kiroletako babesletza. Zaldi-lasterketa Donostiako Hipodromoan

Donostiako Hipodromoko jardunaldietako batean, lasterketa bat babestu dugu. Uztailaren 3ko 3. Lasterketa babestu dugu.



Uztailak 3, lasterketaren babesletza.

Kultur ekitaldien babesletza. Fantasiako eta Beldurrezko Zinemaren XXXII. Astearekin lankidetzak

Beste behin, fantasiako eta beldurrezko zinemaren astearekin lankidetzan aritu gara, Zinemaren asteak 3 hamarkada daramatza hiria zinemarako turismogune gisa kokatzen eta bisitariak eta zaleak erakartzen ditu sasoz kanpo. Azken urteotan, hazi egin da nazioartean Japonekin eta beste leku batzuekin izandako hitzarmenei eta nazioarteko zikloi esker.

Spot txiki bat eta grafiko bat egin dugu honetarako.



Babesletzak eta beste ekintza berezi batzuk

Ekitaldi profesional baten babesletza. CDC, sortzaileen kluba.

Sortzaileen kluba hiriko ekitaldi eta kongresu batzuetan izandako lankidetzaren ordainetan egiten den sormen-kongresua da. Donostia Turismoak parte hartzen du aldizkarietan eta/edo inprimatutako edizioetan, eta marka hainbat euskarritan ageri da, hala nola webgunean, ekitaldi fisikoan, etab.

Kiroletako babesletza:

Erremontea. Udako Txapelketa. Galarreta Pilotalekua 20 km-ko lasterketa. Behobia-Donostia. Donostiako maratokia.

Gastronomiako babesletza:

Repsol Eguzkien Gala.
Gastronomiako Talentuaren DV_ Saria.
Diálogos de Cocina.

Kiroletako ekitaldien babesletza: Auto Klasikoen Donostiako Rallya.

Argazkilaritza Lehiaketaren babesletza: Tecnum Donostia Jasangarria (martxan).

Babesletza solidarioa: Pink Force Foundation babesa.



Beste ekintza batzuk

Halaber, sustatzeko beste jarduera mota batzuk egin dira, hala nola tokiko ekitaldien babesak eta lankidetzak:

DV. Ekitaldien gehigarria.

Diario Vasco egunkariaren gehigarri berezi batean parte hartu dugu babestutako artikuluekin eta publizitatearekin, hiriko ekitaldien eta kongresuen egoeraren berri emateko.



Horietan laguntza ekonomikoa eman dugu, euskarrietan edo ekitaldiko irudietan Donostia Turismoaren irudia jartzearen truke.

4.1.2. Webgunea eta sare sozialak

Webgunea eta sare sozialak hiriaren erakusleioa dira, gauza erakargarriena, ekitaldiena... Eta bisitariekin zein herritarrekin berehalako interakzioa izateko bitartekoa dira. Horregatik, etengabe eduki berria, erakargarria eta praktikoa sortzeko lanean aritu gara, erabiltzaileei entzuteko eta interakzioa sustatzeko, kalitatezko argazkiak eta irudiak eguneratzeko, etab.

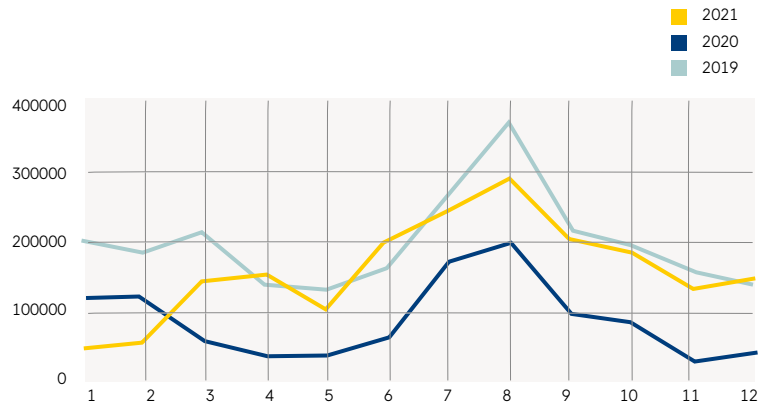
Aisialdiko bisitarien zuzendutako webgunea



Donostia Turismoaren webguneko bisitak zein erabiltzaileak areagotu egin dira; % 74 inguru igo dira 2020arekin alderatuta eta 1.365.000 bisita eta milioi bat erabiltzaile inguru izatera heldu da. Webgunea nabarmen jaitsi zen 2020ko otsailean munduko osasun-krisia zela eta, eta udan apur bat igo zen arren, webguneko emaitzak ahuldu egin ziren. 2021ean, aldiz, susperraldia egonkortu egin da, ekainetik aurrera bereziki, eta urte amaieran 2019an baino kalitatezko bisita gehiago izan dira. Hala ere, oraindik ez da 2019ko bisiten eta erabiltzaileen puntu gorenera heldu.

Hileroko bisitak

Online dendako erosketek izan duten gorakada nabarmendu behar da; % 484 igo dira.

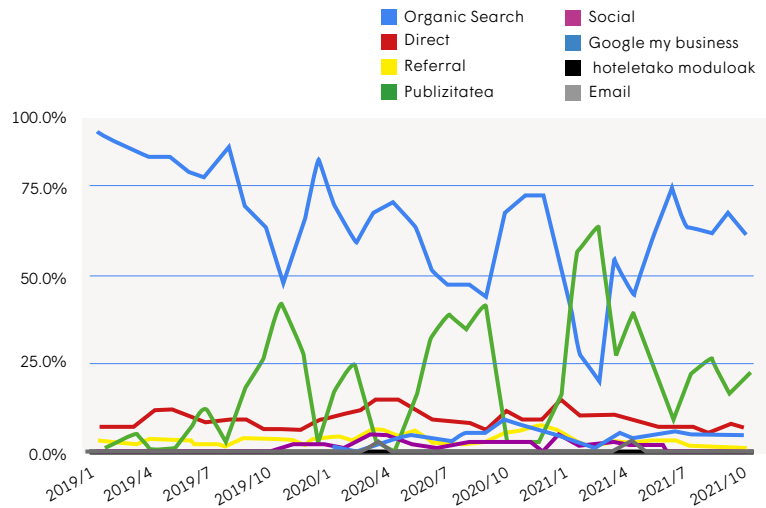


Kanalaren bidezko bisitak

Kanal organikoko bisitak % 87 areagotu dira.

Kanal guztien artean nabarmentzen da publizitateak sortutako trafikoaren igoera, baita posta-elektroniko bidezko trafikoa ere, ia 10.000 bisitetara heldu baita.

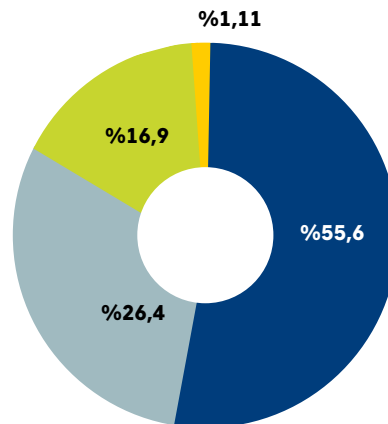
Erreferentziarako trafikoaren artean, donostia.eus, tourisme.biarriz.fr eta sansebastianbiarriz.com dira trafiko-iturri nagusiak.



Hizkuntzak (ordainpeko trafikorik gabe)

Hizkuntzen banaketa 2021ean.

2021ean, hizkuntza guztiak areagotu dira, nahiz eta frantsesa ingelesa baino hobeto suspertu den.



1.	/es/	1.178.495	%55,62
2.	/fr/	558.633	%26,37
3.	/en/	358.126	%16,90
4.	/eu/	23.440	%1,11

MICE turismora zuzendutako webgunearen atala



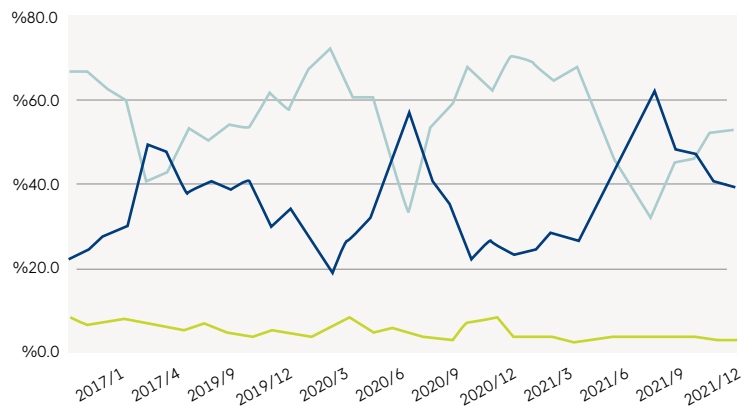
Gailuak

(ordainpeko trafikorik gabe)

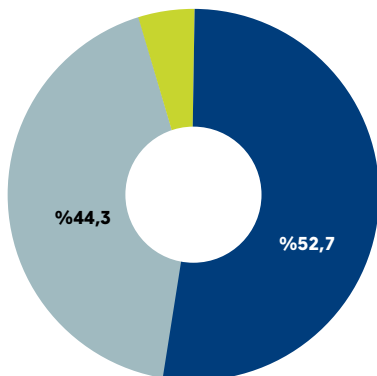
Kongresuen batez besteko erabiltzaileak webgunea **bere ordenagailuan eta bulegoko ordutegian kontsultatu du.**

Mugikorraren erabilerak gora egin duen arren, ez da webgunearen beste publiko batzuentzako bezain garrantzitsua.

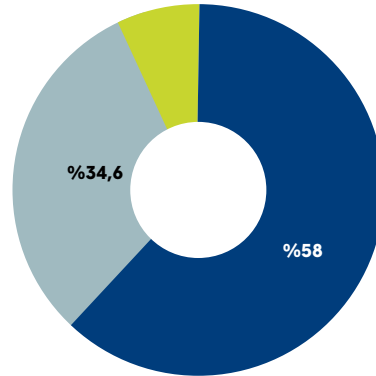
Idazmahaiko ordenagailua
Tablet-a
Mugikorra



2021 - Urtarrilak 01
2021 - Abenduak 31



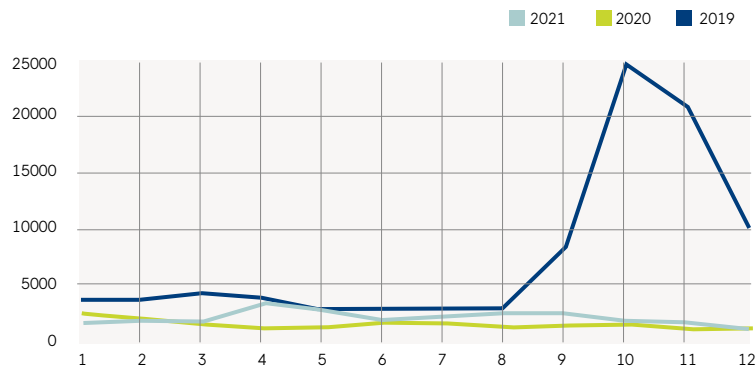
2020 - Urtarrilak 01
2020 - Abenduak 31



Hilabeteko bisitak

18.477 bisita 2021ean zehar. 2020arekin alderatuta bisita-kopurua % 54 areagotu den arren, pandemia aurreko trafikoaren kopurutik urrun gaude.

35.648 orrialde ikusi zituzten **15.108** erabiltzailek (% 61eko hazkundea).

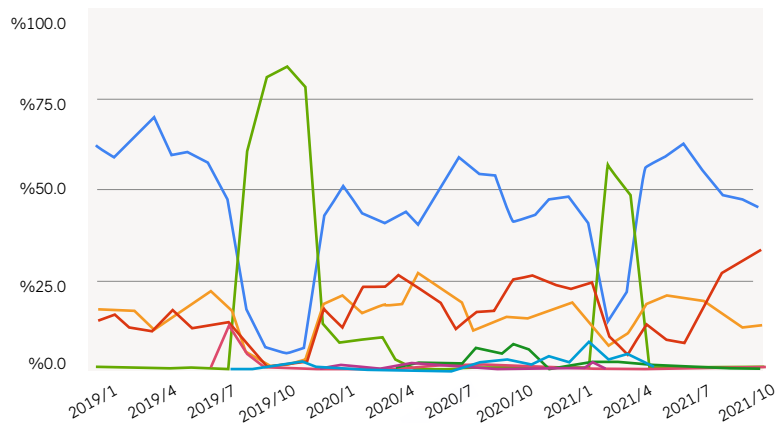


Kanalaren bidezko bisitak

Kanal organikoa da kanal nagusia; bisiten % 47 hortik etorria da.

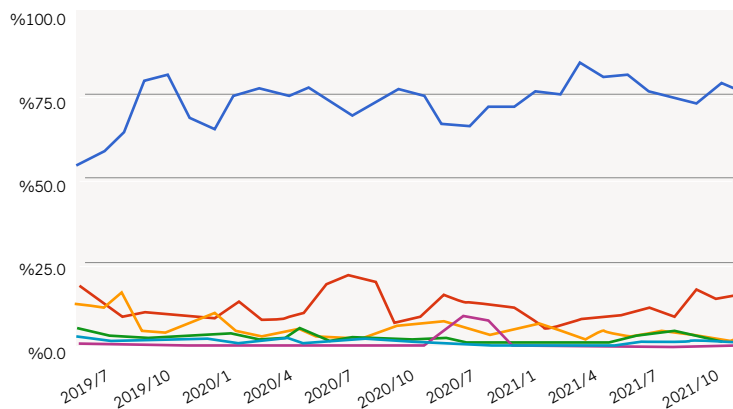
2021ean, bisiten % 82 nazionalak izan dira.

- Organic Search
- Direct
- Referral
- Social
- Email
- other
- Paid Search
- Display



Bisitaldien portzentaiak herrialdeen arabera

- Spain
- France
- United States
- United Kingdom
- Brasil
- Germany



Prentsarentzako eta agenteentzako webguneko atalak



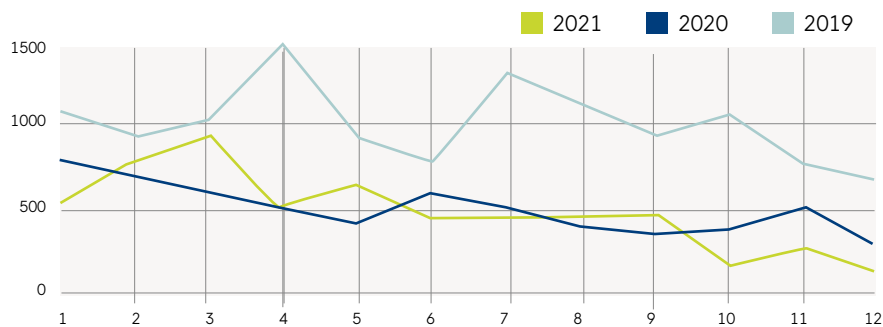
Hilabeteko bisitak

5.766 bisita 2021ean zehar. Bisitak %4 murriztu dira 2020arekin alderatuta.

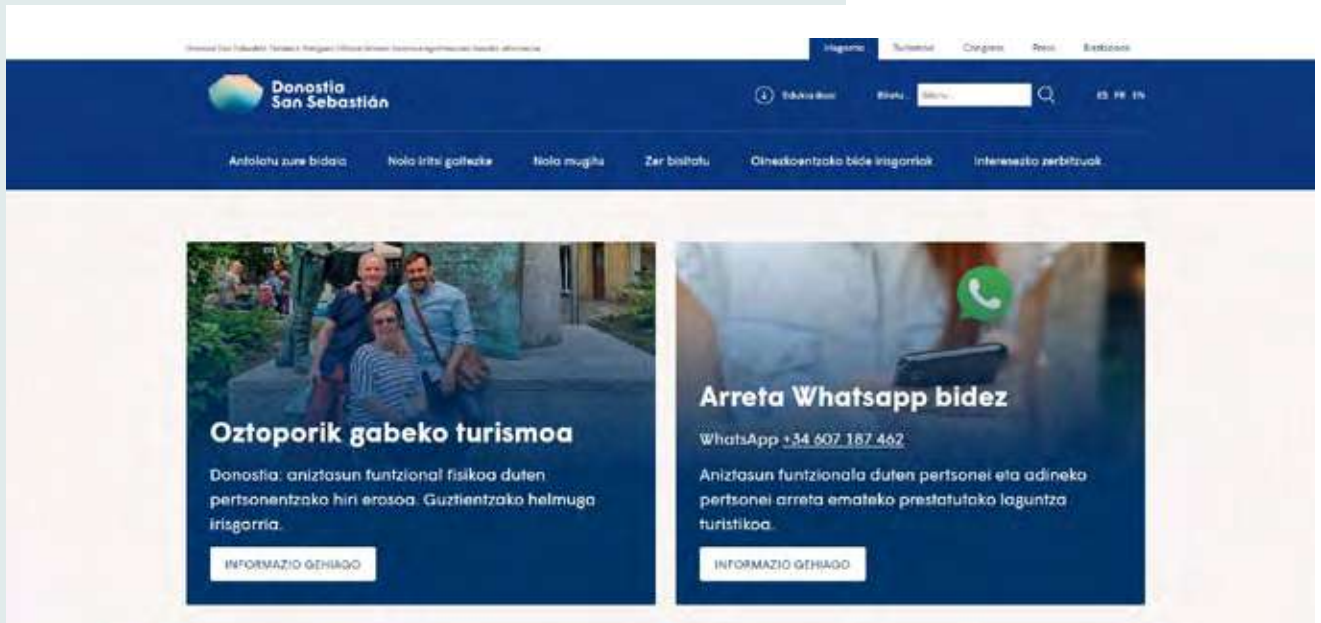
10.431 orrialde ikusi dituzte **4.679 erabiltzailek** (-% 3).

2021eko bisiten % 33 kanal organikotik datoz. **Gehien igo dena soziala izan da.** Trafiko sozialaren % 47 Facebookeko bisitak izan dira, % 29 Instagramekoak eta % 18 Twitterrekoak. **Instagram izan da gehien hazi den sare soziala.**

Gaztelaniazko atalak bere garrantziari eutsi dio 2021ean. Ingelesa gutxiago erabili da eta **euskara igo egin da; gutzizkoaren % 8 izan da.**



Irisingarritasun turistikoa iri buruzko webgunearen atala.

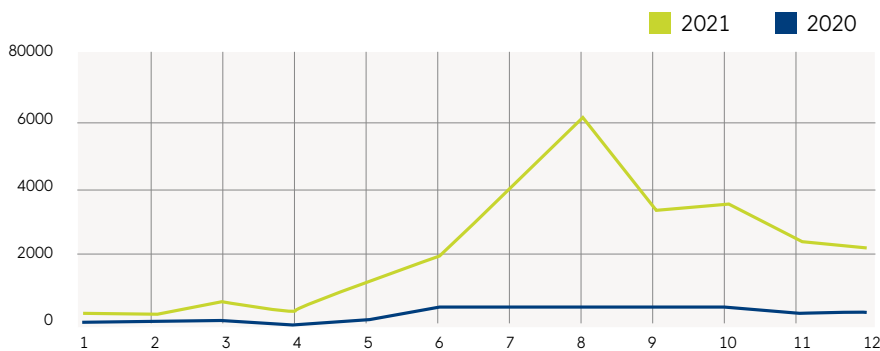


Hilabeteko bisitak

Atal hau 2020an sortu zen eta 26.740 bisita jaso ditu 2021ean, aurreko urtean baino % 690 gehiago. Bisiten % 82 kanal organikotik datoz.

Erabiltzaileek batez ere **parkingen inguruko informazioa eta nola mugitu** bilatu dute (tren turistikoa, autobusak, etab.).

Erabiltzaile gehienak **Espainiatik edo Frantziatik** sartzten dira webgunera. Hizkuntzari dagokionez, frantsesa guztizkoaren % 17 da.



Jarraitzaile gehiago eta interakzio handiagoa sare sozialetan



San Sebastian Tourism / Donostia Turismoa
17 de octubre de 2021 · 🌐

Y así, casi sin darnos cuenta, octubre ha aterrizado en Donostia... y la ciudad se ha convertido en un auténtico espacio 🏡 de paz y serenidad. And so, almost without realizing it, October has landed in Donostia... and the city has become a true 🏡 space of peace and serenity.

Eta horrela, ia konturatu gabe, urria etsi da... eta Donostia 🏡 bakearen eta lasatasunean murgildu da... Ver más

16 963 Personas alcanzadas
502 Interacciones

Promocionar publicación

24 veces compartido



Donostia San Sebastián ... 1 Dic 2021
¿Viene el puente de diciembre a Donostia / San Sebastián?

Donostia ya está vestida de Navidad y iludumbra. 🎄 Con estas ideas que te damos podrás disfrutar al máximo del Puente de Diciembre en San Sebastián.

[bit.ly/PuenteDiciembre...](#)

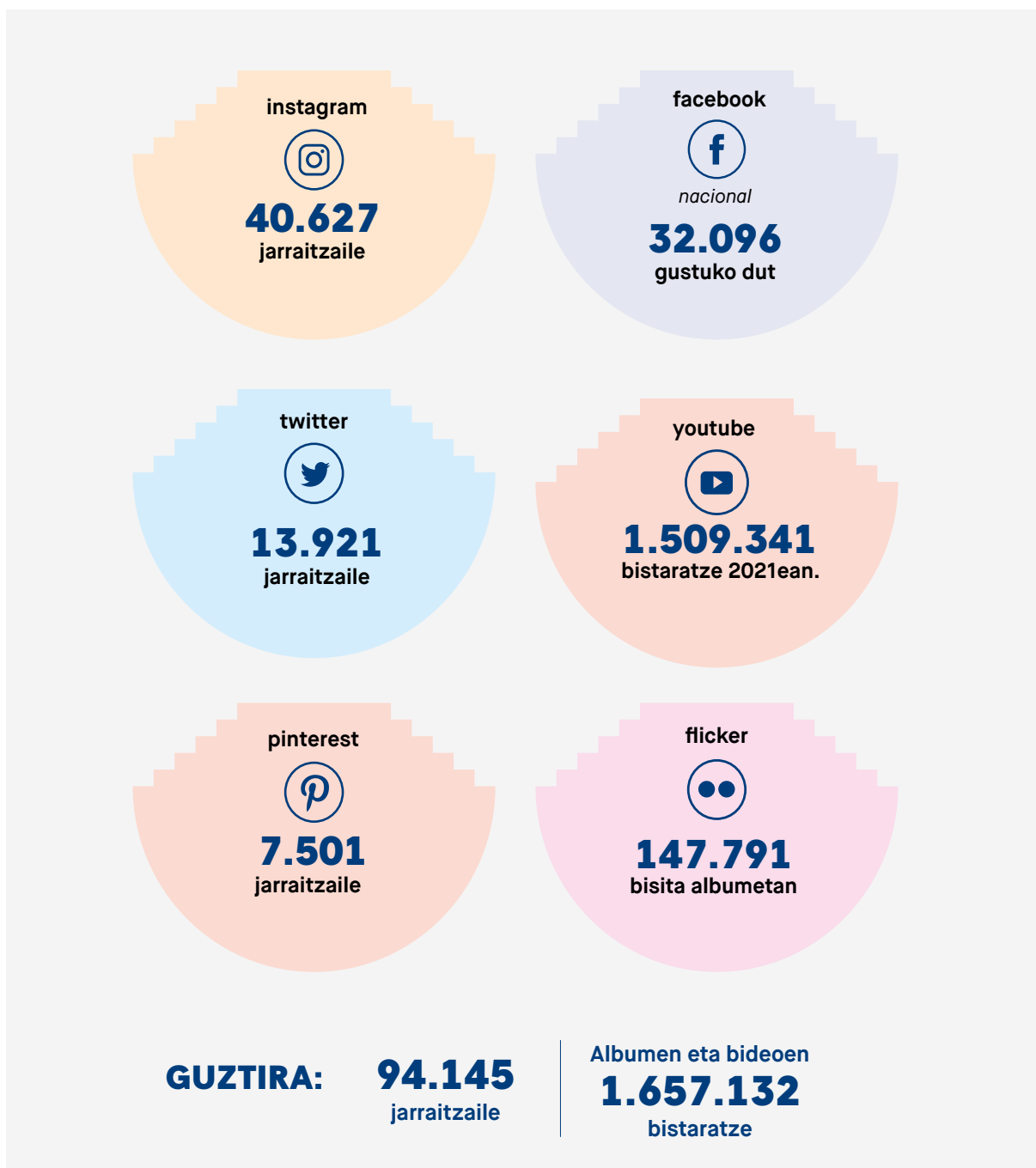
#kaxoDonostia
#sansebastiantourism

Donostia San Sebastián ... 1 Dic 2021
Bacatzat Abenduko zubian Donostia? Hiriak Gaboneti ongietorria emateko prest dago eta gale-jantzia 🍷 jami du dagoeneko! Proposatutako dizkizugun ideien eskutik bete-betean dastatuko duzu Donostiaren atsegina.

[bit.ly/AbendukoZubiaD...](#)

#kaxoDonostia
#sansebastiantourism

Sare sozialetako komunitateak eta interakzioak handitzen joan dira nabarmen urtetik urtera, eta kopuru hauetara heldu da:



4.1.3.

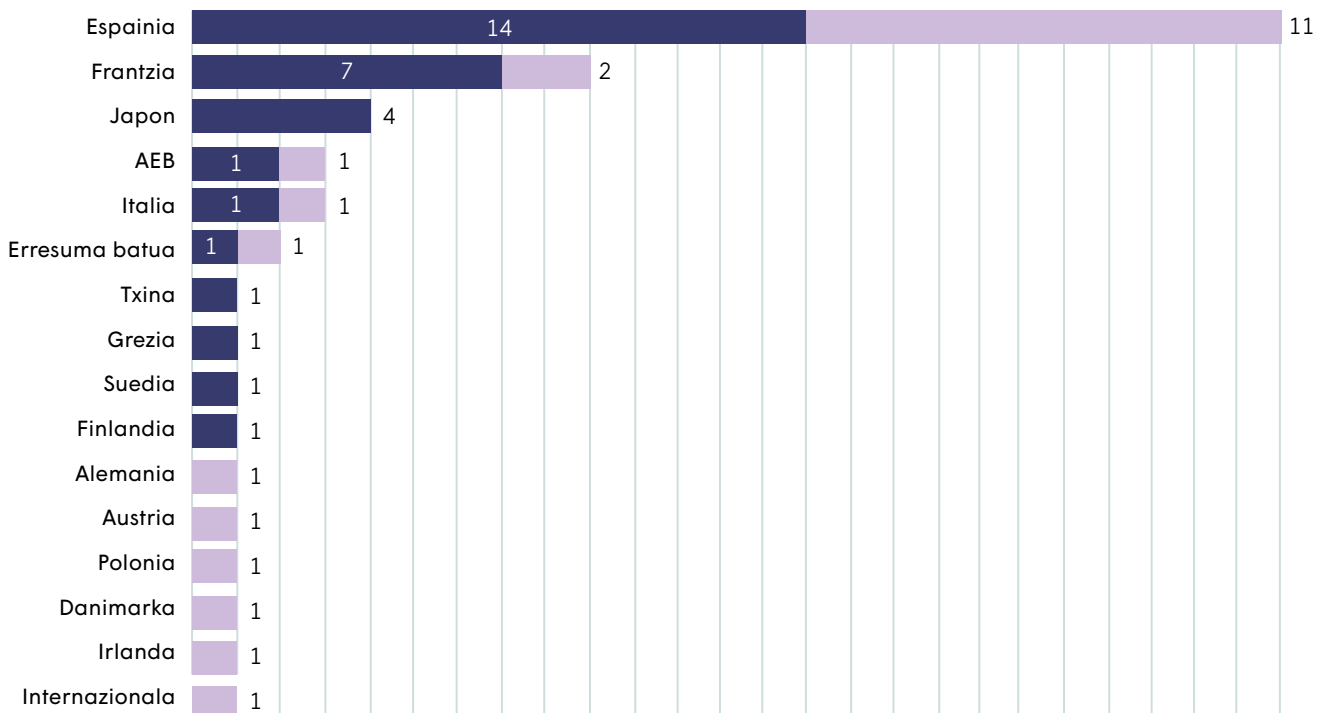
Press tripak edo prentsa-bidaia / Bloggerrak

Donostia Turismoak nazioarteko komunikabideekin lankidetzan lan egin ogi du, Donostia kalitatezko turismogune gisa kokatzeko mundu mailan, eta arreta berezia jartzen du lehenetsunezko merkatuetan (Frantzia, Alemanian, EBn, Eskandinaviako herrialdeetan, Herbehereetan, Belgikan, ABEn, Kanadan, Japonian, Australian...). Mugak itxi eta mugikortasuna murriztu zenez, 2021ean normalean baino prentsa-

bidaiari gutxiago izan ditugu. Hala ere, komunikabideak artatzen eta haiekin elkarlanean jarraitu dugu ohi bezala. 2021ean, 24 prentsa-bidaia artatu dira eta 34 online komunikabide. Elkarlanean aritu garen komunikabideen artean daude GEO, Vanity Fair, AD, National Geographic, El País, Vogue, Guia Routard, Traveler, Børsen, The Irish Independent, Mujer Hoy, Sundry Times, La Vanguardia, etab.

Herrialdeek artatutako medioak

- Medioak
- Press Trips



4.1.4. Prentsaurrekoak eta buletinak

Kanpoko sustapenerako komunikazioaz gain, Donostia Turismoaren bazkide diren enpresak informatzeko eta formatzeko komunikazio-ekintza batzuk ere diseinatu dira, turismoaren sektorerara eta herritarrengana bideratzeko.

Donostia Turismoaren asmoa da hiriaren kudeaketa publikoan eta turismo pribatuan erreferente nagusia izatea, eta horretarako, bere jardueraren berri ematen du komunikabideen, albisteen eta newsletterren bitartez.

2021ean, elkarrizketen, albisteen eta prentsaurrekoen kopurua batuta, 148 inpaktu sortu dira eta presentzia bermatu da tokiko eta erkidegoko komunikabide nagusienetan - EITB, telebista, Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa, RTVE, Radio San Sebastián/ Cadena SER, Radio Euskadi, Euskadi Irratia, COPE, Donostiatik, RNE, Habla Radio, Gipuzkoa Gaur eta beste-, baita aisialdiaren negozioaren arloko turismo-sektoreko komunikabide espezializatuetan ere, hala nola Nexotour, Evento Plus, Agent Travel, Hosteltur eta abarretan.

2021 ■ Elkarrizketa ■ Albisteak ■ Prentsaurrekoak

▷ [Ikusi aisialdi-turismoarekin zerikusia duten albisteak](#)



▷ [Ikusi bileren turismoarekin zerikusia duten albisteak](#)



Halaber, hilero buletinak edo newsletterrak bidali dira bi bertsiorekin; Donostia Turismoaren enpresa bazkideentzako barne-informazioarekin bata, eta tokiko komunikabideentzako, eragileentzako, stakeholderrentzako eta beste harpidedun batzuentzako bestea, 4 hizkuntzatan.

Buletinek sektoreko albisterik esanguratsuenak jasotzen dituzte, erakundea egiten ari den ekintzen eta jarduera berrien sustapena, kongresurik nabarmenenak, nazioarteko prentsan hiriari buruz dauden erreportajeak, hileroko planak, etab.

► [Ikusi 2021eko newsletterrak](#)

The collage displays various digital marketing assets for Donostia Turismoa. It includes a screenshot of the website's membership section, a video newsletter about the lack of tourism, a 2020 memory graphic, and two newsletter snippets regarding new meeting rooms and upcoming meetings.

4.1.5. Argitalpenak

Donostia Turismoaren argitalpenak hiriaren posizionamendua ezagutarazteko, eta erakundearen enpresa bazkideak eta turismogunea sustatzeko tresna garrantzitsua eta indartsua da, aniztasuna eta hedapen masiboa direla eta. Urtero berritzen da edukia turismogunearen eta erakundearen enpresa bazkideen informazio-behar berrietara egokitzeko.

Argitalpenek turismoak Donostian eta lurrandean duen inpaktua banatzeko

garrantzia islatzen dute, auzo guztiek eta bertan lan egiten duten enpresa bazkideek etekinak izan ditzaten. Beraz, hiriko turismo-eskaintzaren informazioa eremu edo auzo desberdinetan dago banatuta.

2021EKO Argitalpenak

- **Mapa ingelesez-frantsesez**
- **Ticketing argitalpena**
- **San Sebastián Card mapa**
- **2021-2022 Gabonetako agenda**

Hiriko Planoa

- 2021ean, hiriaren ingelesezko/frantsesezko hiriko planoak eguneratu dira Frantziako hedapena handitu ahal izateko.
- Argitalpen-eguna: uztaila, 2 hizkuntza/1 edizio.
- Frantsesa-ingeleza (250.000 ale).



Ticketing

- Argitalpen eguna: 2021eko ekaina
- 4 hizkuntzatan (euskara, gaztelania, frantsesa, ingelesa) edizio bakarrean.
- Unitateak: 10.000



Txartel turistikoaren argitalpena:

SS Card

- Argitalpen eguna: 2021eko ekaina
- Unitateak: 10.000
- 4 hizkuntzatan bi ediziotan: 8.000 gaztelaniaz-ingelesaz eta 2.000 euskaraz-frantsesez



Flyer bateratua

- Argitalpen eguna: ekaina
- Unitateak: 10.000
- 4 hizkuntzatan bi ediziotan
- 7.500 gaztelaniaz-ingelesaz eta 2.500 euskaraz-frantsesez





Agendak

2021-22 Gabonetako agenda
 2 edizio. 4 hizkuntza online edizioan eta inprimatutako edizioan.
 6.000 ale.



4.2. MICE Turismoa

Kongresuen eta Ekitaldien Sailak 30 urte baino gehiagoko esperientzia du eta ildo desberdinak lantzen ditu helburu hauekin:

Donostiarako ekitaldi profesional estrategikoak sustatzea eta ahalbidetzea, ezagutza zabaltzea eta irabazteko eta ikerketa, berrikuntza eta tokiko ekimenen sorkuntza sustatzeko.

Donostiako eta Gipuzkoako eragile publiko-privatuekin elkarlanean aritzea.

Tokiko MICE sektoreko hornitzaileak elkartzea eta tokiko I+G komunitatearen zerbitzura jartzea, haien jardura ikusarazteko eta Donostia ezagutzaren, berrikuntzaren eta garapenaren erreferentziatzeko turismogune gisa kokatzeko.

Donostiarren zerbitzura dagoen ondarea sortzeko ekarpena egitea.

Kongresuei dagokienez, eta hiriak edertasuna berdingabea duela kontuan hartuz, nabarmengarriena eta MICE sektorearen motorra da hiriak zientzian eta berrikuntzan egiten duen inbertsioari esker, Donostia munduko hiri zientifiko nagusien artean dagoela.



22 ikerlari 1.000
biztanleko

(Batez besteko nazionala
4,6 1.000 biztanleko)

Estrategiaren bulegoa
(Donostiako Udala)

Ekoizpen zientifikorik handiena
duten munduko 200 hirien artean

Munduko Ikerketa Zientifikorako
Zentrorik kolaboratiboena

Nature Aldizkaria

8. turismogune nazionala,
2019an kongresuak
erakartzeko izan zuen
gaitasunarengatik

ICCA

(International Congress and
Conventions Association)

2019ko kongresuen % 62,7
nazioartekoak izan ziren

Donostia Turismo
(Donostiako Udala)

Talentuaren eta ezagutza-trukearen erdigunea

Ezagutza arlorik nagusienak sektore hauetan daude; Nanozientzian, Energiari, Garunean, Materialetan... Arlo horiek ikertzen dituzten profesionalak **tokiko erakunde sustatzaile** desberdinetan daude, hala nola Basque Centre on Cognition, Brain and Language (BCBL), Materialen Fisikaren Zentroan (CFM), Unibertsitateetan, Unibertsitate Ospitalean edo Tecnalian.

Gure helburua da hirian egin daitezkeen balizko ekitaldiak bilatzea, ikertzea, aztertzea eta identifikatzea eta tokiko profesionalekin harremanetan jartzea ekitaldi horien enpresa sustatzaile gisa jarduteko eta horrela ekitaldi profesionalak bereganatzea lortzeko. Ekitaldi horiei esker ezagutza trukatu eta Donostia bileren turismogune gisa koka daiteke.

Alde horretatik, turismogunean sortutako ezagutza guztiak du erakusleihoa **ekitaldietan**; izan ere, horiek **batu eta ikusarazten dute ezagutza eta erakartzen dute berrikuntza**.

Gure **enpresa bazkideak** garrantzitsuak dira; izan ere, haiek bermatzen dute ekitaldiaren profesionaltasuna. Kongresuetarako prestatutako azpiegiturak eta hotelak beharrezkoak dira, baita profesional onak ere balioen kate osoan, hala nola OPCetan, DMCetan, kateringean eta zerbitzu guztietan, oro har.

Egoitzak eta hotelak primeran egokitu dira COVIDaren egoerara eta erakundeen edo antolaketa-enpresen eskura jarri dute ekitaldi hibridoak eta digitalak egiteko azkeneko teknologia eta erabateko segurtasuna bermatu dute higiene-protokoloekin, segurtasunarekin eta une bakoitzean indarrean zeuden edukierekin.

4.2.1.

Ekitaldi profesionalak lortzea

CRM

2013tik, garapenerako eta kudeaketarako gure CRMa dugu, eta horri esker, kongresuen, bileren eta hautagaitzen kontrola eraman dezakegu, horiek lortu ahal izateko.

Saileko lan-tresna nagusia da, ezinbestekoa da jarraipena egiteko eta ekitaldiak erakarri eta erregistratzeko, eta Kongresuen eta Ekitaldien Saileko behar espezifikotara dago egokituta.

Datuak bertara etengabe sartu direnez, egun hirira ekitaldi profesional bat ekartzeko baliagarriak izan daitezkeen 3.000 erregistro ingururen kontaktuak ditugu (elkarteak, agentziak, enpresak, ikerketa-zentroak...).

2021ean zehar, aplikazioa optimizatu ahal izateko eta bertatik informazio guztia ateratzeko hobekuntzak egin dira. Aurten **harreman komertzialen** atala gehitu dugu eta aukera eman digu urtean zehar egin ditugun eta pertsona eta kongresuekin lotu ditugun ekintza komertzial guztiak erregistratzeko.

Ekitaldi profesionalerako hautagaitzak

Ekitaldiak lortzea funtsezko zeregina da bai epe ertain eta luzerako emaitza onak bermatzeko, bai gure funtzioa enpresa sustatzaileen, erakundeen eta kongresuak antolatzen dituzten enpresen artean ezagutarazteko. Zeregin horretan eragina izan du pandemiak kongresuen ordena logikoa aldatu baitu. 2021eko edizio asko atzeratu egin dira, eta beste batzuk hibridoak edo online bihurtu dira.

Gainera, Kongresuen eta Ekitaldien Sailak **hautagaitzak aurkezteko materiala berritu du**, etengabe informazioa egokituz, datuak, etab.

2021ean egindako hautagaitzen eta kongresuen babesa

Kongresuak jarduera ekonomiko garrantzitsuak dira turismoguneentzat. Eragin ekonomikoa agentzietan, azpiegituretan, hoteletan, jatetxeetan, garraio-enpresetan edo komertzioetan igartzen da. Ondorioz, ekitaldiaren inguruan jarduera ekonomiko eta lan-eskaintza zabala sortzen da. Bestalde, bada beste balio erantsi bat ere; ekitaldiei esker turismogunea kontzeptu edo sektore estrategiko jakin batzuen inguruan kokatzen da, hala nola berrikuntzaren edo jasangarritasunaren inguruan. Kongresuen garrantzia dela eta, Donostia Turismoak laguntza logistikoa, ekonomikoa eta sustapeneko eskaintzen die kongresuei. Arreta berezia jartzen du hautagaitza fasean dauden ekitaldiak lortzeko laguntzetan.



2021ean aurkeztutako hautagaitzak

Urtean zehar 7 hautagaitza aurkeztu dira guztira. Horietatik 3 hirian izango direla berretsi da, 1 galdu egin da eta besteak erabaki zain daude.

Kongresua	Egin den urtea	Egin den egunak	Parte-hartzaileak	Egoera
CONAIF KONGRESUA (Instalatzailleen eta Fluxuen Elkarleen Konfederakunde Nazionala)	2023	2023ko apirila edo urria	300	Irabazia 2022/10/26-27
INTERNATIONAL WATER ASSOCIATION WATER LOSS CONFERENCE (IWA)	2024	2024/04/14-17	500	Ikerketa fasea
FAMILIAKO ETA KOMUNITATEKO MEDIKUNTZAREN ESPAINIAKO ELKARTEAREN KONGRESUA (SEMFYC)	2023	2023ko maiatza edo azaroa	2500	Irabazia 2022/05/10-13
EPIDEMIOLOGIAKO ESPAINIAKO ELKARTEAREN URTEKO BATZAR ZIENTIFIKOA (SEE)	2022	2022/08/30-09/02	500	Irabazia 2023/08/30-09/02
IALC WORKSHOP (INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR LANGUAGE CENTERS)	2023	2023ko martxoa edo apirila	300	Galdua
EUROPEAN ROWING COASTAL CHAMPIONSHIPS (ERCCH)	2022	2022/10/26-11/05	500	Ikerketa fasea
GLOBAL WORDNET CONFERENCE (GWC-GWA)	2023	2023/01/24-27	50	Ikerketa fasea Ebazpena: 2022/06/30

A) IRABAZITAKO HAUTAGAIETATIK LORTUTAKO KONGRESUAK

- **FORCE11 ANNUAL CONFERENCE:** 202an aurkeztu eta irabazi zen 2021eko abenduak 7-9, 350 pertsona
- **PEDIATRIAKO LARRIALDIEN ESPAINIAKO ELKARTEAREN XXV. URTEKO BATZARRA (SEUP):** 2020an aurkeztu eta irabazi zen 2021eko martxoak 03-06, 823 pertsona
- **ERREUMATOLOGIAKO ESPAINIAKO ELKARTEAREN ESPONDILOARTRITISARI BURUZKO SINPOSIOA (SER):** 2016an aurkeztu zen 2021eko azaroak 26-27, 300 pertsona
- **OBESITATE MORBIDOAREN KIRURGIAREN ETA GAIXOTASUN METABOLIKOEN ESPAINIAKO ERAKUNDEAREN KONGRESU NAZIONALA (SECO):** 2020 2021eko irailak 06-09, 250 pertsona

B) ERREPIKATU DIREN KONGRESUAK

- SUKALDEKO ELKARRIZKETAK*
- DFERIA
- CULINARY ACTION EKINTZAILEEN NAZIOARTEKO FOROA
- CDC, SORTZAILEEN KLUBA*
- SOL-SKYMAG*
- DONOSTIA GASTRONOMIKA*
- OSASUN DIGITALAREN KONGRESUA
- HOST

*Irabazitako hautagaitzetatik datoz

4.2.2. Sustapenerako ekintzak

1. Workshopetan eta aurkezpenetan parte hartzea

2021ean, ekintza komertzial hauetan hartu da parte:

Data	Izena
EKAINAK 17	Nazioarteko elkarten merkatuaren jardunaldia - Birtuala
AZAROAK 30 - ABENDUAK 2	IBTM World 2021 - BARTZELONA

A - Nazioarteko elkarten merkatuaren Jardunaldia - Birtuala

Izenburua: Spain brings you Food for Thought

Eguna: ekainak 17 osteguna, Taparen Nazioarteko Eguna delako.

Helburua: abegi ona transmititzea, lankidetzak, afektua, kongresuak lortzeko harremanak egitea.

30 minutuko hitzorduen agenda Ekitaldia sare sozialetan (LinkedIn eta Twitter) eta Boardroom aldizkarian sustatzea.

Jardunaldian 14 Convention Bureauak hartu zuten parte:

- Alacant, Bartzelona, Bilbo, Gijon, Girona, Madrid, Malaga, Salamanca, Donostia, Sevilla, Sitges, Tenerife, Valentzia eta Zaragoza.



Izandako hitzorduek:

1. ESTRO – European Society for Radiotherapy and Oncology
2. DIA – Drug Information Association
3. IASP – International Association of Science Parks – habla español y vive en Málaga
4. EUROVENT
5. SYTA - STUDENT AND YOUTH TRAVEL ASSOCIATION (TTOO)
6. AIACE-Deutschland – Association for former EU officials (azkenean ez du parte hartu eta bertan behera geratu da)

B - IBTM WORLD 2021 (Bartzelona)

Urtero bezala, Donostia Turismoa azokan izan da Basquetour standean, Bilborekin, Gasteizekin eta Arabako Errioxarekin batera.

Aurten, lau elkarte lagundu digute ekitaldira: bi agentzia hartzailak – Hagoos, Tenedor Tours –, hotel batek – Arima Hotela– eta bilera-egoitza batek – Kursaal. Establezimendu bazkideak funtsezko elementuak dira hiriaren sustapen turistikorako eta Donostiak negozioetarako turismogune gisa duen irudia indartuko dute, bere azpiegituren, zerbitzuen eta baliabideen kalitate eta bikaintasunagatik baita ezaguna.

2021eko edizioan eragina izan du COVIDak, azokaren tamaina murriztu behar izan baita eta oso jende gutxi bertaratu ahal izan baita. Murrizketak gorabehera, hitzorduen kalitatea handia izan da eta parte hartu duten enpresa guztiak erakutsi dute gogobetetasuna izandako bilerarekin.

Guztira, 32 hitzordu izan dira agentziekin eta bilerak, kongresuak eta konbentzioak antolatzen dituzten elkarteekin. Bilera horietako 7 nazionalak izan dira eta gainerakoak nazioarteko jatorri desberdinetakoak.

Azoka honen emaitza oso gogobetegarria izan da eta aurreikusita dago Donostian zazpi ekitaldi antolatzea 2022an zehar. Ekitaldi horietako bost bidaia sustagarriak ziren, eta bi, konbentzioak.

Azoka hau bilerak antolatzeko interesa duten agentziak eta enpresak lortzean oinarritzen da.



IBTM World 2021

Lankidetzaz bazkideekin

DATA	EKITALDIA	Tokia	Antolatzailea
03/26	Ekitaldiak, hirirako estrategia	Tabakalera & On-line	Donostia Turismoa
06/22	#SCBMeet ALEMANIA webinarra	On-line	Spain Convention Bureau
10/21	SCBMeet Belgium	On-line	Spain Convention Bureau
10/7	SCB bileren turismoari buruzko topaketa	Basque Culinary Center	Spain Convention Bureau & Donostia Turismoa
11/30-12/02	IBTM World	Bartzelona	Basquetour

Parte hartzeko gonbidapena:

WEBINARRAK

2021EKO EKAINAK 22KO #SCBMEET ALEMANIA WEBINARRA

Egungo Belgikako merkatuaren txostenaren aurkezpena eta Colja Damsi elkarriketa, Chief Executive Officer (CEO).

2021EKO URRIKO _SCBMEET BELGIUM WEBINARRA

Egungo Belgikako merkatuko txostenaren aurkezpena eta Matthias De Klercki aurkezpena, Managing Partner with Pitch Perfect, a Sales & Marketing office specialized in Travel & Hospitality.

EMANDAKO KONTAKTUAK

Kongresuen eta Ekitaldien sailak kongresuetako antolatzaileei eskaintzen dien aholkularitza-zerbitzuaren barruan, eskatzaileen beharretara ondoen egokitzen diren gure enpresa bazkideen zuzeneko kontaktuak eskaintzen ditugu.

2021ean egin diren kongresu hauek tokiko hornitzailearen baten kontaktua eskatu dute eta gure enpresa bazkideen zuzeneko kontaktua eman diegu.

EDVANCE BUSINESS SCHOOL JARDUNALDIA	30 pertsona
ATRAE JARDUNALDIA - EUSKADIKO TURISMO HARTZAILEKO AGENTZIEN ELKARTEA	50 pertsona
VII MEDICAL LASER CONGRESS TOP100	+ - 240 pertsona
KIRURGIA BARIATRIKOAREN SINPOSIOA	60 pertsona
EUROPAN 16 - FORUM OF CITIES AND JURIES	150 pertsona
IKERBASQUEREN URTEKO BATZARRA	180 pertsona
ETORKIZUNA ERAIKIZ 2021	800 pertsona
31st CONFERENCE OF THE ASSOCIATION OF EUROPEAN MIGRATION INSTITUTIONS – AEMI	41 pertsona
BILEREN TURISMOARI BURUZKO TOPAKETA ETA SPAIN CONVENTION BUREAUREN URTEKO BATZARRA	90 pertsona
OBESITATE MORBIDOAREN KIRURGIAREN ETA GAIXOTASUN METABOLIKOEN ESPAINIAKO ERAKUNDEAREN KONGRESU NAZIONALA (SECO)	250 pertsona

IKUSKARITZA-BISITALDIAK**CESOL – 1 pertsona 2021 ekainaren 15-16ean**

SOLDADURAKO ETA LOTURA TEKNOLOGIETAKO JARDUNALDI TEKNIKOAK - CESOL
2023ko martxoak 7-9, 200 pertsona . Ficoba

SOCE – 1 pertsona 2021eko irailaren 10ean

ODONTOLOGIA DIGITALAREN ETA TEKNOLOGIA BERRIEN ESPAINIAKO ELKARTEAREN KONGRESU NAZIONALA – SOCE
2023ko urtarrilak 26-28, 1.000 pertsona . Kursaal

SCB – 1 pertsona 2021eko irailaren 15ean

BILEREN TURISMOARI BURUZKO TOPAKETA ETA SPAIN CONVENTION BUREAUREN URTEKO BATZARRA
2021eko urriak 7-8, 90 pertsona . Basque Culinary Center

CILECT- 1 pertsona 2021eko abenduaren 20tik 23ra

2022ko urriak 10-14, 170 pertsona . Victoria Eugenia Antzokia

MERKATARITZAKO BILERAK

Aurten bizi izan dugun egoera epidemiologikoa dela eta, ez da merkataritzarako bisitaldirik antolatu. Alabaina, bilera bat izan da Gorka Aliasekin, **Matia Fundazioko** Komunikazio eta Marketin arduradunarekin, eta interesa adierazi zuen egiten dugun lana ezagutzeko eta fundazioak antolatzen dituen ekitaldietarako lankidetzan aritzeko aukerak aztertzeko.

4.2.3. Beste jarduera batzuk

ENBAXADORE Programa



Donostia Enbaxadore programaren asmoa da medikuntzaren, zientziaren eta/edo teknologiaren eta unibertsitatearen arloko profesionalak hautagaitza bat aurkeztu eta kongresu bat antolatzeko ardura hartzen dutenean egiten duten ahalegin pertsonala eta profesionala publikoki eta Gipuzkoako gizartearen aurrean aitortzea, eta zeregin hori eta bere eragina, bai ekonomian, bai ezagutza sortu eta gure ingurunean zabaltzean, nabarmentzea.

2012an sortutako "klub" prestigiotsu hori osatzen duten 70 profesional izateko zortea dugu. Klub horretan daude 450 ordezkari baino gehiagoko (hitzordu nazionalen kasuan) eta 200 parte-hartzaile baino gehiagoko (nazioarteko foruen kasuan) bilerak, ekitaldiak edo kongresuak antolatu dituzten profesionalak.

2020rako "enbaxadoreak" izendatzeko aurreikusita zegoen ekitaldia 2021ean egin da azkenean. Bederatzi profesional berri izendatu dira:



ANTONIO ALEGRE MILLÁN,
Hegaztien Zientziaren Espainiako
Elkartea LVI Hegaztien Sinposio
Zientifikoa 2019

ELENA MORENO, IHOBE
Change the Change – International
Conference on Climate Change 2019

ISABEL ÁLVAREZ LÓPEZ, Donostia
Unibertsitate Ospitalea, Onkologia
Medikoa

ANDER URRUTIKOETXEA RIBATE,
Onkologikoa
Bularreko Minbiziaren Espainiako Ikerketa
Taldearen Nazioarteko Sinposioa

GARIKOITZ ARISTEGUI,
Scoliosis - Posture Center
International Sosort Meeting 2021

IÑAKI GUTIÉRREZ, BIOEF
International Conference on Integrated
Care – ICIC 2019

GEMA VARONA,
Kriminologiaren Euskal Institutua
– IVAC/KREI

JOSÉ LUIS DE LA CUESTA,
I, Kriminologiaren Euskal Institutua
– IVAC/KREI
17th International Symposium of the
World Society of Victimology 2021

ALEJANDO MÜLLER,
EHUko Kimika Fakultatea
GEP-SLAP

Ekitaldien antolakuntza

Gure ekitaldiak

DATA	IZENA	Tokia	Parte-hartzaileak
Martxoak 26	Kongresuak, hirirako estrategia	Tabakalera & Birtuala	41 aurrez aurre 21 birtualki

Kongresuak, hirirako estrategia

EAurten, Kongresuen eta Ekitaldien Sailak MICE sektore osoari zuzendutako jardunaldi hibridoak antolatu ditu, eta bertan aztertu dute lehen mailako profil profesionalak hiria kokatzeko estrategia gisa kongresuen jarduerak duen garrantzia.

Kongresuen jarduera Donostia Turismoak sustatu duen ildo estrategikoetako bat da, ezagutza sortu eta partekatzen duelako eta tokiko ekonomia-jarduera kokatu, ikusarazi eta dinamizatu egiten duelako. Horregatik, jardunaldi hibridoa antolatu dute martxoaren 26an, 9:00etatik 12:00etara Tabakalerako Prisma aretoan,

“Kongresuak, hirirako estrategia” izenpean.

Jardunaldi hori topagunea izan da eta hiria kokatzeko estrategia gisa kongresuen jarduerak duen garrantzia aztertzeko lekua, baita gure hiriaren indarguneak eta erakartzeko gaitasunak nabarmentzeko ere.

Cristina Lagé turismo jasangarriko zinegotziak gure hirian bileren sektoreak egun duen egoera azaldu ahal izan du eta ekitaldian elkartu diren profesionalen artean izan dira: **Joaquín Fuentes**, Gipuzkoako Poliklinikako Haur eta Gazteen Psikiatria Zerbitzuko nagusia;

Ignacio Alcalde, Tecnaliako Senior Advisor City Solutions; **Elena Estomba**, Gipuzkoako Hotelen Elkarteko presidentea; **Rosa Valverde** Asistentzi Kalitaterako Euskal Batzordeko presidentea (AKEB); **Onofre Vicente** Euskadiko Biltzar eta Ekitaldi Antolatzailer Profesionalen Enpresa Elkarteko presidentea (OPCE Euskadi); **Concha Wert**, Club de Creativoseko gerentea eta **Oscar Cerezales** aditua, MCI Group-eko Global Executive Vice President Corporate Division.



Beste batzuekin antolatutako ekitaldiak

Gure ekitaldiak

DATA	IZENA	Tokia	Parte-hartzaileak
Urriak 7-8	Bileren Turismoari Buruzko Topaketa eta SCBren Urteko Batzarra	Basque Culinary Center	90

Bileren Turismoari Buruzko Topaketa eta Spain Convention Bureauren Urteko Batzarra

Kongresuen eta Ekitaldien Sailak **Spain Convention Bureaurekin** batera antolatu du Bileren Turismoari buruzko Topaketa eta Spain Convention Bureauren batzarra, urriak 7 eta 8an. Gainera, programaren barruan egin dute Udalerrien eta Probintzien Espainiako Federazioaren (FEMP) barneko Kongresu Hirien Sarearen Urteko Batzarra.

Topaketa SCB osatzen duten 57

turismoguneri zuzenduta egon da. Eta gainera, topaketara etorri ahal izan dira enpresa bazkideak.

Basque Culinary Centerren egoitzan elkartu dira, eta SCBko presidente eta Kanaria Handiko Las Palmasko alkate **Augusto Hidalgok** inauguratu du topaketa, **Fernando Valdés** Turismoko Estatu idazkariarekin eta **Marisol Garmendia** Sustapen Ekonomikorako zinegotziarekin batera.

Hasierako hitzaldia Turespañako zuzendari nagusi **Miguel Sanzen** esku egon da.

Spain Convention Bureauren Batzarraren aurretik izan dira sektoreko adituen hitzaldi magistralak, eta ekitaldian parte hartu duten pertsonen lan-jardunaldiaz gain, gure lurraldea ezagutu eta gozatu ahal izateko programa osoa izan dute eskura.



Informazioaren, neurrien eta erreferentzien jarraipena eta sektorearen arrakastakasuak

Kongresuen eta Ekitaldien Sailak turismogune "alderagarrien" MICE jardueraren jarraipena egin du. Halaber, pandemiaren ondorioei aurre egiteko guri atxikita dauden erakundeek (ICCA, SCB, ECM, BasqueTour), foru profesionalak (OPC, MICE Foroa) eta turismoguneek planteatu dituzten proposamenak aztertu ditu.

MICE neurriak eta gomendioak

Kongresuen eta Ekitaldien Sailak bere webgunean sartu ditu sektoreari eragiten dioten neurri eta gomendio desberdinak. Informazioa Euskadiko Aldizkari Ofizialean argitaratu diren xedapenak jarraituz eguneratu da.

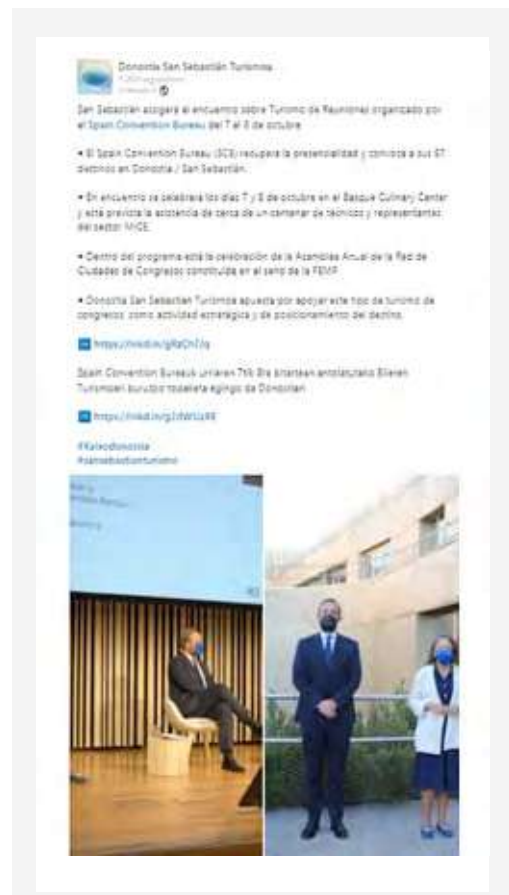
2021ean, Donostiak ekitaldi profesionalak hartzeko duen indarra eta kalitatea aitortu eta zabaldu dute hainbat aldizkari profesioaletan eta sare sozialetan.

Hosteltur: Espainia iparraldeak eutsi egin dio plan estrategikoen bitartez.



1/01/2021

Komunikabideetan, albisteetan, webguneetan eta sare sozialetan agertu diren MICErekin lotutako kontuak marketin eta komunikazio atalean bildu ditugu.



4.3. Aisialdiko turismoa

4.3.1. Produktu turistikoak

Produktu turistikoen sailaren helburu nagusia turismogunea finkatzeko eta hiri-turismoaren nazioarteko turismogune gisa kokatzeko produktu eta zerbitzu turistikoak diseinatzea eta garatzea da, Visit-Bizi 2017-2021 Gida Planak zehaztutako jarraibideak jarraituz, hala nola jasangarritasuna, nortasuna, deszentralizazioaren sustapena eta berezko baliabideak sortzea.

Helburu hori lortzeko hainbat ekintza egin dira:

Berezko produktu sorta
askotarikoa egitea.

Enpresa bazkideei
jarduerak sortzeko
aholkularitza
eskaintzea.

Enpresa bazkideen
jarduerak sustatzea eta
azokei eta workshopei
zabaltzea haien
informazio eta laguntza-
kanalen bitartez.

Gure eta enpresa
bazkideen produktu
turistikoak merkaturatzea
turistentzako arreta-
bulegoetan eta online
dendan. (**Gure baliabideak
sortzea**)



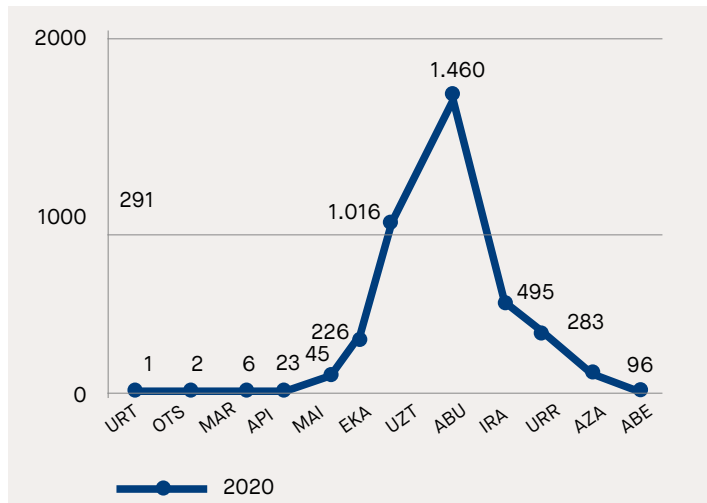
4.3.1.1

Gure produktuak

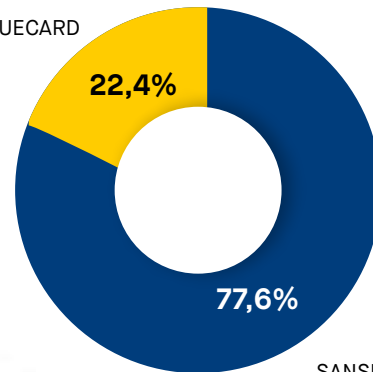
1. Txartel turistikoak

Txartel turistikoek bi linea daude eta bisitariari aukera ematen diote turismogunearen ezagutzan sakontzeko, erakundearen enpresa bazkideek (museoek, jatetxeek, komertzioek, etab.) eta garraio-lerro publikoek eskaintzen dituzten deskontu eta abantaila handiak lor baititzakete: **San Sebastián Card** (2 txartel) , Donostia ezagutzeko, eta **Basquecard** Donostia, Gipuzkoa eta Autonomia Erkidegoko hiriburuak ezagutzeko. Produktu hauen helburua da hona etortzen diren pertsonen turismoguneak eskaintzen dituen ahalik eta baliabide gehien ezagutzera garraio publikoaren bitartez.

2021ean saldu diren unitateak – Sailkapena hilabetearen eta txartel motaren arabera



BASQUECARD



SANSECARD



Jatorriak

GUZTIRA: 3.787

España	2.394
Francia	357
Alemania	175
* País desconocido	169
Estados Unidos	104
Suiza	89
Paíse Bajos	87
Gran Bretaña	76
Bélgica	68
Italia	38
Argentina	29
Irlanda	29
Austria	26
Portugal	17
Honduras	14
México	11
Uruguay	9
Suecia	8
Perú	8
Venezuela	8
Afghanistan	6
Andorra	6
República Checa	5
Japón	4
Luxemburgo	4
Polonia	3
Finlandia	3
Colombia	3
Singapur	3
Brasil	3
Chile	2
Grecia	2
Dinamarca	2
Eslovenia	2
Emiratos Árabes	2
Rumanía	2
Costa Rica	2
Taiwan	2
Canadá	1
Ecuador	1
Rusia	1
Serbia	1
Georgia del Sur y Islas Sandwich del sur	1
Arabia Saudí	1
Corea del Sur	1
Croacia	1
Eritrea	1
Estonia	1
Guam	1
Guinea-Bissau	1
Letonia	1
Nicaragua	1
Turquía	1



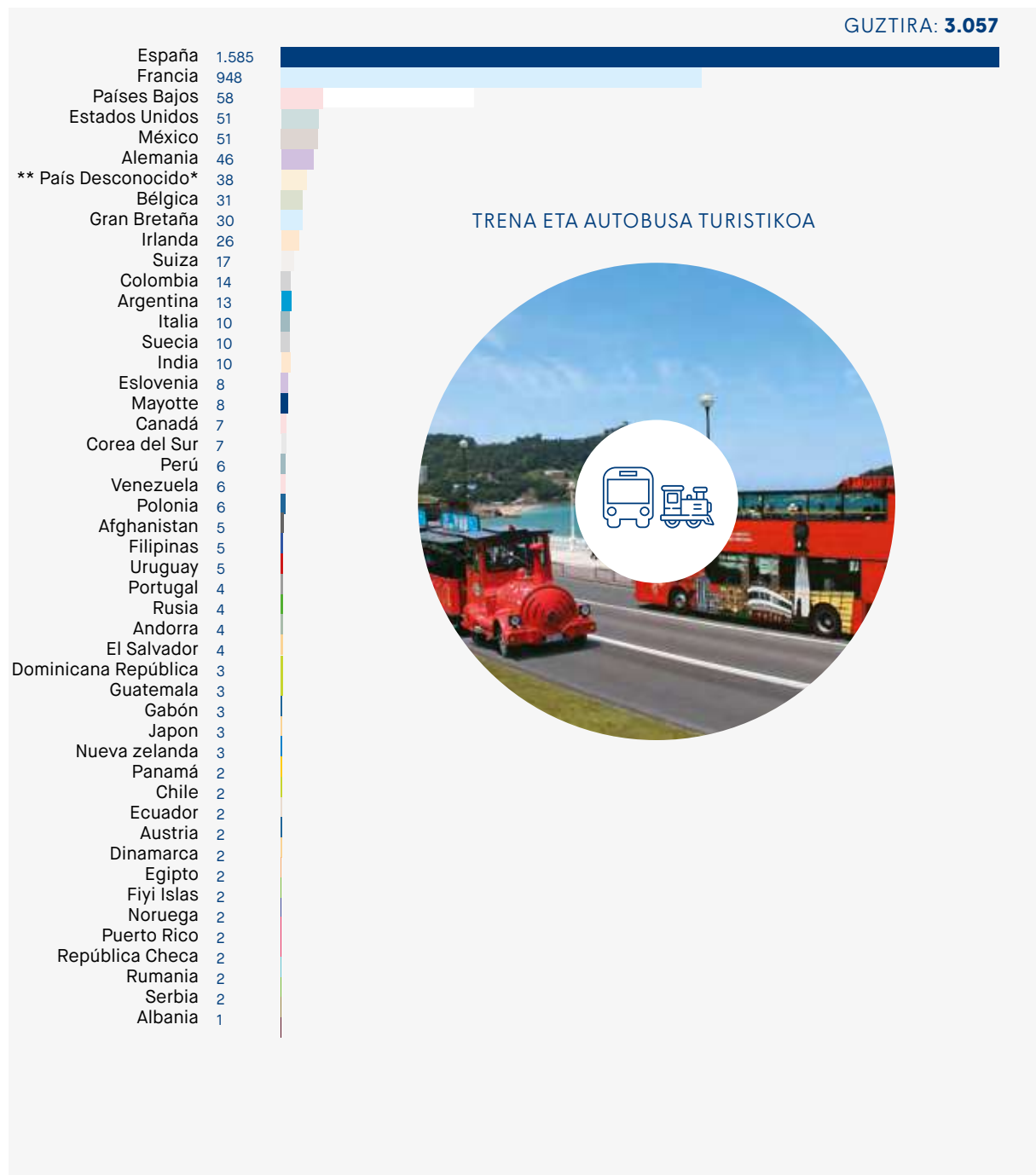
*Jatorria ezezaguna da jatorri-herrialdea zehaztu gabe saldu delako.

2. Garraio turistikoa

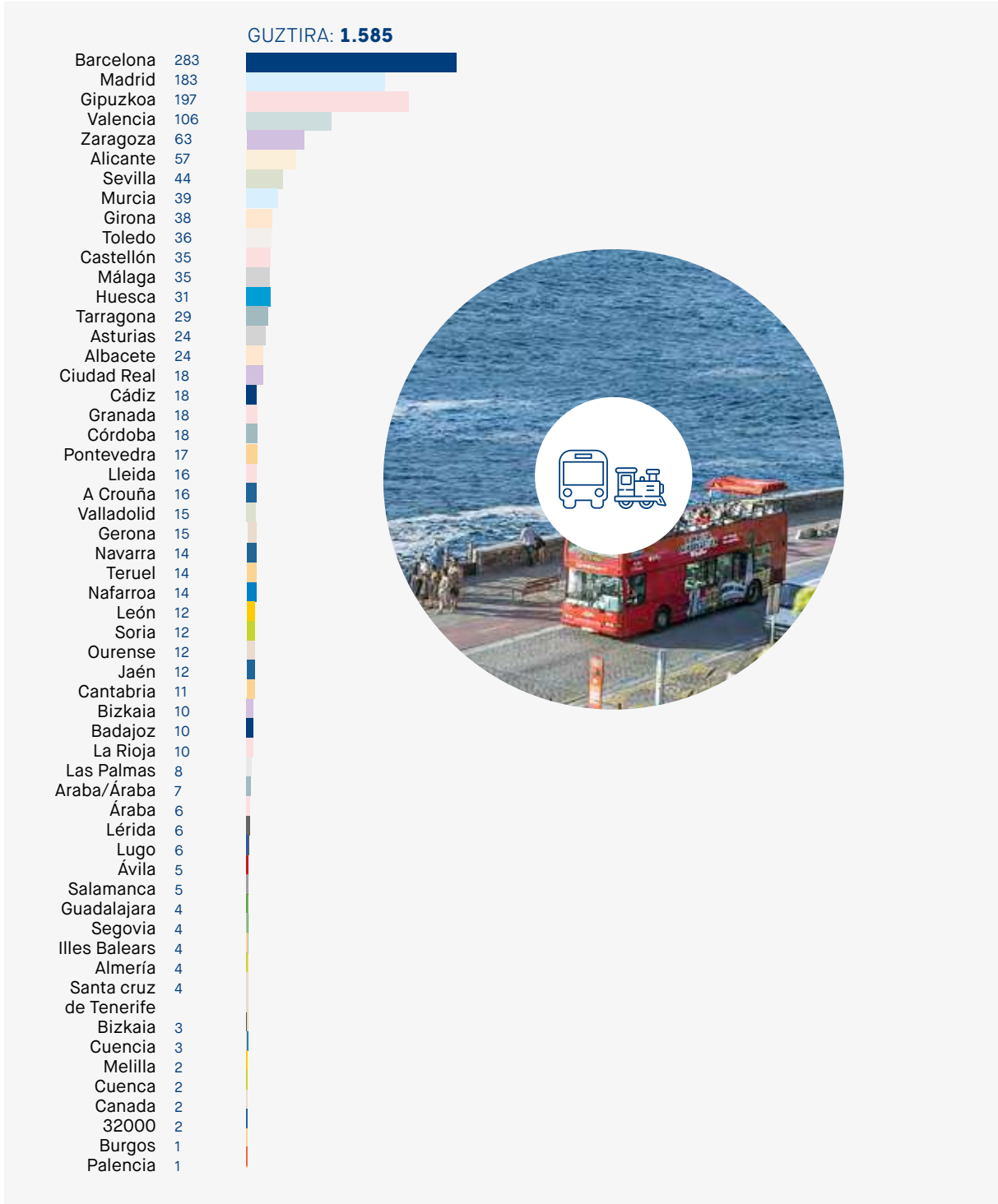
Pandemiaren ondorioz, garraio turistikoa abuztuan jarri zen martxan. Bi garraio turistiko mota daude (trena eta autobusa – geldialdiak egiten dituzte hirian zehar), eta bisitariei hiriaz

gozatzeko, eta ibilbidean zehar historiako garai desberdinak eta haien inguruko berezitasunak ezagutzeko aukera ematen diete.

Jatorri orokorrak



Jatorri nazionalak

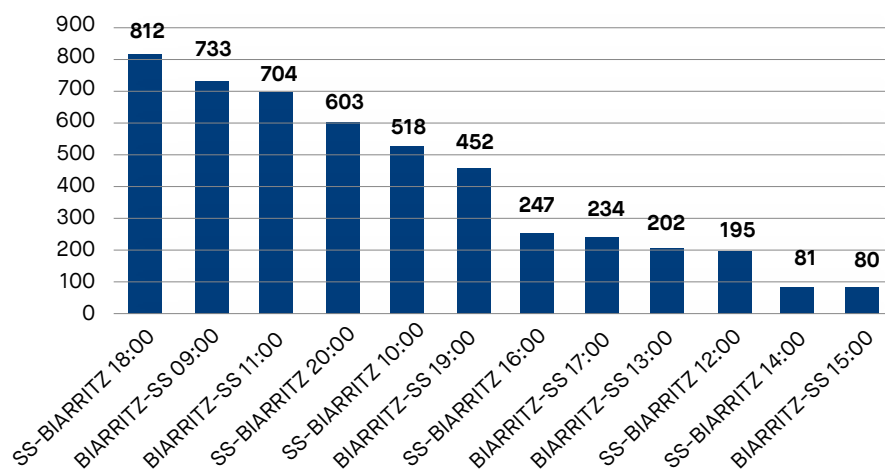
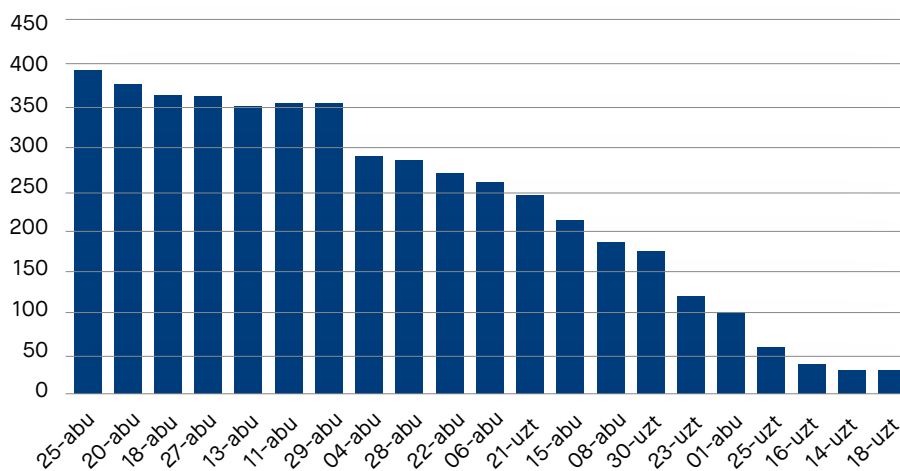


*Iturria: webguneko salmentetan eta Donostia Turismoaren Bulegoetan jasotako datuak.

Biarritz – Donostia autobus zuzena:**TIKET SALMENTA**

Biarritzeko turismo bulegoa	2.768	%57
Donostiako turismo bulegoa	513	%11
sansebastianaturismoa.eus webgunea	1.580	%32
GUZTIRA	4.861	

Okupazio maila %35eko izan da

GEHIEN ERABIL DIREN ZERBITZUAK**ERABILTZAILE GEHIEN EGON DIREN EGUNAK**

4.3.1.2

Bazkideen produktuak

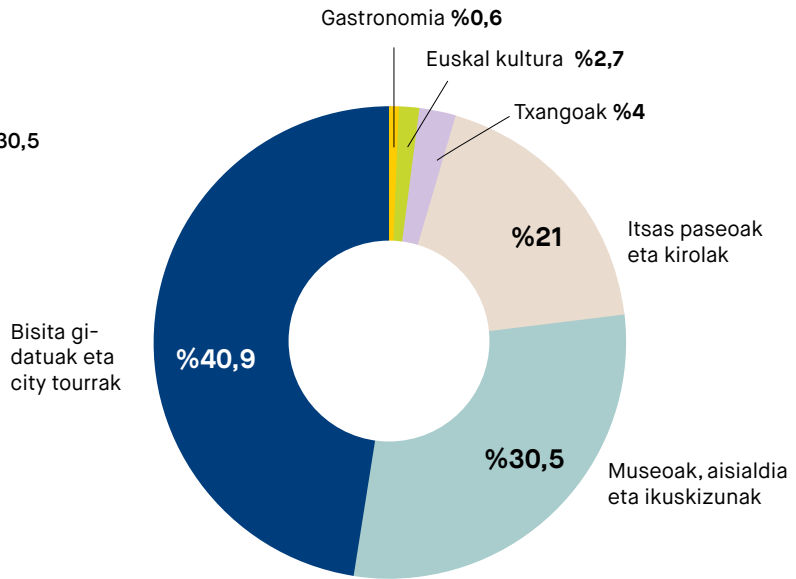
Urtearen lehenengo seihilekoan edukieraren eta mugikortasunaren murrizketak izan dira, itxiera perimetralekin, eta horrek jardueren ohiko eskaintza mugatu du. Donostia Turismoak askotariko jarduera-eskaintza du gurera etortzen diren pertsonentzat. Eskaintza tokiko enpresa bazkideekin egiten da, eta batez ere city breakaren eta gastronomiaren sektoreetara bideratuta dagoen gida osoa osatzen dugu.

CITY BREAK	
BISITA GIDATUAK ETA CITY TOURRAK	
Ezinbesteko Donostia (goiz eta arratsalde) eta irteera pribatua	SSGUIDES
Jauregitik jauregi eta irteera pribatua	SSGUIDES
Parke lasaiak eta irteera pribatua	SSGUIDES
Ezagutu basoa eta irteera pribatua	SSGUIDES
Donostiako onena eta irteera pribatua	SSGUIDES
Autobus eta tren turistikoa	DT
eBIKE TOUR (goiz eta arratsalde, ingeles edo gaztelaniaz egiteko aukera)	GO LOCAL
eBIKE 3 hondartzak (goiz eta arratsalde)	GO LOCAL
Easo bizikleta tourra (goiz eta arratsalde)	BICIRENT
Portura eta arrantzaleen barkura-kofradiara bisita	KOFRADIA
Baxurako arrainaren lonjara-kofradiara bisita	KOFRADIA
GASTRONOMIKOAK	
4 pintxo tour gaztelaniaz + ingelesez (goiz eta arratsalde)	LOCAL EXPERTS TOURS
Errioxako upategiak ingelesez/gaztelaniaz	LOCAL EXPERTS TOURS
Ilunabarra esperientzia gastronomikoa (garraioarekin eta gabe)	SUNSETBASTIAN
Ilunabarra kantauri itsasoko esperientzia (garraioarekin eta gabe)	SUNSETBASTIAN
Ilunabarra itsaskien esperientzia (garraioarekin eta gabe)	SUNSETBASTIAN
TXANGOAK	
Frantziako kostaldeko tourra talde txikiarentzat gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Frantziako kostaldeko tourra talde handientzat gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Bilbao Guggenheim egun ½ gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Bilbao Gaztelugatxe gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Txakolinaren bodega gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Gipuzkoako kosta egun ½ gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
3 Tenpluen tourra gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Hondarribia/Pasaia tourra talde txikiarentzat gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Hondarribia/Pasaia tourra talde handientzat gaztelaniaz/ingelesez	LOCAL EXPERTS
Donostia-Biarritz autobus azkarra	
ITSAS PASEOAK ETA KIROLAK	
Irlako txalupa - linea urdina	MOTORAS
Donostiatiako zeharkaldia katamaranean	CATAMARÁN
Oria ibaiaren jaitsiera kayakean	BEGI BISTAN
Kayakean uUrumeatik + Sagardotegia	SAGARDOA ROUTE
Donostia-Pasaia Lucretia belaontzi klasikoan	OSTARTE
Kantauri 2 Badiak ibilbidea (goiz eta arratsalde)	BRAI KANTAURI
Kantauri 3 Badiak ibilbidea (goiz eta arratsalde)	BRAI KANTAURI
EUSKAL KULTURA	
Pilota Galarreta	GALARRETA
Bazkaria + sagardoetxera bisita	SAGARDOETXEA
Petritegi sagardotegian bazkaria + bisita	PETRITEGI
Bazkaria + sagardotegian afaria + garraioa	SAGARDOAROUTE
Euskal baserria + sagardo bodega	SAGARDOAROUTE
XVI. Mendeko dolarea	SAGARDOAROUTE
Talai berri bodegara bisita	TALAI BERRI
MUSEOAK, AISIALDIA ETA IKUSKIZUNAK	
Kasinoa + kasino premium	LUCKIA CASINO
Talaso zirkuitoa 2 ordu	LA PERLA
Talaso zirkuitoa 3 ordu	LA PERLA
Talaso zirkuitoa eta/ edo gimnasioa 5 ordu	LA PERLA
Bazkaria + afaria + talasoa 2 ordu	LA PERLA
Eureka Museoa	
Eureka Museoa + Planetarioa	
Albaola Museoa	
Aquariumera sarrera	
San telmora sarrera	
Chillida Lekura sarrera	
Sagardoetxea sagardoaren museoa	
Arrantzale egun batez	KOFRADÍA



Unitateen salmenten sailkapena:

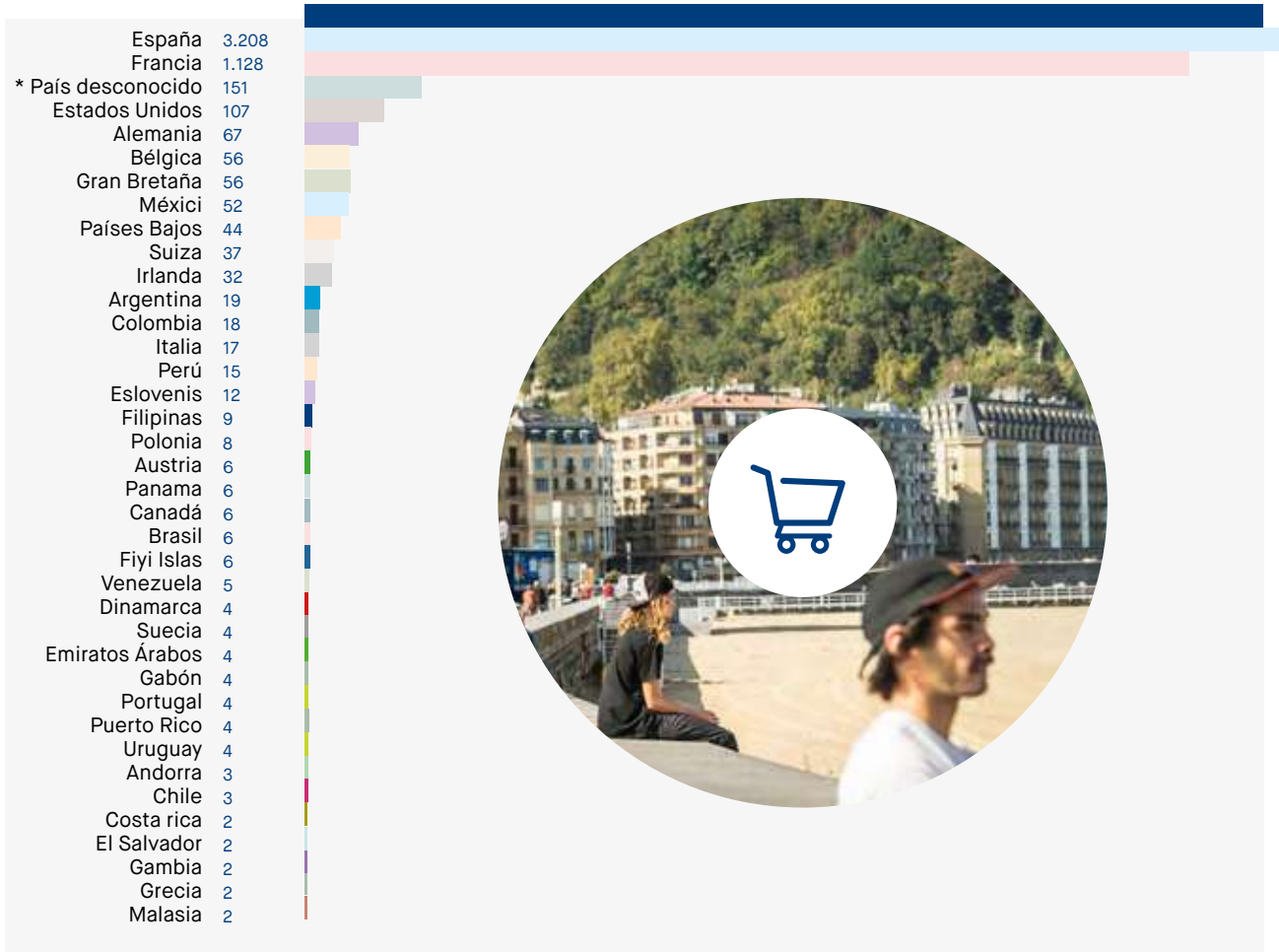
Bisita gidatuak eta city tourrak: % 40,9
 Museoak, aisialdia eta ikuskizunak: % 30,5
 Itsas paseoak eta kirolak: % 21
 Txangoak: % 4
 Euskal kultura: % 2,7
 Gastronomia: % 1



*Ez dira Biarritzeko autobusaren datuak ageri, bazkideen produktuen salmenten ehunekoa indargabetzen duelako. Saldutako unitateak: 4.855 txartel.

Jatorriak

GUZTIRA: 5.132



4.3.1.3

Produktu Turistikoaren Komertzializazioa

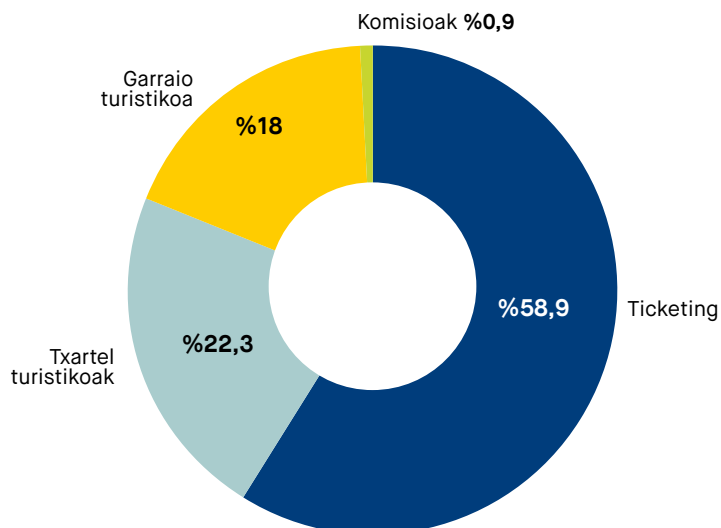
Turismogunearen eskaintza bezeroari hurbiltzeko jardura guztiak zuzenean saltzen dira bai bulegoetan, bai Donostia Turismoaren online dendan.

Enpresa bazkideen produktuak (Ticketing): % 58,8

Txartel turistikoak: % 22,3

Garraio turistikoa: % 18

Komisioak: % 0,9



**Ez dira Biarritzeko autobusaren datuak ageri, bazkideen produktuaren salmenten ehunekoa indargabetzen duelako.*

4.3.2.

Bisitarien arreta

2021ean, bulegoetan artatutako pertsonen kopurua % 82,22 igo da da 2020arekin alderatuta, baina urrun dago 2019ko datuetatik (- % 68,97). 2020an bulegoa itxi behar izan zen ia hiru hilabetez, 2021ean aldiz bulegoa zabalik egon da urte osoan zehar, eta ordutegia egokitu egin da pandemia dela eta. Kutsatzen olatuen eragina igarri da, batez ere urteko lehenengo lauhilekoan eta abenduan.

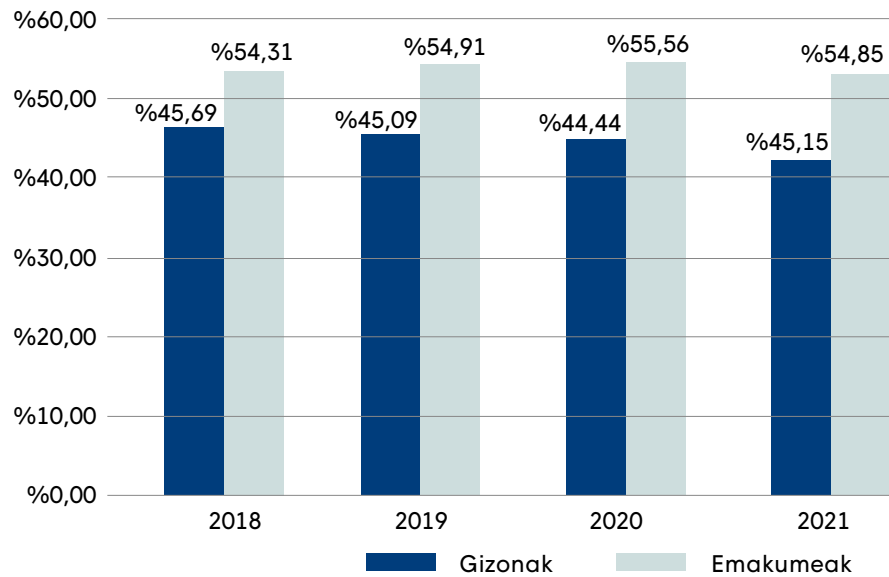
Donostiako Turismo Bulegoa

Bisitariak guztira	2019	2020	2021	
Urtarrila	4.686	4.738	431	-90,90%
Otsaila	6.079	6.702	234	-96,51%
Martxoa	10.289	1.881	685	-63,58%
Apirila	16.197	0	876	
Maiatza	17.759	0	1345	
Ekaina	23.614	1.656	5.665	242,09%
Urtarrila	39.797	8.451	14.319	69,44%
Abuztua	50.715	9.899	20.054	102,59%
Iraila	35.741	3.772	12.624	234,68%
Urria	16.170	2.090	9.115	336,12%
Azaroa	5.845	226	4.010	1674,34%
Abendua	6.897	395	3.183	705,82%
Guztira	233.789	39.810	72.541	82,22%

* Iturria: ITOURBASK

Datu horiek generoaren arabera bereizten baditugu, ikusiko dugu azken urteetako joera mantendu egin dela; gehiago dira artatutako emakumeak gizonak baino.

Turismo Bulegoko bisitariak, generoaren arabera



* Iturria: ITOURBASK

4.3.3. Azokak eta workshopak

Zazpi azokatan eta aisialdiko nazioarteko eta nazio mailako zortzi workshopetan hartu dugu parte, Donostia hiriturismorako, turismo gastronomikorako eta turismo premiumerako nazioarteko turismogune gisa kokatzeko. Osasun-egoera dela eta, batzuk online izan dira.

Donostia Turismoak sustapen-lan handia egiten du atzerrian batez ere; izan ere, turismoaren sektoreko azoka profesional eta orokor garrantzitsuetara joaten da Basquetourrekin, Turopañarekin eta Gipuzkoako Foru Aldundiarekin batera.

Azoka hauetan hartu dugu parte:

Azoka nazionalak	Nazioarteko azokak
CEAV bilera (online)	ITB NOW (online)
FITUR (Madril)	WTM (London)
EXPOVACACIONES (Bilbo)	Online Travel Mart-Japoniako merkatua (online)
INTUR (Valladolid)	

Japoniako JATA Online Travel Martek izan duen arrakasta nabarmendu behar da, merkatu horrek Donostian duen interesa dela eta.

Workshop hauetan hartu dugu parte:

Workshop nazionalak	Nazioarteko workshopak
Viajes Mantur-MARTXOA	Wavestone-AZAROA
El viaje conmigo-MARTXOA	Belpmoos Reisen-ABENDUA
RTA Spain (RTA Group)-IRAILA	Exclusive&Private-ABENDUA
	CASI BORDEAUX-ABENDUA
	SIA Baltic-ABENDUA

4.3.4.

Fam tripak edo agenteen bidaiak

Osasun-egoera dela eta, familiarizaziorako bidaiak atzeratu egin dira eta bilerak online egitea lehenetsi da. 2021ean, Donostia Turismoak

familiarizaziorako bidaia batean hartu du parte, eta erakundearentzako arlo estrategikoetan oinarritu da, hala nola: City Break, Gastronomía eta Premium.

	Tipologia	Agente kopurua	Jatorriko herrialdea	Hilabetea	Antolatzailea
MY OWN TRAVEL	PREMIUM	2	ALEMANIA	IRAILA	DSS TURISMO



4.4. Turismogunearen kudeaketa

Donostia Turismoak turismogunearen kudeaketaren aldeko apustua egiten jarraitzen du, eta turismoaren sektoreko eragile desberdinekin egiten du lan turismogune jasangarriagoa, irisgarriagoa, arduratsuagoa eta berritzaileagoa lortzeko.

Hori lortzeko hainbat arlo eta norabidetan egin behar da lan:

Turismoguneko enpresa turistikoekin lan egin eta lagundu egin behar zaie, Donostia Turismoko Enpresa Bazkideen bitartez batez ere; prestakuntzak eskaini behar dira; coworking bilerak egin (Taldea Egin Jardunaldiak) eta laguntza eman eta lidergo-programak eskaini, hala nola SICTED programa, lehiakortasunerako; SMART BUSSINES, digitalizaziorako; KODE ETIKOA, ardurarako, edo ZERO PLASTIK, ingurumen-jasangarritasunerako.

Beste administrazio publiko batzuekin lan egin behar da, bai udalarekin, bai probintziako eta erkidegoko beste erakundeekin, planteatutako proiektuetan koordinazio eta sinergia handiagoa lortzeko, hau da, gobernantza erreala eta erabilgarria izateko.

Turismoguneko hobekuntza fisikoan eta zerbitzuetan lan egin behar da, esaterako, turismorako seinaleen mantentze-lanetan eta eguneraketan, turismogunearen eta bertako enpresa turistikoaren irisgarritasunaren ezaugarrien balioespenean, etab.

2020a suntsitzaila izan zen turismoarentzat Covid-19aren pandemiaren ondorioz, eta 2021a hobe izan den arren, amaieran ez da usten zen bezain ona izan. Covid-19a dela eta, gorabehera asko izan ditu eta ezin izan dira hainbat proiektu garatu.

4.4.1. Jardunak sektorearekin

1. Jardunaldiak eta tailerrak

2020an harremanak, prestakuntzak eta jardunaldiak online egin behar izan ziren osasun larrialdia zela eta. 2021ean, modalitate mistoaren alde egin da, hau da, jardunaldiek oso edukiera txikia izan dute, unean indarrean zegoen araudia errespetatuz, baina streaming bidez eman dira.

2021eko apirilaren 14an egin zen jardunaldia Maria Cristina Hotelean.

Donostia Turismoak turismoan esku hartzen duten erakunde publiko guztietako adituen taldea aurkeztu ahal izan zuen, eta bertaratuei une zail horietan erakunde publikoak enpresentzako eskaintzen ari ziren laguntza eta estrategia guztiak ezagutu ahal izan zituzten.

Hala, jardunaldian hauek aritu ziren hizlari, ordena honetan:

- Eider Calderón, Donostia Turismoko zuzendariordea.
- Iker Fernández, Kreenti enpresatik, dinamizatzaile aritu zen.
- Cristina Lagé, Donostiako Udaleko Turismo Jasangarriko zinegotzia.
- Miguel Sanz, Turopañako zuzendari nagusia.
- Daniel Solana, Basquetourreko zuzendari nagusia – Euskadiko Turismoaren Sustapenerako Agentzia
- Jabier Larrañaga, Ekonomia, Turismo eta Lanada Eremuko diputatua.
- Isabel Aguirrezabala, Donostia Turismoko zuzendaria.

Gainera, enpresa turistikoei "Hondalea" aurkeztu zitzaien, Cristina Iglesias nazioarteko eskultoreak Santa Klara irlan egin duen eskultura ederra, eta 2021eko udan jarri zen martxan.

Beste enpresa batzuetako 28 pertsona ere joan ziren aurrez aurre eta 51k online jarraitu zuten. Interesdunei nola egin nahi zuten aukeratzeko aukera eman zitzaien, baina aurrez aurreko aurkezpenera enpresa bakoitzeko pertsona bakarra joan zitekeen soilik eta edukiera bete arte.

Jardunaldiak 8,07 puntuko balorazioa jaso zuen 10etik.



*Donostia Turismoak enpresa bazkideekin egindako jardunaldia.
Hotel María Cristina hotela*

Formazioei dagokienez, formatu birtualean ere egin behar izan dira. Prestakuntzen gaiak berariaz diseinatu dira, egoera pandemikoa dela-eta enpresek dituzten beharrak kontuan hartuta.

Prestakuntzen gaiak honako hauek izan dira:

- Marketin-estrategiaren errepasoa, merkatua indar handiagoarekin berraktibatzeke.

- Marketin Digitalerako Estrategien azterketa, turismoguneko enpresen digitalizazioa sustatzeko.

- "Ticketbai" fakturak igortzeko sistema berriaren aurkezpena. Programa hau derrigorrekota izango da 2022tik aurrera.

- Egun enpresen eskura dauden Ziurtagiri Elektronikoko nagusien aurkezpena. Ezinbestekoak dira administrazio publikoarekin kudeaketak

egiteko eta harekin harremanetan egoteko.

- Administrazio Elektronikokoaren deskribapena eta dituen abantailak eta desabantailak.

Prestakuntza honek emaitza hauek izan zituen:

Jardunaldia	Tokia	Data	Parte hartzaileak		Balorazioa
			Enpresak	Pertsonak	
Marketin estrategia	Online (Zoom)	2021/02/25	38	35 E /13 G	8,28
Marketin digitalaren estrategia	Online (Zoom)	2021/03/17	32	33 E /8 G	8,90
Taldea Egin jardunaldia	Hotel M. Cristina hotela/ Online	2021/04/14	63	65 E /29 G	8,57
TicketBAI	Online (Zoom)	2021/05/05	90	50 E /22 G	8,93
Ziurtagiri Elektronikokoak	Online (Zoom)	2021/05/25	14	25 E /5 G	7,57
Administrazio elektronikoa	Online (Zoom)	2021/06/16	12	13 E /3 G	8,40
PARTE HARTZAILEAK GUZTIRA			250	221 M / 80 H	

2. Enpresa turistikoen lehiakortasuna hobetzeko ekintzak



Turismogunearen Jardunbide Egokien programa (SICTED)

Turismogunearen Jardunbide Egokien programa (SICTED) erabat atzeratu behar izan da berriro ere 2021ean.

Basquetourrek hartu zuen erabakia eta arrazoia izan da baliabide guztiak enpresentzako zuzeneko laguntzetara bideratu direla. Enpresa turistikoen biziraupena lehenetsi da.

Nolanahi ere, enpresei aukera eman zaie baten batek aurtengo programan aktibo egon nahi ez bazuen eta ez du inork eskatu.



Smart Business

Gauza bera gertatu da Smart Bussines programarekin, 2022ra atzeratu behar izan da, SICTEDen arrazoi berdinengatik.

Jardunbide Egoki aurreratua "Covid-19aren prestakuntza, Turismogune segurua"



ASICTED plataformaren bitartez, Basquetourrek aukera eman die enpresa turistikoei 2021eko udan Turismo arloko Estatuko Idazkariaren "Turismogune Segurua" ziurtagiri-zigilua lortzeko. Une erabakigarria izan da; izan ere, ekainetik aurrera turistak geografia osotik mugitzen hasi dira, nazionalak batez ere, baina ezjakintasunez eta zuhurtziaz.

Zigilu horrek egiaztatzen du enpresek SARS_COVID-19 koronabirusarekin kutsatzeko arriskua murrizteko SICTEDen Jardunbide Egoki Aurreratua behar bezala egiaztatu direla berresteko auditoretza gainditu dutela.

Donostia izan da buru eta aurkeztutako 17 enpresei lagundu die ziurtagiria lortzen. Guztira, 3 gida, kategoria desberdinetako 8 ostatu, 3 baliabide turistikoa, zerbitzu turistikoen 2 enpresa eta turismo bulegoa izan dira.

Zehazki, enpresa hauek:

- AQUARIUMA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- HOTEL AVENIDA HOTELA
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA HOTELA
- HOTEL MARIA CRISTINA HOTELA
- HOTEL MONTE IGUELDO HOTELA
- JUST FOLLOW ME
- LOURDES GORIÑO ARRIETA
- MONTE IGELDO JOLAS-PARKEA
- OLARAIN
- AB DOMINI PENSIOA
- ALTAIR PENSIOA
- KURSAAL PENSIOA
- SAN SEBASTIAN GUIDES
- SAN SEBASTIAN TOURIST INFO
- TENEDOR TOURS
- VIRGINIA GARCÍA MARCELLÁN

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa



Basquetour, Turismoaren Euskal Agentziak 2020an jarri zuen martxan Euskadiko Turismoaren Kode Etikoaren programa enpresa turistikoa.

Iaz 13 enpresak hartu zuten parte, eta 2021ean, prestakuntza desberdinak egiten jarraitu dute batez ere.

Gainera, 2021ean, enpresa turistikoen programa honetan parte hartzeko bigarren deialdia zabaldu da eta Donostia Turismoaren eskutik, "Euskadiko Turismoaren Kode Etikoaren" ziurtagiria jaso dute aurkeztutako 14 enpresek. Enpresek haien jardueren eta prozesuen inguruko memoria egin dute, Turismo Arduratsua osatzen duten 8 ardatzen inguruan:

- **Turistekin lotuta, elkar ulertzea eta elkar errespetatzea**
- **Berdintasuna, inklusioa eta dibertsitatearen tolerantzia**
- **Jasangarritasuna**
- **Tradizioa eta tokiko kultura sustatzea**
- **Gizateriaren kultur ondarea zaintzea**
- **Bikaintasuna eta profesionaltasuna**
- **Pertsonen eskubideekiko errespetua**
- **Sektoreko langileei eta enpresei tratu ona ematea**

Deialdi honetan enpresa hauek hartu dute parte:

- AQUARIUM
- CASINO KURSAAL
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- HOTEL M. CRISTINA
- HOTEL AMARA PLAZA
- NEKATUR
- OLARAIN
- MONTE IGUELDO JOLAS-PARKEA
- PENSIÓN AB DOMINI
- PENSIÓN KURSAAL
- DONOSTIA TURISMOA
- SAN SEBASTIÁN GUIDES
- FEEL FREE RENTALS

3. Enpresa bazkideentzako informazioa

2021ean, enpresa bazkideei hainbat gairen inguruan aholkatzeko eta informatzeko zeregina aurrera eramaten jarraitu dugu.

Eta enpresa turistikoaren zerbitzu integrala hobetzeko, 2021ean orain arte erabiltzen zen enpresa bazkideen datu-basea CRM batekin (Bezeroen Harremanak

Kudeatzeko Sistema – Customer Relationship Management) ordezkatu da, Donostia Turismoko enpresa bazkideen datuak, eskaerak eta programetako parte-hartzeak hobeto kudeatzeko.

4.4.2. Jasangarritasun Turistikoa

Donostia Turismoak Donostiako Udaleko Ingurumen Sailak antolatu dituen ZERO PLASTIK programak babestu ditu eta haietan parte du, erabilera bakarreko plastikoen kontsumoa murrizteko eta hondakinen kudeaketa hobetzeko, besteak beste.

Zero Plastik Hotelak programan lankidetzan aritu gara. Kanpaina 25 ohe baino gehiagoko ostatu turistikoari dago zuzenduta, eta hondakinen egungo kudeaketari eta beste arlo jasangarri

batzuei buruzko doako diagnostikoa egiteaz gain, hobekuntzak errealak eta bideragarriak egiteko ekintza-plana duen txostena aurkeztu zaie.

Halaber, apartamentu turistikoari zuzendutako antzeko programa batean ere aritu da lankidetzan eta orain erabilera turistikorako etxebizitzentzako beste programa bat lantzen ari gara, 2022an martxan jartzeko.

4.4.2.1. Irisgarritasunaren aldeko jarduketak (aniztasun funtzionala)

2021ean, hainbat hobekuntza egin dira webgunean <https://accessibility.sansebastianturismoa.eus/es/>. Atal horretan jasotzen da turismoaren webguneko zerbitzuen eta baliabide turistikoaren irisgarritasunerako ezaugarrien informazio xehea.

Fitxetan zerbitzuen irisgarritasun-ezaugarriak modu intuitiboagoan irudikatzen diren argazkiak txertatu dira.

Gainera, fitxa bakoitzean irisgarritasuneko webgunea turismoko webgune orokorrarekin lotu da, irisgarritasunaren ataritik sartzen den erabiltzaile batek baliabide horrek eskaintzen duen informazio turistiko guztia ezagutu ahal izateko, edo, alderantziz, webgune nagusitik baliabide zehatzera sartzen denak irisgarritasunaren ezaugarriak ezagutzeko esteka izan dezan.

Donostia Turismoaren arreta-bulegoko irisgarritasunaren ezaugarri guztiak dituen fitxa bat ere erantsi dugu.

Eta, azkenik, Accesibleforalli eskatu diogu irisgarritasunaren 24 fitxa berri egiteko, halakorik ez zuten turismo-kateko bi kate-begirentzat: ostatuentzat eta ostalaritzarentzat. Aurreikusita dago fitxa horiek 2022an argitaratzea webgunean, egindako bisiten informazio osoa eta irudiak bildu ostean.

Guztira, kategoria guztietako 12 hotel, 2 pentsio, 2 aterpetxe eta 1 sagardotegi izan dira.

Halaber, behin betiko martxan jarri da semaforoaren soinua eta autobusetako audioa aktibatzeke aginteak mailegatzeko zerbitzua. Ikusmen-arazoak dituzten pertsonentzat dago pentsatuta bereziki.

4.4.2.2. Azpiegiturak hobetzeko jarduketak: mugikortasuna, irisgarritasuna eta seinaleztapena

Donostia Turismo barnean txosten bat egin dugu hirian turismoaren mugikortasuna hobetzeko beharrekin eta Donostiako Udaleko Mugikortasun Sailari aurkeztu diogu. Bertan, oinarritzko kontzeptuak finkatu eta argitzeko beharraz hitz egiten da, hala nola ibilgailu pribatuak hirira nondik sartu behar diren gomendatu behar den, non aparkatu, TAO sistemaren komunikazioko hobekuntzak, mugikortasun urriko pertsonentzako parkingak, etab.

Donostia erdialdean egiten ari diren metroko lanak, trafiko-mozketak, erdiguneko trafikoa berrantolatu eta mugatzeko plana, eta Covid-19ak eragindako turistaren mugimendu txikiagoa direla eta, ezin izan dira txostenean ageri diren puntu asko argitu.

Bestalde, "kokaleku" mapak eta hiriko hainbat puntu estrategikotan dauden oinezko turistentzako seinaleak eguneratu dira, informazioa eguneratzeko eta batez ere "Hondalea" eskultura-baliabide berria gehitzeko.

Gainera, oinezko turistentzako seinaleen sistema berritu da; izan ere, urtero lez, eguraldi txarrak hondatu egiten ditu.

2021eko Gabonetako kanpainarako, Illunbetik erdialdera doan autobus-zerbitzu arrakastatsuen esperientzia errepikatu da, 20 minutuko maiztasuna izan du zerbitzuak eta, hala, Illunbe disuasiorako aparkalekua bihurtu da.

Ekimena 2021eko azaroaren 20tik 2022ko urtarrilaren 8ra egon da martxan eta Donostia Shopek, Donostiako Udaleko Mugikortasun Sailak, Garapen Sailak eta Donostia Turismok hartu du parte.

Hobekuntza gisa, aurrean galdeketa egin zaie autobus-zerbitzuaren erabiltzaileei.

Jasotako emaitzekin ekimenak oso balorazio positiboa izan duela esan daiteke.

ILUNBEKO DISUASIO-APARKALEKUAREN ERABILTZAILE KOPURUA:

Zerbitzua erabili duten pertsonen kopurua: **2.711**

Azaroa: 22 pertsona. Eguneko 11 erabiltzaile batez beste.

Abendua: 2.082 pertsona. Eguneko 67 erabiltzaile batez beste.

Urtarrila: 607 pertsona, eguneko 76 erabiltzaile batez beste

Aparkalekua eta autobusa gehien erabili zen eguna abenduaren 29a izan zen, 319 erabiltzaileekin.

Gutxien erabili zen eguna azaroaren 29a, 3rekin.

4.4.2.3. Behatokia

DSS Turismoak azterlan espezifikoak egin ditu eta hainbat informazio-iturri aztertu ditu erakundeko enpresa bazkideekin partekatzeko.

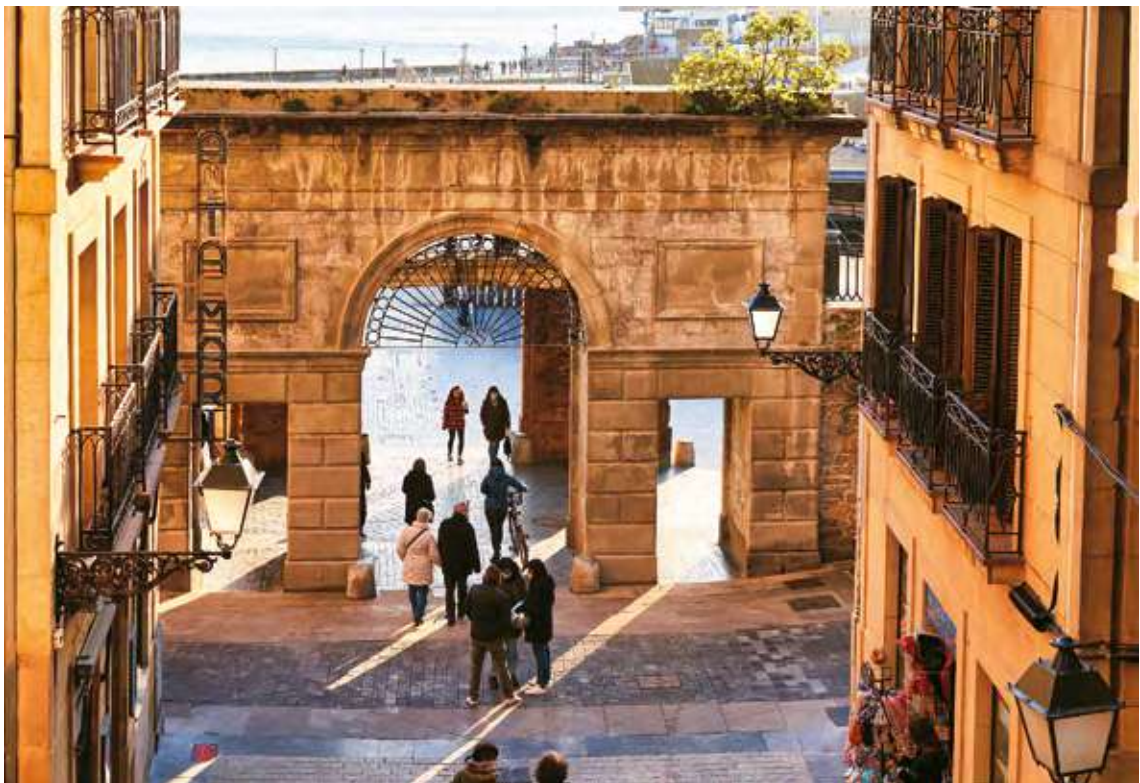
Hala, eta datu estatistikoak lortzeko eta horiek behar bezala interpretatzeko urte zaila izan den arren, enpresa bazkideekin partekatu dira titullarrik, albisterik, daturik eta txostenik esanguratsuenak eta enpresa bazkideentzako sarbide mugatua duen webgunearen atalean argitaratu dira; <https://members.sansebastianturismoa.eus/>

Turismoaren Behatokian enpresa bazkideekin partekatzen diren informazio arloak dira; emandako gauak, eskaintzaren bilakaera, egitura, okupazioa eta ostatuaren prezioa, komunikabideetan izandako presentzia eta nazioarteko rankingak, bisitariaren profila eta gogobetetzea, webgunearen/sare sozialen datuak eta entzumen aktiboa. Datuok hiru aldi hauetan daude banatuta: urtarrila-maiatza; ekaina-iraila eta urria-abendua.

Fenomeno turistikoaren erradiografia hobe eta osoagoa izateko, Donostiako ostatuaren egungo eta etorkizuneko eskaintza hobeto monitorizatzeko sistema ezartzen ari gara.

Hiriko ostatuaren gaitasunaren inguruko azterketa egiten hasi gara eta Deustuko Unibertsitateri eskatu diogu hiriak izan ditzakeen oheen kargaren atalasea eza-gutzeko azterketa egitea. 2021 amaierarako espero zen txostena, baina atzerape-na izan du.

Bitartean, Lehendakaritzarekin eta Donostiako Udaleko Presidentetzarekin harremanetan izan gara irekitako ostatuak eta ostatu berriak irekitzeko eskaerak monitorizatu ahal izateko.





5. Donostia turismoaren antolaketa eta administrazioa

Helburua erakundearen giza baliabideen eta materialen kudeaketarekin, finantzen kudeaketarekin eta erakundearen etengabeko hobekuntzekin zerikusia duten prozesuak diseinatu, planifikatu, garatu eta jarraipena egitea da.

HELBURU nagusiak:

- Erakundearen arlo guztien helburuak garatu eta lortzeko eragina duten zeharkako alderdi guztiek ondo funtzionatzen dutela bermatzea, bai eta lan-prozesu desberdinetarako hobekuntzak proposatu eta txertatzea ere.
- Baliabideak (giza baliabideak, ekonomikoak eta materialak) erakundearen beharretara egokitzea.
- Langileen gogobetetasuna hobetzea.
- Legezko betekizuna bermatzea eta zaintzea

5.1. Balantze ekonomikoa

2021eko ekitaldiaren laburpena

Langileen gastuak	-1.767.451,73
Ohiko gastuak	-1.460.850,44
Hornikuntza	-52.145,84
	-3.280.448,01-
Aldundia	80.000,00
Eusko Jaurlaritza	169.408,24
Geure baliabideak	135.522,99
Bazkideen ekarpenak	80.459,85
Beste diru-sarrera batzuk (komisioak, ekarpenak, etab...)	43.057,85
Ekitaldiaren amaieran transferitutako kapitalaren diru-laguntzak	-54.900,00
Udala kapital-ekarpena gastu arrunterako	2.815.000,00
Udala inbertsioetarako kapital diru-laguntzak	50.000,00
	3.318.548,93

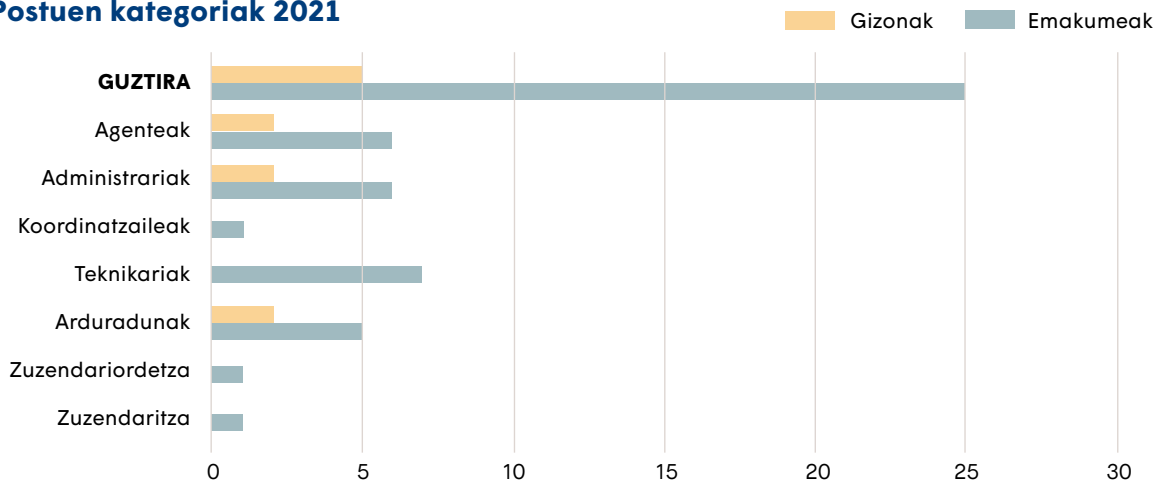
5.2. Donostia turismoko langileak

Hurrengo ataletan erakundea osatzen duten pertsonen estatistika-datuak aurkeztuko ditugu.

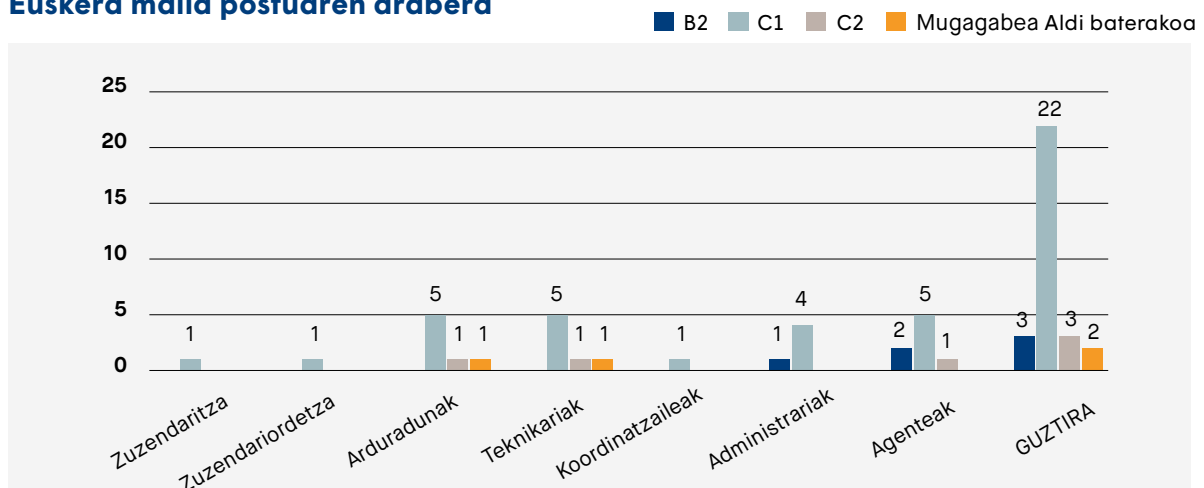
Kategoriak, lanpostuak eta euskara maila

2021eko lanpostuak	Emakumeak	Gizonak	EUSKARA MAILA			
			B2	C1	C2	Ziurtagiririk gabe
Zuzendaritza	1	0		1		
Zuzendariordetza	1	0		1		
Arduradunak	5	2		5	1	1
Teknikariak	7	0		5	1	1
Koordinatzaileak	1	0		1		
Administrariak	4	1	1	4		
Agenteak	6	2	2	5	1	
GUZTIRA	25	5	3	22	3	2

Postuen kategoriak 2021



Euskera maila postuaren arabera

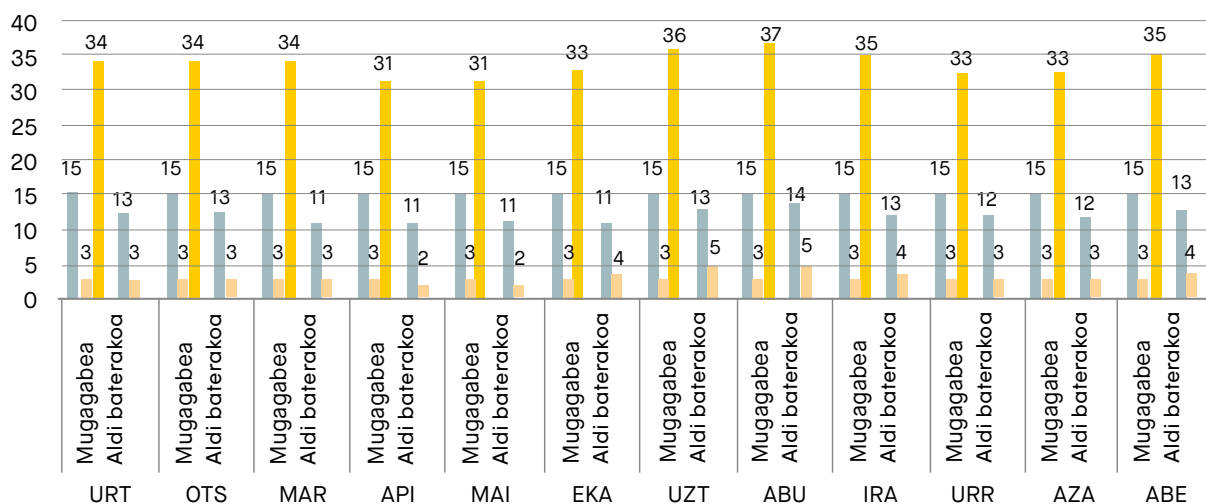


Lan harreman motak

Kontrataturako pertsonen kopurua		2021		
		Emakumeak	Gizonak	Kontrataturako pertsonak guztira
URT	Mugagabea	15	3	34
	Aldi baterakoa	13	3	
OTS	Mugagabea	15	3	34
	Aldi baterakoa	13	3	
MAR	Mugagabea	15	3	34
	Aldi baterakoa	13	3	
API	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterakoa	11	2	
MAI	Mugagabea	15	3	31
	Aldi baterakoa	11	2	
EKA	Mugagabea	15	3	33
	Aldi baterakoa	11	4	
UZT	Mugagabea	15	3	36
	Aldi baterakoa	13	5	
ABU	Mugagabea	15	3	37
	Aldi baterakoa	14	5	
IRA	Mugagabea	15	3	35
	Aldi baterakoa	13	4	
URR	Mugagabea	15	3	33
	Aldi baterakoa	12	3	
AZA	Mugagabea	15	3	33
	Aldi baterakoa	12	3	
ABE	Mugagabea	15	3	35
	Aldi baterakoa	13	4	

Kontrataturako pertsonak, guztira

■ 2021 Gizonak ■ 2021 Kontrataturako pertsonak, guztira
■ 2021 Emakumeak



Absentismoa

ABSENTISMOA	2021	ABSENTISMOA	2021	ABSENTISMOA	2021
*Gaixotasunagatiko aldi baterako ezintasuna dela eta, bajaran egondako egunen arabera kalkulatua	%9,03	*COVIDagatik aldi baterako ezintasuna dela eta, bajaran egondako egunen arabera kalkulatua	%0,78	Gaixotasunagatik + COVIDagatik aldi baterako ezintasuna dela eta, bajaran egondako egunen arabera kalkulatua	%9,82

Donostia turismoko langileek egindako prestakuntza ekintzak

ERAGINKORTASUNA HOBETU: Norberaren antolaketaarako ezinbesteko ohiturak

TALDEEN KOORDINAZIOA: "Lantaldea nola zuzendu: Tarteko arduraduna bideratzaile gisa

ZUZENDARITZA TALDEAREN GARAPENA

JENDAURREAN HITZ EGIN ETA GOZATU

BERDINTASUN-BATZORDEA SORTZEA

KOMUNIKAZIO INKLUSIBOA

KOMUNIKAZIO INKLUSIBOA DONOSTIA TURISMOAN

NOMINEN, SAREKO SISTEMAREN ETA SILTRAREN PRESTAKUNTZA

EUSKARA: Mezuak eta oharrak sortzeko irizpideak eta gakoak

ZIURTAGIRI ELEKTRONIKOAK

NORBERAREN ETA ERAKUNDEAREN NEUROZORIENTASUNA

TICKET BAI

BALIABIDEETARA BISITAK:

HOTELAK:

Hotel Boutique Bidaia hotela

Hotel M. Cristina hotela

ESKUALDEAK:

Goierrri (Hitzaldia)

Bidasoa

Urola Kosta

Tolosaldea

Debagoiena

Donostialdea

Oarsoaldea

BESTEAK:

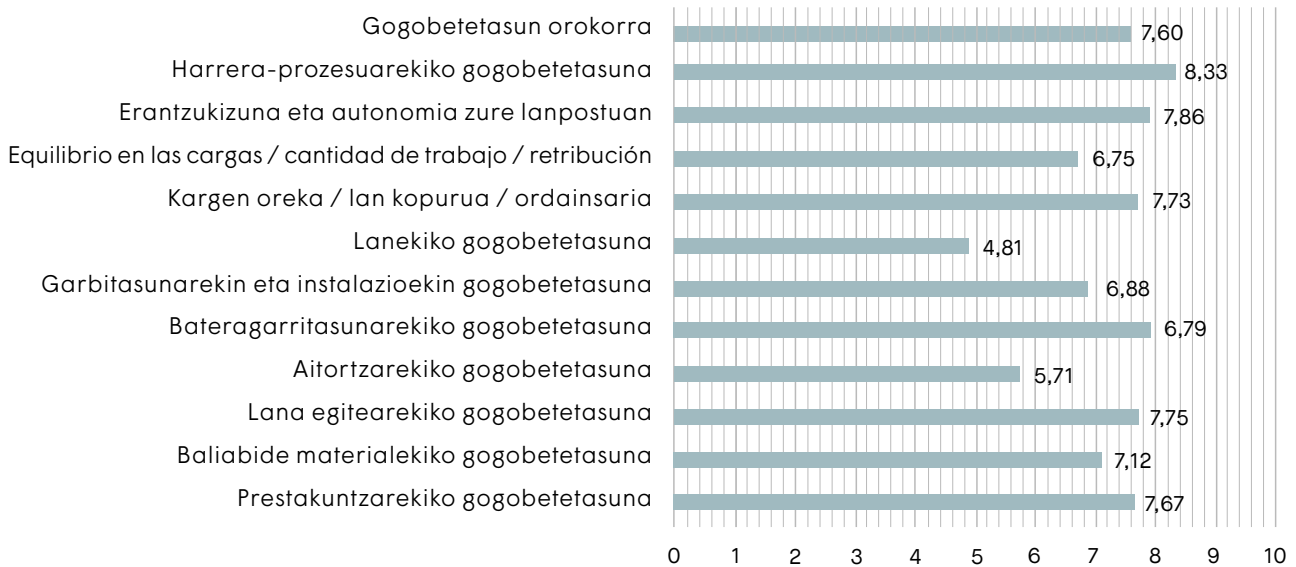
San Telmo Museoa (erakusketa desberdinak)

Brai Kantauri

Garraio Publikoa- HUB GT

Galarreta

Lanarekiko barneko gogobetetasunaren emaitzak, 2021



Covid-19aren ondoriozko antolaketa neurriak

2021ean, eskumena duten erakundeek COVID-19ari aurre egiteko eta langileak zein bezeroak babesteko ezarri dituzten neurriak mantentzen eta egokitzen jarraitu du Donostia Turismoak.



5.3. Euskara plana

2021ean zehar, Donostia Turismoak euskararen normalizazio-planarekin jarraitu du eta bai erakundearen kanpora, bai barrura begirako ekintzak egin ditu.

Esan dezakegu euskara-plana berrikusi eta 2021-2022 aldirako eguneratu dela. Erakundearen barruan zein kanpoan euskararen normalizazioan aurrerapausoak emateko ekintzak egin dira, baita turismogune gisa sustatzeko ere.

Enpresa barruan, Erreferentzia Marko Estandarraren ebaluazioa egin da, zerbitzuan euskara erabiltzeko egiten ditugun ekintzak baloratzeko, bai barneko, bai kanpo komunikazioari dagokionez.

Kanpora begira, sormen-kanpaina parte-hartzailea jarri dugu martxan donostiar guztientzat, eta bisitariei erakusteko eduki polita, hunkigarria eta inspiratzailea sortu dugu elkarlanean, gure erroak eta gure kultura/hizkuntza beste turismoguneekiko bereizgarri gisa sustatzeko.

Kanpaina Udaleko Euskara Zerbitzuarekin batera jarri dugu martxan eta jendea bidaiatzera animatzen dugu euskarazko hitzen bitartez.

Kanpainaren bigarren fasean, nazioarteko publikoarentzako bideoa sortu dugu Donostiako proposamenekin.



5.4. Berdintasun plana

2021ean zehar, Donostia Turismoak jarraitu du **emakumeen eta gizonen berdintasunerako lehen planean zehaztutako** esku-hartze ekintzak martxan jartzen.

Aipatu ditzakegu:

- Berdintasun-batzordearen jarraipena egiteko bilerak egitea, berdintasun plana ezartzeko prozesuarekin jarraitzeko.
- Donostia Turismoren Komunikaziorako tresnak (kanpo eta barne komunikazioa) berdintasunerako garrantzitsuak diren gaietarako informazio eta komunikazio eramaile gisa erabiltzea, esaterako, emakumearen inguruko nazioarteko egunetarako.

- Berdintasun-batzordea espezifikoki eta erakundeko gainerako pertsonak orokorrean prestatzeko berdintasun-prestakuntza eskaintzea.

- Ordainsarien Erregistroa erakunde eskudunak emandako tresnarekin egitea.

- Barne eta kanpo-komunikazioa inklusiboa izatea.

2021ean zehar, Konfidentzialtasun Batzordeak ez du inolako salaketarik jaso sexuagatik edo sexu-jazarpenagatik.

Erakundeak eskaintzen dituen kontziliazio-neurriak hartu dituzten pertsonen kopurua adieraziko dugu jarraian:

Kontziliaziorako neurriak	2021ean hartu zituzten pertsonen kopurua		
	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Aitatasun-baimena	0	1	1
Amatasun-baimena (6. astetik aurrera)	1	0	1
Edoskitzeko baimena	3	0	3
Lanaldi-murrizketa legezko zaintza dela eta (12 urtetik beherakoak)	3	0	3
Adingabeak zaintzeko eszedentzia (3 urtetik beherakoak)	0	0	0
Senideak zaintzeko eszedentzia	0	0	0
Eszedentzia boluntarioa	1	0	1
Soldatarik gabeko baimena	2	0	2
Denboraren eta lantokiaren malgutasuna	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Sartu eta ateratzeko malgutasuna	26	5	31
Eguerdian gelditzeko malgutasuna	26	5	31
Oporrak banatuta hartzeko aukera	26	5	31

5.5. Kudeaketa eredu aurreratua

Donostia Turismoak kudeaketaren hobekuntzarekin duen konpromisoaren aurrekariak hainbat urtez izan dituen Kalitatearen askotariko ziurtagiriak izan dira (CBren Kalitate Turistikoaren Q ziurtagiria 2012ra arte eta OITrako 2018ra arte), eta baita 2012tik EFQM ereduari egin dion jarraipena ere.

2021ean, programa hauek ezarri dira erakundeetan:

- Turismoaren estatu Idazkaritzak sustatutako SICTED Praktika On Aurreratuak, turismoaren sektorean SARS-CoV-19 koronabirusaren kutsatzeen arriskuak murrizteko.

- Basquetourrek sustatutako Euskadiko Turismoaren Kode Etikoaren programa.

Gainera, Kudeaketa Eredu Aurreratu jarraituz lehenengo autoebaluazioan lortu diren ondorioetatik egin da Donostia Turismoaren Plan Estrategikoa eta Turismoaren azken Gida Planari dago lotuta.

5.6. Ingurumenarekiko konpromisoa

Donostia Turismoa sentsibilizatuta dago ingurumenaren arazoarekin, eta gure jarduketa guztietan ingurumenarekiko errespetua txertatzea erabaki dugu.

Horretarako, ingurumeneko eta garapen jasangarriko balizko jardunbide egokiak egiteko konpromisoa hartu dugu, erakundeak ingurumenarekiko duen jarrera etengabe hobetzeko.

Besteak beste, helburu hauek ditugu:

Politika hau ingurumenarekin dugun konpromisoa erakunde osoari publiko egitea.

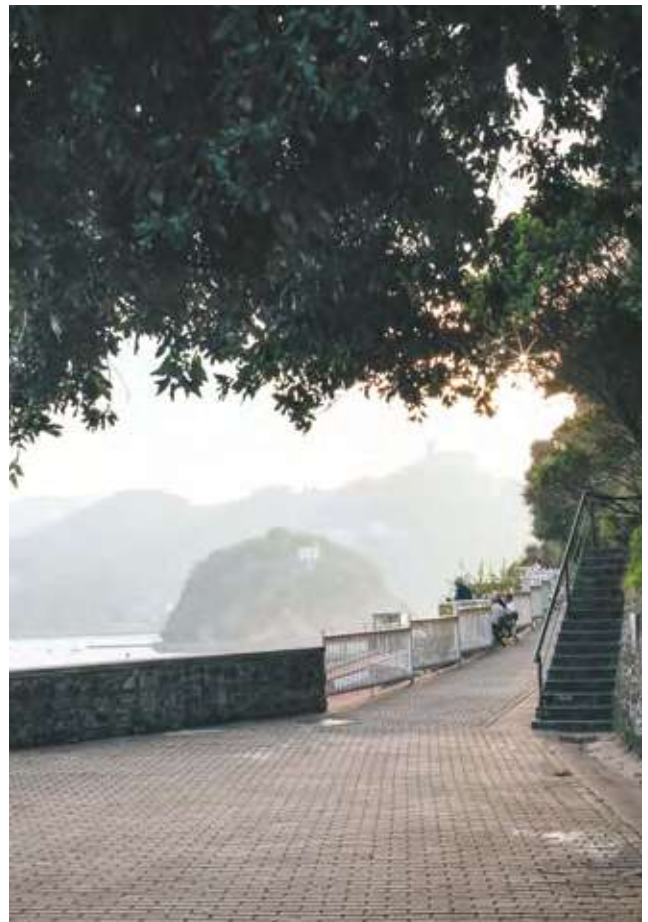
Indarrean dagoen ingurumen-legedi guztia betetzea.

Donostiako Agenda 21en proposamenetan parte-hartze aktiboa izatea.

Energiaren eta baliabideen kontsumoa murriztea, murrizketa-metodo efektiboen eta eraginkorren bitartez.

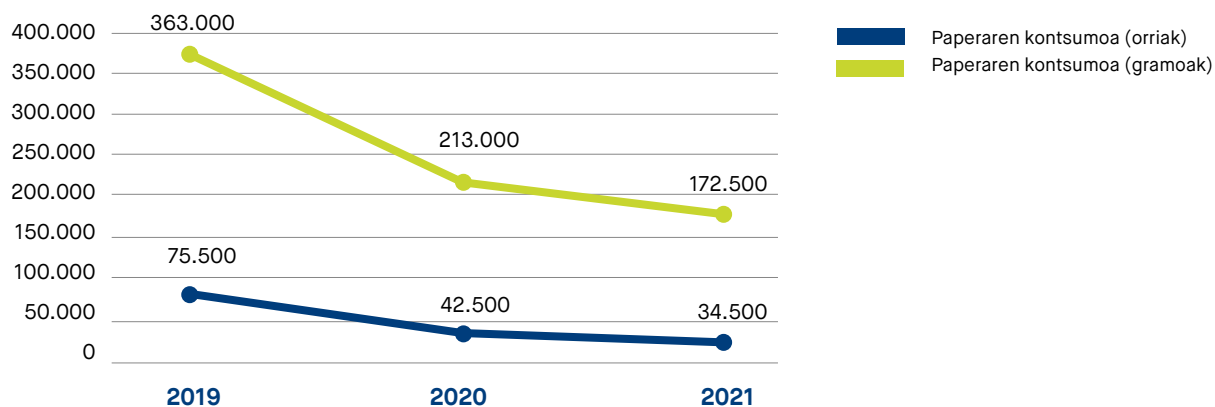
Materialen kontsumoa murriztea, bota beharrean berrerabiltzea, ahal bada, eta birziklapena eta material berrerabilgarrien erabilera sustatzea.

Ahal den guztietan, ingurumenerako hain kaltegarriak ez diren ekoizpen-materialekin ordezkatzeta.



Paperaren kontsumoa

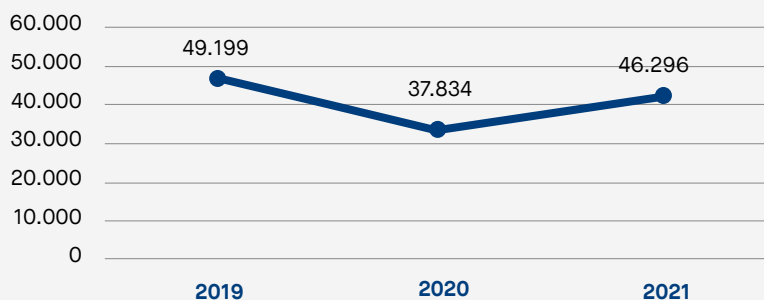
	2019	2020	2021
Paperaren kontsumoa (orriak)	72.500	42.500	34.500
Paperaren kontsumoa (gramoak)	363.000	213.000	172.500



Elektrizitatearen kontsumoa (kWh)

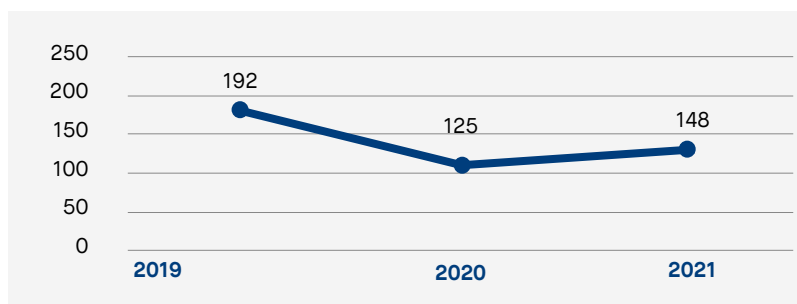
DONOSTIA TURISMO S.A.
(kWh elektrizitatea)

2019	2020	2021
49.199	37.834	46.296



Uraren kontsumoa (litroak)

2019	2020	2021
192	125	148





2021ean zehar, Donostia Turismoak hitzaldi hauetan hartu du parte:

Turismogune adimenduna- teknologia ardatza, webinarra

Diagnostikoa, erronkak, ekimenak eta emaitzak egiterakoan teknologiaren ardatzak duen garrantzia. Teknologia ardatzaren arabera beste turismogune batzuk gomendatzea. 2021eko otsailak 17. Eider Calderon Donostia Turismoko zuzendariordeak online emandako hitzaldia.

Hirien jasangarritasuna eta 5.0 Turismoa, Alacant.

Hirien jasangarritasuna eta Connect Clean turismoa. 2021eko ekainak 17. Cristina Lagé Donostiako Udaleko Turismo Jasangarriko zinegotziak online emandako hitzaldia.

Turismo gastronomikoaren masterra, Basque Culinary Center

Turismogune Gastronomikoen Kudeaketa Eredua Turismo gastronomikoa Donostian. 2021eko martxoak 16. Isabel Aguirrezabala eta Eider Calderónek (Donostia Turismoko zuzendaria eta zuzendariordea hurrenez hurren) Basque Culinary Centerren emandako hitzaldia.

ASPREH XII. Jardunaldiak: ikusteko urritasuna duten pertsonek kirola, aisialdia eta turismoa sustatzea irisgarritasun unibertsalaren eta teknologiaren bitartez, donostia

Irisgarritasunerako estrategiak Donostian. 2021eko urriak 3. Eider Calderón Donostia Turismoko zuzendariordeak emandako hitzaldia.

Euskadiko turismogune adimendunen jardunbide egokiak, Gasteiz

Turismogune adimendunen proiektua ezartzeko hainbat turismogunek dituzten jardunbide egokien inguruko mahai-ingurua. 2021eko urriak 21. Eider Calderón Donostia Turismoko zuzendariordeak emandako hitzaldia.

Gipuzkoako turismoaren erronkak, Hondarribia

Gipuzkoako Foru aldundiak antolatutako elkarrizketen bigarren edizioaren barruan. 2021eko azaroak 4. Isabel Aguirrezabala Donostia Turismoko zuzendariak emandako hitzaldia.

Turismogune adimendunak - Datuen kudeaketa, webinarra

Turismogune Adimendunaren Eredua eta hura osatzen duten oinarriak, datuen kudeaketan arreta berezia jarritz. Kasu praktikoa. Donostia Turismogune Adimenduna. 2021eko azaroak 18. Eider Calderón Donostia Turismoko zuzendariordeak online emandako hitzaldia.





7. Sare nazionalen eta nazioartekoetan parte hartzea

Donostia turismoak sare hauetan hartu du parte:

ICCA - International Congress & Conference Association

Munduko Kongresuen, Batzarren eta Bileren enpresa, erakunde eta egoitza nagusiak ordezkatzeko mundu elkartea da. Munduko 100 herrialdeko 1.100 enpresa daude bertan.

ECM - European Cities Marketing

Turismo Erakundearen eta Europako hiriburu-Convention Bureauen sarean da, ezagutza partekatzeko, eta elkarlanean aritzeko operazioetan eta merkatu eta aukera berrien bilaketan. Jarduera informazioaren, teknologiararen, ikerketaren, estatistikaren, marketinaren eta komunikazioaren arloan garatzen du.

Egun, Europako 32 herrialdeko 134 hiri daude sarean,

Donostia Turismoak sarean hartzen du parte, baita City Cards, TICs, Digital Knowledge, eta Statistics and Research lan-taldeetan ere.

SCB - Spain Convention Bureau

Espainiako Convention Bureauen elkartearen helburu nagusia kide diren hirientzako sustapen-ekintza komunak egitea da, bai nazio barruan, bai nazioartean. Donostia Turismoa elkarteko lan-taldearen parte da.

Itourbask – Turismo Bulegoen Euskal Sarea

Turismo Bulegoen Euskal Sarea osatzen dute Euskal Autonomia Erkidegoko Turismo Bulego nagusiek.

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

Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen espezializatuak dauden enpresak dira eta haien profesionaltasunak, esperientziak, eraginkortasunak, ikasketak, sormenak, berrikuntzak, jasangarritasunak eta eraginkortasunak bermatzen ditu. Enpresa erabakitzailerak dira eta, gainera, kalitate handiko zerbitzuen kudeaketa egiten dute.

Destinos Euskadi

Sarearen helburu nagusia marka horren pean dauden turismoguneak sustatzea da. Marka osatzen dute Bilbo Turismoak, Gasteizko kongresuen eta turismoaren udal-zerbitzuak, Bidasoa Aktivak (Hondarribia, Irun eta Hendaia), Zarauzko turismo bulegoak eta Donostia Turismoak.

Euskaliten kolaboratzaileak

Bikaintasunerako Euskal Fundazioaren kolaboratzaileak dira eta helburua Kudeaketa Aurreratuko elementuak euskal erakundeetan ezartzea da, eta hala, Euskadiren lehiakortasunari eta garapen jasangarriari ekarpena egitea.

Egun, 800 enpresa aritzen dira lankidetzan eta horietatik 13 dira turismoaren sektorekoak.

Euskadi Gastronomia

Produktuen bikaintasuna eta gure sukaldarien esku ona Euskadiren nortasunaren ikur dira. Euskadi Gastronomika Klubak gastronomia ulertzeko modu hori sustatzen du, eskakizun eta konpromiso batzuk betetzen dituzten jatetxeek, tabernek, dendek eta beste establezimendu gastronomiko batzuek osatzen duten sarearen bitartez.

Surfing Euskadi

Surfing Euskadi produktuaren kluba Euskadin surf-turismo jasangarria eta antolatua garatzeko lan egiten duten 70 enpresa eta erakundek osatzen dute. Eskaintza surfarentzako baldintza ezin hobeetan eta beste jarduera turistiko batzuen uztarketan oinarritzen da, eta klubaren parte diren enpresen profesionaltasunak laguntzen die.

European Best Destination

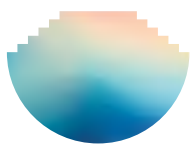
Bruselan dagoen Europako erakundea da eta helburua Europan kultura eta turismoa sustatzea da, turismo-erakundeekin eta EDEN sarearekin batera. Europako turismoguneen dibertsitatea eta kalitatea sustatzen ditu.

Euskal Kostaldea

Eskariaren arabera egokitzen diren, ekonomikoki errentagarriak diren, ingurumenarekin bateragarriak diren, tokiko nortasuna duten eta ahalik eta ongizate sozial handiena sortzen duten produktu eta zerbitzu turistiko berezi eta kalitatekoek osatzen duten sare orekatua da.

TME

Turismoaren alorreko nazioarteko erakunde nagusia da. TMEk hazkunde ekonomikorako, garapen inklusiborako eta ingurumeneko jasangarritasunerako eragile gisa sustatzen du turismoa, eta ezagutzak handitzeko eta mundu osoan turismo-politikak sustatzeko lidergoa eta laguntza eskaintzen ditu.



**Donostia
San Sebastián**

sanebastianaturismoa.eus



**Donostia
San Sebastián**

sansebastianturismoa.eus