



**Donostia
San Sebastián**

The background is an aerial photograph of a coastal city. A large white outline, resembling a map of the city or a specific area, is superimposed over the image. Inside this outline, the text '2024ko memoria' is written in a large, white, sans-serif font. The city features a mix of historic buildings with red-tiled roofs and modern structures. A large, curved promenade or beach area is visible, with a body of water in the foreground containing many small white boats.

2024ko memoria

ESP

aurkibidea

1. SARRERA 2023-2027 PLAN ZUZENTZAILEA.....	4
2. TURISMOAREN KUDEAKETA: TURISMOA ETA HIRIA.....	5
3. DONOSTIA TURISMOAREN ANTOLAMENDU EGITURA	6
3.1. Administrazio Batzordea	6
3.2. Aholku Batzordea	6
3.3. Elkartutako establezimenduak	7
3.4. Balantze ekonomikoa	9
4. 2024KO JARDUERAK	10
4.1. Turismoaren kudeaketa.....	10
4.1.1. Jarduera turistikoaren arauketa	10
4.1.2. Jasangarritasun turistikoa	11
4.1.2.1. Ingurumen jasangarritasuneko jarduerak	11
4.1.2.2. Gizarte jasangarritasuneko jarduerak	11
4.1.2.3. Jasangarritasun ekonomikoko jarduerak.....	13
4.1.3. Helmuga hobetzeko jarduerak	14
4.1.4. Gobernantza	15
4.1.4.1. Sektore pribatua	15
4.1.4.2. Sektore publikoa	15
4.1.5. Behatokia	15
4.1.6. MICE turismoko ekitaldien azterketa	16
4.2. MICE turismoa	17
4.2.1.1. Biltzarrak, konbentzioak eta jardunaldiak	20
4.2.1.2. Azokak.....	22
4.2.1.3. Pizgarriak	23
4.2.2. Ekitaldi profesionalak erakartzea	24
4.2.3. Pizgarriak erakartzea	28
4.2.4. Sustapeneko eta merkaturatzeko ekintzak	29
4.3. Aisialdiko turismoa	33
4.3.1. Produktu turistikoak.....	33
4.3.1.1. Gure produktuak	34
4.3.1.2. Elkartutako enpresen produktuak.....	37
4.3.2. Produktu turistikoen merkaturatzea	40
4.3.3. Azokak eta tailerrak	40
4.3.4. Artatutako Fam Trip, bidaia agentzia eta bidaia antolatzaileak.....	45
4.3.5. Bisitarienarreta	46
4.4. Marketina eta komunikazioa	48
4.4.1. Helmuga posizionatzeko estrategia	48
4.4.2. Donostia Turismoa erakundea posizionatzeko estrategia.....	55
4.4.3. Babesak: tokiko ekitaldi eta proiektuei laguntzea	58
4.4.4. Turisten fidelizaziorako ekintzak.....	59
4.4.5. Bisitarien arretarako materialak garatzea	60
4.4.6. Enpresa elkartu gehiago erakartzea	63
4.4.7. DSS Turismoaren webgunea eta landing orriak	65
4.4.7.1. Funtzionaltasun berriak, webgunearen hobekuntzak.....	72
4.4.8. Komunikazio kanpaina eta ekintza aipagarriak	75
4.4.8.1. Sare sozialak.....	78
4.4.8.2. Hedabide espezializatuekiko lankidetzak	84
4.4.8.3. Komunikazio ekintzak	85
4.4.9. Donostia hedabideetan eta sailkapenak	88
5. DSSTREN ANTOLAMENDUA	89
5.1. DSSTko langileak	90
5.2. Euskara plana	94
5.3. Berdintasun plana	95
5.4. Ingurumenarekiko konpromisoa.....	96
6. FORO ETA JARDUNALDIETAN PARTE-HARTZEA.....	97
7. SAREETAKO PARTE HARTZEA.....	99

8. HELMUGAREN BALANTZE TURISTIKOA.....	101
8.1. Bidaiarien sarrera.....	101
8.2. Ostatu gauak.....	102
8.3. Batez besteko egonaldia	104
8.4. Okupazio maila.....	104
8.5. Enplegua.....	105
8.6. Helmugaren nazioartekotzea.....	106
8.7. Donostia, lurraldeko hiri eragilea.....	107
8.8. Hirira iristeko garraiobideak	107
8.9. Bisitarien tipologia eta profila	108
8.10. Bisitarien gogobetetze tasa.....	110

1. Sarrera 2023-2027 Plan Zuzentzailea

Donostiak badu Turismo Jasangarrirako Plan Zuzentzaile bat, Visit – Bizi 2023-2027 izenekoa, turismoak mundu osoan izan duen bilakaerari eta eraldaketari erantzuteko sortua, tokiko ikuspegitik eta planteamendu integral batekin. Partaidetzazko lanaren bidez prestatutako dokumentu bat da, hainbat adituren, sektore pribatu eta publikoko profesionalen, ordezkari politikoen eta herritarren ekarpen baliotsua aintzat hartuz egina.

Hona hemen Plan honen helburu nagusiak:

1. Hiriaren oparotasuna eta donostiarren ongizatea.
2. Ingurumen-, ekonomia- eta gizarte- jasangarritasuna.
3. Herritarren, bisitarien eta turismo sektorearen arteko oreka.
4. Bizi kalitatea eta bisitarena, bisitari kopuruaren aurrean.

Zalantzarik gabe, azken urteotan gizartean ikusi ditugun portaera- eta kontsumo-ereduak finkatzen ari dira. Adimen Artifiziala sartu denetik, iraultza teknologikoak aurrera jarraitzen du geldiezin, eta jasangarritasunak sendo jarraitzen du kezkatzen gaituen ardatz nagusietako bat izaten. Gainera, mundu mailako egoera politiko, sozial eta ekonomiko nahasiak neurri handiagoan edo txikiagoan eragiten digu, ezinbestean.

Gero eta agerikoagoa da helmuga turistikoon bilakaera; hain zuzen, garrantzi handiagoa ematen zaio gure jarduera eremuen kudeaketari, eta sustapena ere bideratuagoa eta selektiboagoa da. Hori guztia kontuan hartuta, arreta handiagoa jartzen dugu gobernantzan, funtsezko printzipioa baita hala eremu publikoetan, administrazio maila batzuen eta besteen artean, nola sektore pribatuan: guztia lotuta dago.

→ **Garapen jasangarri eta begirunetsua ezinbesteko baldintza da turismoaren etorkizuna ziurtatzeko, eta zeharkako ikuspegi batetik jorratu behar da**

Turismoak arduratsua eta eragile guztientzat (sektore publikoa eta pribatua, bisitariak eta herritarrak) erantzunkidea izan behar du, bakoitzak bere mailan jardunda, tokiko komunitatearen garapen sozioekonomikoa, bertako kulturaren eta nortasunaren babesa eta ingurumen oreka bermatze aldera.

Azkenik, ulertu behar da politika turistikoa hiri estrategiaren parte izan behar duela, ez elementu paralelo gisa, estrategia horren elementu banaezin gisa baizik.

2.

Turismoaren kudeaketa: turismoa eta hiria

Udalaren eta, beraz, Donostia Turismoaren helburu nagusia da turismoaren kudeaketan sakontzea.

Turismoak etorkizunean izango duen bilakaerari buruz mundu mailan egin diren azterketa guztien arabera, turismoak goraldian jarraituko du hurrengo urteetan, zalantzarik gabe. Jarduera turistikoa ezinbesteko bihurtu da, eta gaur egungo gizarteak ez dio uko egin nahi; hala, garrantzi handiko elementu bihurtu da familien gastuaren banaketan.

Turismoaren kontzeptua gero eta zabalagoa da: dauden joera berriak, bisitarien profil berriak, agertoki berriak eta abar barne hartzen ditu, eta horiek guztiek premia eta aukera berriak sortzen dituzte, zeinak, azken batean, erronka bat baitira helmuga turistikoentzat, bereziki bizikidetzari dagokionez, herritarren, bisitarien eta enpresen arteko orekari.

Mundu mailako fenomeno horrek eragina du helmuga turistiko guztietan, baina ez modu berean. Mundu mailako fenomenoak izan arren, tokiko ikuspegitik aztertu behar da.

Beraz, funtsezkoa da zorroztasunez eta datu kuantitatiboak erabiliz aztertzea, baina kontuan hartu behar dira, halaber, datu kualitatiboak, jarduera turistikoaren irismena eta bere garapen eremu zehatzean (Donostian) dituen kanpokotasunak.

Horri esker, turismoa hobeto eta modu sakonago batean kudeatu ahal izango dugu, betiere hiriaren errealitatearekin bat etorriz eta herritarrak erdigunean jarritz. Eta horrek, zalantzarik gabe, gure industria turistikoaren lehiakortasuna hobetuko du, baita lortu nahi dugun turista arduratsu horren bisitaren kalitatea ere.

Xedea da Udalean turismoa zeharka kudeatzen hastea, zenbait arlo barne hartuta, Turismo Elkartetik harago. Hausnarketa horretatik abiatuta, turismoaren kudeaketa Udalera eraman da, hiriaren estrategian zuzenean integratuta dagoen 360°-ko ikuspegi batez lan egiteko modu bat ezartzeko.

→ **Turismoaren
kudeaketa Udalera
eraman da, 360°-ko
ikuspegi batekin**



3.

Donostia Turismoaren Antolamendu Egitura

San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa SA sozietatea 2006ko urtarrilaren 31n sortu zen. Donostiako Udalaren merkataritza sozietate bat da, udal titulartasuneko sozietate anonimo baten izaera duena.

Elkartearen xedea da Donostiako lurralde eremuan turismoaren garapena zuzenean edo zeharka bultzatzen lagunduko duten jardura ekonomiko eta sozialak sustatu, garatu eta indartzea.

3.1.

Administrazio Batzordea

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

Hauek osatzen dute:

- Eneko Goia
Mahaiburua
- Raúl Fernández
Mahaiburuordea
- Miren Albistur
- Nerea Aramburu
- Borja Corominas
- Iñigo García
- Jon Insausti
- Laura Larrión
- Victor José Lasa
- Laura Mateos
- Jon Markel Ormazabal
- Pilar Pascual

3.2.

Aholku Batzordea

Aholku Batzordea sozietatearen Administrazio Batzordearen aholkularitza organoa da.

Ordezkatutako sektoreak eta ordezkariak:

- **BIDAIA AGENTZIAK eta DMCak:** Laura Larrión
- **OSTATUAK:** Raúl Fernández
- **SALTOKIAK:** Nerea Aramburu
- **OSTALARITZA:** Laura Mateos
- **AZPIEGITURAK:** Iker Goikoetxea
- **EKITALDI ETA BILEREN ANTOLATZAILEAK:** Maite Aizpuru
- **KULTURA-, MUSEO- ETA AISIALDI-BALIABIDEAK:** Pilar Pascual
- **ZERBITZU OSAGARRIAK:** Alexis Mindegia
- **TURISMO ZERBITZUAK:** Iñigo Ansa
- **GARRAIOAK:** Óscar Iparraguirre

3.3. Elkartutako establezimenduak

Donostia Turismoak 325 enpresa elkartu izan ditu 2024an.

Ostatuak

- A ROOM IN THE CITY
- OLARAIN TURISMO OSTATUA
- APARTURE
- ARIMA HOTEL & SPA
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- OLIDEN KANPINA
- WECAMP SAN SEBASTIAN KANPINA
- COLO COLO HOSTEL
- EMYRENT
- FEELFREE
- FEELFREE STAYS ANTIGUO
- AKELARRE HOTELA
- ANTIK SAN SEBASTIAN HOTELA
- ARBASO HOTELA
- ARRIZUL CONGRESS HOTELA
- AVENIDA HOTELA
- BARCELÓ COSTA VASCA HOTELA
- BED4U SAN SEBASTIAN HOTELA
- BED4U ZURRIOLA HOTELA
- IRENAZ RESORT APART. HOTELA
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- EZEIZA HOTELA
- ILUNION SAN SEBASTIAN HOTELA
- LA GALERIA HOTELA
- LEKU EDER HOTELA
- MARIA CRISTINA HOTELA
- MERCURE MONTE IGUELDO HOTELA
- MONTE ULIA HOTELA
- NH COLLECTION ARANZASU HOTELA
- NIZA HOTELA
- OKAKO HOTELA
- ONE SHOT TABAKALERA HOUSE HOTELA
- PALACIO DE AIETE HOTELA
- PARMA HOTELA
- SANSEBAY HOTELA
- SILKEN AMARA PLAZA HOTELA
- TRES REYES SAN SEBASTIAN HOTELA
- VILLA FAVORITA HOTELA

- WELCOME GROS HOTELA
- ZENIT SAN SEBASTIÁN HOTELA
- ZINEMA 7 HOTELA
- HOTELES DE GIPUZKOA
- KOBIA ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTELA
- LIVENSA LIVING STUDIOS SAN SEBASTIAN
- NEKATUR - Euskadiko Landa Ostaturen Elkartea
- AB DOMINI OSTATUA
- AIA OSTATUA
- AIDA OSTATUA
- ALAMEDA OSTATUA
- ALDAMAR OSTATUA
- ALTAIR OSTATUA
- ARTEA OSTATUA
- ATOTXA ROOMS OSTATUA
- COMPLEJO AMETZAGAÑA OSTATUA
- CRISTINA ENEA ROOMS OSTATUA
- EL PUERTO OSTATUA
- GARIBAI OSTATUA
- GROSEN OSTATUA
- HOSTAL BAHIA OSTATUA
- IRUNE OSTATUA
- ITXASOA OSTATUA
- KOXKA OSTATUA
- KOXKA BI OSTATUA
- KURSAAL OSTATUA
- SAN MARTIN OSTATUA
- UR-ALDE OSTATUA
- M. AGUD QUEROL UNIBERTSITATE EGOITZA
- SERCOTEL CODINA
- THE RENTALS COLLECTION
- THE SOCIAL HUB SAN SEBASTIÁN
- UBA HOSTEL
- VILLA MAGALEAN HOTEL & SPA

Bidaia agentziak eta DMCak

- BASQUE DESTINATION
- BASQUETRAVEL, Tasteful Experiences
- EQUINOCCIO VIAJES
- GS INCOMING-DMC
- HAGOOS - YOUR BASQUE COUNTRY DMC
- IKUSNAHI
- INBASQUE DMC
- LOCAL EXPERTS TOURS
- MIMO BITE THE EXPERIENCE
- SAGARDOA ROUTE
- SLOW-WALKING
- TENEDOR TOURS

Saltokiak

- ABIAN SKATEBOARDS
- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- ALBOKA
- ANHELO
- ARAMENDIA PASTELERIA
- ARBELAITZ
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BERRIZ
- BIOBIZI
- BOMBONERIA MAITIANA
- BOX SAN SEBASTIAN
- CALMA YOGA STUDIO
- CASA OTAEGUI
- DOLLS
- EL TURISTA
- ELKAR
- FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GARRARTE
- GOIURI BIKINI DENDA
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IRULEA

- IZARBIDE
- JOYERIA AYESTARAN
- JOYERIA CASA MUNOA
- KBERBI NEW
- KOLOREKA
- LA BICICLETA
- LA PEROLA
- MARIA KALA'S
- MASSAY HEALTH INSPIRATION
- MICHAEL'S
- MINER
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- NOVENTA GRADOS
- OH MY BIKE!
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PERFUMERIA URBETA
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS
- SANSE BIKES
- SICOS
- SOLCA
- SUPERDRY
- TESTONE
- TONI PONS
- VIANDAS DONOSTIA
- YO SALUD ESTÉTICA

Ostalaritza

- ALTZUETA SAGARDOTEGIA
- AMUITZ GARAGARDOTEGIA
- ANTONIO TABERNA
- GIPUZKOAKO OSTALARITZA ENPRESABURUEN ELKARTEA
- AUKERA TABERNA
- LA PERLA TABERNA KAFETEGIA
- CASA BARTOLO ETXEA TABERNA
- CASA UROLA TABERNA
- CASA VERGARA 1948 TABERNA
- GANBARA TABERNA
- GURE TXOKO TABERNA
- HAIZEA TABERNA
- ITURRIOZ TABERNA
- KIKI TABERNA
- LA CEPA DE BERNARDO TABERNA
- LABRIT BERRI TABERNA

- MARTINEZ 1942 TABERNA
- OLIYOS TABERNA
- TAMBORIL TABERNA
- TXIRRITA TABERNA
- URTXORI BI TABERNA
- ZUMELTZEGI TABERNA
- ABURUZA SAGARDOTEGIA
- BOKADO EVENTOS
- AVENIDA XXI KAFETEGIA
- DIONI'S TABERNA
- BATAPLAN DISKOTEKA
- DIVINUS CATERING
- JUANITO KOJUA JATETXEA
- KATA4 OYSTER BAR
- LA CERVECERIA DEL ANTIGUO
- LA REBOTIKA TABERNA
- LA VIÑA TABERNA
- MALA GISSONA BEER HOUSE
- MUXUMARTIN
- MUSEO DEL WHISKY PUBA
- AKELARRE JATETXEA
- ARZAK JATETXEA
- PORTUETXE ERRETEGIA
- ASTELENA 1997 JATETXEA
- BARKAIZTEGI JATETXEA
- BEKO ERROTA JATETXEA
- BIARRITZ JATETXEA
- BODEGON ALEJANDRO JATETXEA
- DOÑA CHEPINA JATETXEA
- GANDARIAS JATETXEA
- ITSASPE DONOSTI JATETXEA
- JOSE MARI TABERNA JATETXEA
- KASKAZURI JATETXEA
- LA PERLA JATETXEA
- LA REBOTIKA JATETXEA
- MARTIN BERSATEGUI JATETXEA
- MUGARITZ JATETXEA
- MUKA JATETXEA
- OQUENDO JATETXEA
- REKONDO JATETXEA
- TENIS ONDARRETA JATETXEA
- TOPA SUKALDERIA JATETXEA
- TXINPARTA JATETXEA
- TXOKO JATETXEA
- TXULETA JATETXEA
- UBARRECHENA JATETXEA
- VIA FORA JATETXEA
- ZIABOGA BISTROT JATETXEA
- ZUMELTZEGI JATETXEA
- SAGARDOAREN LURRALDEA
- SHARMA CATERING
- IRETZA SAGARDOTEGIA

- PETRITTEGI SAGARDOTEGIA
- SAIZAR SAGARDOTEGIA
- TAQUERIA KURSAAL
- TXAKOLINA BODEGA & PINTXOAK
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- VICTORIA CAFÉ

Azpiegiturak

- AQUARIUM AUDITORIUMA
- BASQUE CULINARY CENTER
- GIPUZKOAKO GANBERA
- KURSAAL - KONGRESU JAUREGIA AUDITORIUMA
- OLARAIN
- MIRAMAR JAUREGIA
- REAL SOCIEDAD-REALE ARENA
- FICOPA AZOKA ESPARRUA / FICOPA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA

Ekitaldi, bilera eta pizgarrien antolatzaileak

- CONGRESOS DONOSTI
- DANTZ
- EL CLAVE DE SOL
- LANKOR, CONGRESOS Y EVENTOS
- PRESENCIA BY MA (nazioarteko presentzia)
- TISA

Kultura-, museo- eta aisialdi-baliabideak

- ALBAOLA
- AMAINA
- AQUARIUM DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- ARTEKO
- ARTEUPARTE GALLERY
- BOAT TRIPS SAN SEBASTIAN
- KATXIÑA UPATEGIA
- BRAI KANTAUARI
- CANOPY DONOSTI AVENTURA
- CIUDAD SAN SEBASTIÁN KATAMARANA
- CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EKAIN ARTE LANAK
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- FNAC DONOSTIA
- GALARRETA FRONTOIA
- HEGALAK
- HIPODROMOA

- HIRUZTA UPATEGIA
- INTERMEZZO GESTMUSIC
- IÑIGO MANTEROLA ARTE GALERIA
- KUTXA KULTUR ARTEGUNA
- LA CENTRAL ARTE GALLERY
- LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- LANCE & MALONE
- LUCKIA CASINO KURSAAL
- MONTE IGUELDO
- MOTORASDELAISLA.COM
- CHILLIDA LEKU MUSEOA
- SAN TELMO MUSEOA
- NAVEGAVELA
- DONOSTIAKO ORFEOIA
- ORIBAY TOURS
- OSTARTE SAILING
- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- KUBO-KUTXA ARETOA
- SILVIA & THE SPYGLASS
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

Zerbitzu osagarriak eta komunikaziokoak

- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- AKHON MEDIA PRODUCCIONES
- AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BASQUE MAGAZINE

- BENGEOA AUDIOVISUALES
- BITEZ
- DIGITALAK
- DIMENSION
- DMACROWEB
- EUROSÍNTESIS
- KONTRALUZ
- LARREA FOTOGRAFOS
- POLICLÍNICA GIPUZKOA GRUPO QUIRON SALUD
- SUREUSKADI
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

Turismo zerbitzuak

- AINHOA DOMINGUEZ
- ANA INTXAUSTI
- BEGI BISTAN
- C.D. FORTUNA
- DISCOVER SAN SEBASTIAN
- EL AULA AZUL
- ESTHER POMBO
- EXPERIENCE SAN SEBASTIAN
- GO LOCAL SAN SEBASTIAN
- GURUTZE ORMAZA
- HAY QUE VER
- ITSASMOTO
- JAI ALAI EVENTS

- JUNE YAMAGUCHI
- JUST FOLLOW ME
- KAORI NUMAYAMA
- LACUNZA IH SAN SEBASTIAN
- LEITZARAN – Natura esperientziak
- LOURDES GORRIÑO
- MAREI AZAFATAS
- OH MY WALK!
- PUKAS SURF ESKOLA
- DONOSTIAKO TENIS ELKARTE ERREALA
- SAN SEBASTIAN GUIDES
- SAN SEBASTIAN PINTXOS TOURS
- SURF MAGIC
- TANDEM SAN SEBASTIAN
- VIRGINIA GARCIA

Garraioa

- APAOLAZA AUTOBUSAK
- AIZPURUA AUTOBUSAK
- DAVID AUTOBUSAK
- IPARBUS VIP SERVICES
- NOW
- RENTAL MOTO DONOSTIA
- TALUR LUXURY CARS
- VALLINA BUS-AUTO
- VALLINA TELETAXI

3.4. Balantze ekonomikoa



2024ko diru sarrerak	
Aldundia	90.000,00
Eusko Jaurilaritza	184.000,00
Norberaren baliabideak	376.719,82
Bazkideen ekarpena	206.079,20
Ibilgetu ez-finantzarioko dirulaguntzak eta beste batzuk	185.993,70
Udalaren kapital ekarpena gastu arrunterako	3.092.017,15
Udalaren kapital ekarpena inbertsioetarako	30.952,11
	4.165.761,98
2024ko gastuak	
Langile gastuak	2.226.177,36
Gastu arruntak	1.722.545,95
Inbertsio kapitala	30.952,11
Ibilgetuaren amortizazioa	185.993,70
	4.165.669,12



4. 2024ko jarduerak

4.1. Turismoaren kudeaketa

Turismoa zeharkako industria bat da, gizarteko sektore eta alderdi askorekin du lotura eta eragina; horregatik ari gara turismoaren kudeaketa integrala lantzen, ekosistema turistikoaren, Udaleko eragile publikoen eta herritarren artean koordinatuta.

Helmugaren kudeaketa ezinbestekoa da helmuga turistiko jasangarri, irisgarri, arduratsu, berritzaile eta orekatu bat lortzeko.

Horretarako, lankidetzan ari gara enpresa pribatuekin eta eragile publikoekin (udalekoak nahiz udalez gaindikoak), ezagutzako, berrikuntzako, ingurumen jasangarritasuneko, lehiakortasuneko, prestakuntzako eta abarreko hainbat jarduketara, programa eta proiektu diseinatu, sustatu eta ezartzen.

4.1.1. Jarduera turistikoaren arauketa

Funtsezkoa da turismoa arautzea herritarren askotariko kezak jorratzeko, esaterako, ingurumenaren kontserbazioa, kultur ondarearen babesa, turista fluxuen kudeaketa egokia eta turismoak hirian eta, ondorioz, herritarrengan dituen eragin negatiboen arintzea.

Jarduera turistikoa arautu eta antolatzea funtsezkoa da tarteko eragile guztien interesak babesteko, baliabide natural eta kulturalak zaintzeko eta turismo jasangarri eta arduratsu bat sustatzeko.

Horregatik, Donostia Turismoa lanean hasi da zenbait eremutako arauketa bultzatzeko:

- **Eskaintza turistikoaren arauketa:** Indarreko luzamendua amaitu ondoren, ostatu berrien jarduera lizentziak zer baldintzatan emango diren aztertzea, irekiera berriak mugatu eta zenbait baldintza betetze aldera, esaterako, kokapena, sarbidea, segurtasuna, aparkaleku aukerak eta abar.

- **Taldearen tamainaren arauketa:**

Donostia Turismoak hiriko jarduera turistikoaren garapenaren jarraipen aktiboa egiten du, horrek herritarrengan izan ditzakeen eraginak aztertzeko.

2022an, bisita gidatuek eta taldeek bide publikoan soinua anplifikatzeko sistemak ez erabiltzeko kanpaina bat jarri zen martxan; ondoren, 2023an, zenbait bilera egin ziren Donostia Turismoarekin lotutako zerbitzu turistikoetako enpresekin eta, horiei esker, 2024an talde turistikoaren kide kopurua mugatzen duen araudia ezarri ahal izan da.

Muga hori kontrolatzeko, bide publikoa okupatzeari buruzko ordenantzen gainean egin da lan eta sistema bat garatu da; horren arabera, gidek eta/edo bidaia-agentzia eta -antolatzaileek araudia betetzeko konpromisoa hartzen dutela dioen erantzukizunpeko adierazpen bat sinatu behar dute. Hala, konpromisoa hartuko dute pertsona kopuruaren muga betetzeko, dagokien ordutegian jarduteko eta azalpenak emateko orduan soinua erreproduzitzeko sistemarik ez erabiltzeko.

Araudia ez betetzeak zehapenak ekarriko ditu.

• **Gida turistikoen araudia indartzea, autobus geltokian informazio kanpaina bat eginez:**

Urrian, gida turistikoentzako informazio kanpaina bat egin zen. Bi astez, Donostia Turismoak kontratatutako pertsona batek autobus geltokian zeuden talde turistikoak artatu zituen, udal araudi berria azaldu eta Turismo Gidetarako Dekalogoaz banatzeko. Dekalogo hori kudeaketa

turistikoko funtsezko tresna bat da, eta jardunbide egokiak sustatzen ditu turismo giden artean, eremu publikoekiko eta tokiko herritarrekiko erantzukizuna eta errespetua azpimarratuz.



4.1.2. Jasangarritasun turistikoa

Donostia Turismoak badaki jasangarritasunaren kontzeptuak gero eta garrantzi handiagoa duela jardueren turistikoen.

Jasangarritasuna osatzen duten hiru alderdiak –ekonomikoa, ingurumenekoa eta soziala– dira Donostia Turismoaren eta Helmugako Kudeaketaren sailaren ekintzen ardatz nagusia.

4.1.2.1. Ingurumen jasangarritasuneko jarduerak

Donostia Turismoak hainbat urte daramatza Udaleko Osasun eta Ingurumen Arloarekin koordinatuta lanean, enpresa turistikoetan ingurumen jasangarritasuneko programak bultzatzeko.

2024an, Donostia Green Destination markarekin lanean jarraitu dugu, eta beste lau enpresak lortu dute Europar Batasunaren Etiketa Ekologikoa.

Ekonomia zirkularra

2023an, SEGITTUR erakundearen eskutik, “Sektore Turistikoaren ekonomia zirkularrerako trantsizioa, helmugan bidez enpresa turistikoetan zuzenean aplikatuta” programa jarri zen abian, eta tokiko zenbait enpresak hartu zuten parte horretan. 2024an, udal mailan lanean jarraitu dugu.

Donostia Sustapenaren bidez, tokiko enpresa turistikoek doako zenbait zerbitzu aurkeztu zaizkie, batzuk laguntza ekonomikoaren bidezkoak, turismoaren digitalizaziorako aholkularitzaren eta energia eraginkortasunaren arloetan.

4.1.2.2. Gizarte jasangarritasuneko jarduerak

Erantzukizun sozial korporatiboa

2024an, erantzukizun sozial korporatiboko ekintza bat gauzatu da modu etiko eta jasangarrian lan egiteko, ekosistema turistikoari balioa emateaz gain, fokua zabaldu eta balio hori gizarte osoari ere emateko.



% 2 Juneren Hegoak erakundeari

2024ko ekainetik 2025eko ekainera, Donostia Turismoak saltzen dituen produktu eta jarduera turistikoaren % 2aren kopuru baliokidea emango dio Juneren Hegoak GKEari.

Helburua da hirira datozen bisitariek **inpaktu ekonomiko eta sozial positiboa izatea, turismo sektoretik harago.**

Abenduan, jardueren salmentagatik bildutako sei hilean behingo lehen ordainketa egin zitzaion Juneren Hegoak erakundeari, 3.000 eurokoa.



Itsulapiko solidarioak

Urrian lau itsulapiko solidario banatu genituen elkartutako enpresa batzuen artean, hirian jendetza biltzen duten baliabide batzuetako bilketa handitzeko.

- Donostiako Aquariuma.
- Hotel de Londres y de Inglaterra hotela.
- Hegalak Kirolgunea.
- San Martin Merkatua.



4.1.2.3.

Jasangarritasun ekonomikoko jarduerak

Turismoaren sektorea ekonomikoki errentagarria izateko eta helmugako enpresa turistikoak lehiakorragoak izateko, Donostia Turismoa hainbat programa diseinatu, bultzatu eta ezartzen ari da, bai eta tailerrak, prestakuntzak eta abar antolatzen ere.

Turismoaren Kode Etikoaren Euskadiko Programa

2024an, Basquetourrek eskainitako Turismoaren Kode Etikoaren Euskadiko Programari jarraipena eman diogu. Horren helburua da Euskadiko turismo eragile guztiek eguneroko jardunbidean erantzukizuna eta jasangarritasuna integratzea, errespetua eta elkar ulertzea oinarritzko printzipiotzat hartuta.

UNTWO erakundearen Turismorako Munduko Kode Etikoaren egokitzapen bat da. Funtsezko zortzi printzipiotan egituratzen da:

- Turistak ulertzen eta errespetatzen laguntzea
- Berdintasuna, inklusioa eta aniztasunarekiko tolerantzia
- Jasangarritasuna
- Tokiko tradizioa eta kultura sustatzea
- Gizateriaren kultur ondarea zaintzea
- Bikaintasuna eta profesionaltasuna
- Pertsonen eskubideak errespetatzea
- Sektoreko langileei eta enpresei tratu egokia ematea

Bosgarren urtez jarraian, Donostia Turismoak parte hartzen du eta sektoreko enpresa pribatuen partaidetza kudeatzen du. Zehazki, aurreko hiru denboraldietan parte hartu duten enpresa guztiak berretsi dira (54 enpresa), eta beste enpresa batzuek Kode Etikoko Enpresen Erregistroan alta ematea lortu da (9 enpresa).

Sektoreko lantaldeak

Sektoreko eta sektore anitzeko zenbait jardunaldi egin dira.

Bilerak turismo zerbitzueta enpresek in:

Hiriko bisita gidatuen hazkundera kontrolatzen eta mugatzen saiatzeko. Era berean, oinarriak ezartzen ari gara Donostia Turismoaren bazkide diren zerbitzu turistikoetako enpresek aukera izan dezaten helmugako zenbait baliabidetara doako bisita laburrak egiteko, San Telmo Museotik hasita. 2025ean aplikatzea aurreikusten da.

Proiektu zehatzei buruzko sektore anitzeko bilerak:

- 2024ko udan trafikoa kudeatzeko eta urte bereko abenduan Emisio Gutxiko Eremua martxan jartzeko hartu beharreko neurriak aurkeztu ziren otsailaren 16an. Bilera horretan Donostiako Udaleko Mugikortasun Departamentuak eta Ingurumen Departamentuak hartu zuten parte.
- Donostia Turismoaren Ekintza Plana aurkeztu zen martxoaren 14an, The Social Hub hotelean.

Bi jardunaldiek onarpen handia izan zuten sektorean.



Gizarte legatua

Legatua MICE: biltzar batek hura egiten den komunitatean legatu bat nola utz dezakeen aztertzeko prestakuntza. Martxoaren 6an eta 7an egin zen Barceló Costa Vasca hotelean, Donostia Turismoaren Convention Bureau bulegoak antolatuta.

Jardunaldia	Tokia	Data	Bertaratutak		Balorazioa
			Enpresak	Pertsonak	
Legatua MICE	Barceló Costa Vasca Hotela	2024/3/6-7	9	54	8,35

Prestakuntza tailerrak

Tailerrei dagokienez, zenbait prestakuntza egin dira behe denboraldian, sektorearen parte hartzea ziurtatzeko.

Sektore turistikoa jakinarazitako eta/edo Donostia Turismoak detektatutako premien araberrako tailerrak eman dira:

- **Adimen Artifizialari buruzko prestakuntza, turismo sektorearentzat:**
Antzeko bi jardunaldi egin ziren abenduaren 3an eta 5ean.



Argazkia: AARI buruzko prestakuntza turismo sektorearentzat, Silken Amara Plaza hotelean (24/5/3)

Jardunaldia	Tokia	Data	Bertaratutak		Balorazioa
			Enpresak	Pertsonak	
Adimen Artifiziala turis- moan	Silken Amara Plaza Hotela	2024/12/3-5	28	32	9,3

4.1.3.
Helmuga hobetzeko
jarduerak

Donostia Turismoa zenbait hobekuntza egiten ari da helmugan, mugikortasunarekin, seinaleztapenarekin, irisgarritasunarekin eta abarrekin lotuta, eta Udaleko beste departamentu eta erakunde publiko batzuekin koordinatzen ari gara, hobekuntzak ezartzeko.

Helmuga turistikoa adimenduna
(HTA)

Donostiak SEGITTUR erakundearen (Turismo Berrikuntza eta Teknologia Kudeatzeko Estatuko Merkataritza Sozietatea) Helmuga Turistiko Adimendunaren (HTA) sistema berriarekiko konpromisoa berritu du, ebaluazio berri bat egin eta eskatutako baldintzen % 84 betetzen duela egiaztatuta ondoren.

Donostiak HTA ereduaren ezarpenaren arloan bikaintasun handieneko helmugan artean jarraitzen du; hain zuzen, garapen turistikoa abangoardian dago, eta gobernantzan, irisgarritasunean, berrikuntzan eta teknologian oinarritutako etorkizuneko estrategia du ardatz.

Mugikortasuna hobetzeko
jarduerak

Disuasio aparkaleku bat
ezartzea Igaran

Donostiako Udaleko Mugikortasun departamentuarekin egindako lanaren ondoren, disuasio aparkaleku bat ezarri zen Igaran bisitarientzat.

Donostia Turismoak aparkalekuko *in situ* seinaleetan (kokapen mapa) eta webguneko informazioan egin du lan, bisitariak aparkaleku hau alde zuzenetik ezagutu dezaten.

4.1.4. Gobernantza

4.1.4.1. Sektore pribatua

Elkartutako enpresekiko harremanaren kudeaketa

Donostia Turismoak harreman estua du erakundearekin elkartutako tokiko turismo enpresekin.

2024an, norabide biko eta askotariko 80 elkarrekintza izan ditu Donostia Turismoak, bere enpresa elkartuekin.

Sektoreko zenbait bilera egin ditu Zerbitzu Turistikoaren sektorearekin, bai eta sektore anitzeko beste bilera batzuk ere, Donostia Turismoaren 2024ko Ekintza Plana aurkezteko, eta udan eta Emisio Gutxiko Eremua ezartzen denean (2024ko abendua) hirian ibilgailu pribatuan mugitzeko egongo diren berritasunak eta sistematika aurkezteko.

Bazkideen sistema berrikustea

2024an, erakundearekin elkartutako enpresen sistemari buruz hausnartzen jarraitu dugu; hala, enpresa elkartuari eskaintzen zaizkion zerbitzuak berrikusi dira, aztertu da ea haien premiei erantzuten dieten, ordaintzen diren kuotak egokiak diren, azpisektoreen araberrako antolaketa ondo dagoen eta abar. Halaber, indarrean dagoen Plan Zuzentzaileak ezarritako estrategiarekin bat datorren aztertu da.

4.1.4.2. Sektore publikoa

Udal maila

Donostia Turismoa zenbait udal departamentu eta erakunderekin erlazionatzen eta koordinatzen da, herritarren bizitza eta bisitarien esperientzia hobetuko duten programa eta proiektu estrategikoak bultzatzeko.

Udalaz gaindiko maila

Era berean, Donostia Turismoa lurraldeko zenbait erakunde publikorekin erlazionatzen eta koordinatzen da, sinergiak lerrokatu eta aprobetxatzeko, helmuga kudeatzearen arloan, eremu turistikoa zabaltzean, deszentralizazioan eta turismo sustapenean.

4.1.5. Behatokia

2024an, Donostiako Udalaren Hiriaren Behatokiaren esparruko Behatoki Turistikoa garatzeko lanean jarraitu dugu, Udaleko Lehendakaritza arloarekin lankidetzan.

Aldi berean, eta enpresa turistikoa elkartuentzako Behatokiaren bertsioa garatu artean, enpresa elkartuei datu estatistiko garrantzitsuenak eta horien ondorioak helarazten jarraitu dugu, Donostia Turismoaren webguneko bazkideen gunearen bitartez.



4.1.6.

MICE turismoko ekitaldien azterketa

MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) izenaz sailkatzen dira negozio bileretara, biltzarretara, konbentzioetara, azoketara eta pizgarri bidaletara joateko jarduerak eta arrazoi profesionalekin antolatutako beste edozein ekitaldik eragindako bidaia guztiak.

Spain Convention Bureau (SCB) erakundeak MICE ekitaldi mota hauek definitzen ditu

1. Biltzarra: joera publikoa dute eta ez daude negoziara bideratuta. Aurrez ezarritako gai bati buruzko bilerak dira, gutxienez 2 egunekoak, eta gairik ohikoenak medikuntzakoak eta osasunekoak, zientifikoak, teknologikoak eta abar dira.

2. Konbentzioak: negoziara bideratutako bilera korporatiboak dira, enpresa pribatuak, enpresa taldeak eta abarrek antolatuak; hau da, joera pribatua dute. Gutxienez 2 egun irauten dute.

3. Jardunaldi eta mintegiak: bilera espezializatu eta teknikoak dira, gai jakin batean sakontzeko xedea dutenak. Gutxienez 6 ordu irauten dute.

4. Pizgarri bidaia: honelako ekitaldiek enpresa bateko langileak motibatu edo saritzea dute xede. Aisialdiko eta talde laneko jarduerak egiten dira.



Ekitaldia	Antolatzailea	Egunak	Ostatu gauak	Zenbat ordezkar
Biltzarra	Joera publikoa	> = 2	> = 1	> = 50
Konbentzioa	Joera pribatua	> = 2	> = 1	> = 50
Lanaldia	Joera publikoa eta/edo pribatua	> = 6 ordu (egun batean)	Gutxienezkorik ez	> = 50

Goian definitu diren ekitaldi profesionalez gain, urtero, kultur eta kirol ekitaldi eta aurkezpen asko egiten dira Donostian. DSS Turismoko Convention Bureau bulegoak horiek ere erregistratzen ditu, baina ez ditu zenbatzen estatistikan, helburu nagusiki profesional batez datozen profesional eta bisitarien profilak erakartzen baitituzte.

Donostiaren posizionamendua MICE turismoan

2024an, esan daiteke Donostiak MICE sektorean aurrez izandako jardura berreskuratu duela, pandemia aurretik (2019an) erregistratutako zifra errekorretara iritsi baita; hala, hiriaren posizionamendua finkatu da, hala Estatuan nola nazioartean.

International Congress and Convention Association (ICCA) erakundeak 2023an egindako sailkapenari jarraikiz, Donostia erreferentziatzeko helmuga gisa finkatu da bilera profesionalen sektorean (MICE); hain zuzen ere, 7. postuan dago Estatuan, 85. postuan Europan eta 150. postuan mundu mailan, zenbatutako 332 helmugen artean. Hirian, ICCAren irizpideak betetzen zituzten 15 nazioarteko bilera egin ziren: gutxienez hiru herrialdetan txandakatzen diren eta 50 parte hartzaile edo gehiago dituzten ekitaldiak. 2024ko datuak 2025eko maiatzean argitaratuko dira.

Donostia handiagoak diren eta azpiegitura handiagoak dituzten hiriekin lehiatu daitekeenez, MICE sektorean duen posizioa finkatu du.

Iturria: ICCA (www.iccaworld.org).

→ **2024an jasotako ekitaldien % 43 zientifikoak eta teknologikoak dira (helmugaren estrategiarekin lerrokatuta)**

4.2. MICE turismoa

DSS Turismoa MICE eremuko zenbait ildotan ari da lanean, helburu hauekin:

1 Lidergoa lortzea Donostiako MICEan, sektorean parte hartzen duten eragile guztientzat (sustatzaileak, antolatzaileak eta zerbitzu hornitzaileak) erreferenteak izatea.

2 Lankidetzan aritzea beste erakunde batzuekin, esaterako, Gipuzkoako Foru Aldundiarekin eta Eusko Jaurlaritzarekin, lankidetzako eta MICE turismoari laguntzeko esparruak sortzeko, helmugaren eta lurraldearen lehiakortasuna hobetu eta, hala, Donostiaren posizionamendua indartze aldera, tokian-tokian, Estatuan eta nazioartean.

3 Donostiako eta Gipuzkoako eragile publiko-pribatuarekin sarean lan egitea.

4 Tokiko MICE sektoreko hornitzaileak bildu eta tokiko I+G komunitatearen zerbitzura jartzea, haien jarduerari ikusgarritasuna emateko eta Donostia ezagutzaren, berrikuntzaren eta garapenaren erreferentziatzeko helmuga gisa posizionatzeko.

5 Donostiako sektore estrategikoekin lerrokatuta dauden ekitaldi profesionalak erakarri eta babestea, ezagutza zabaltzeko eta trukatzeko eta ikerketa, berrikuntza eta tokiko ekimenak bultzatzeko.

6 Ekitaldiekin lotutako legatua sortzen laguntzea.

7 MICE turismoak helmugaren garapen ekonomiko, sozial eta kulturean duen garrantzia nabarmentzea.

MICE turismoaren arloan, Donostiaren zenbait ezaugarriak pizgarri bidaietarako helmuga ezin hobe bihurtzen dute. Hiriaren edertasun paregabeak, gastronomiak, historia aberatsak, bertako kulturak eta naturak taldean gozatzeko primerako agertoki bihurtzen dute.

Bestalde, hirian zientziaren eta berrikuntzaren arloan egiten den inbertsio handiak ekitaldi profesionalak erakartzen ditu helmugara, baita talentua ere. Horri guztiari esker, Donostia munduko hiri zientifiko nagusietako bat da.

Donostia, ZIENTZIAREN eta IKERKETAREN hiria

2024ko Zientziaren eta Berrikuntzaren Hiria
Zientziaren, Berrikuntzaren eta Unibertsitateen Ministerioa

Enplegatuen % 2,3 I+G Garapeneko eta I+G motako

Enpresetan ari da lanean: BPGaren % 3,7
(% 1,44 Espainian / % 2,1 batezbestekoa Europan)

ARLO ZIENTIFIKO NAGUSIAK ETA BIKAINTRASUN ZENTROAK

- **BIOZIENTZIA:** Viralgen, Biotech Foods, ViveBiotech, BCBL
- **NANOZIENTZIA:** CICNanoGUNE
- **MATERIAL AURRERATUAK:** CICbiomaGUNE, CFM
- **MUGIKORTASUN ADIMENDUNA:** Mubil, Cidetec, Tecnalia, Vicomtech
- **ADIMEN ARTIFIZIALA:** MIT City Science Lab
- **QUANTUM TEKNOLOGIAK:** IBM Quantum Center (*IBMren superordenagailu quantumarekin, 6.a mundu mailan*), DIPC, Multiverse Computing

BILERA PROFESIONALETARAKO helmuga

SAN SEBASTIÁN CONVENTION BUREAU 1988tik

- Bileren sektoreko elkarte profesionaletako kidea:
- ICCA-International Congress and Convention Association
 - SCB-Spain Convention Bureau
 - CityDNA-City Destinations Alliance

HELMUGA LIDERRA ESPAINIAN:

7. helmuga da Espainian, nazioarteko biltzarrak erakartzeko duen gaitasunagatik (ICCA)

NAZIOARTEAN:

2024an egindako biltzarren % 50 nazioartekoak izan ziren

HORNITZAILE PROFESIONALEN SAREA:

- 29 azpiegitura ditu prestatuta bilerak egiteko
- 2.100 logela 4 izarreko hoteletan
- OPC eta DMC motako 17 agentzia



Biltzarrak

Jakintza arlo nagusiak zientziaren eta medikuntzaren sektorean pilatzen dira, nanoteknologian eta arlo biosanitarioan espezializatuta. Sektore horietako profesionalak nazioartean erreferenteak ziren zenbait erakundetakoak dira: DIPC (Donostia International Physics Center), BCBL (Basque Centre on Cognition, Brain and Language), CFM (Materialen Fisikaren Zentroa), Polymat (Basque Center for Macromolecular Design and Engineering), CICbiomaGUNE (Biomaterialen Ikerketa Kooperatiborako Zentroa), CICnanoGUNE, CEIT, AZTI, Tecnalia, Cidetec, Donostia Unibertsitate Ospitalea, Biodonostia, UPV/EHUren barruko Donostiako fakultateak, Nafarroako Unibertsitatea (Tecnun) eta Mondragon Unibertsitatea, besteak beste.

Lan ildoetako bat Donostian egin daitezkeen ekitaldi profesionalak bilatu eta aztertzea da. Beraz, tokiko profesionalekin harremanetan dago, ekitaldi horietan sustatzaile lanetan aritu daitezen eta, hala, beren lanbiderako garrantzitsuak diren ekitaldi profesionalak erakar ditzaten. Ekitaldiok garrantzitsuak dira; izan ere, ezagutza trukatzeko eta Donostia bilkura

profesionalen helmuga gisa posizionatzea lortzen dute. Ildo horretan, helmugan sortutako ezagutza guztia ekitaldietan aurkezten da, horietan biltzen eta ikusarazten baita ezagutza, eta bultzatzen baita berrikuntza.

DSS Turismoko enpresa elkartuak funtsezkoak dira ekitaldiak antolatzeke orduan profesionaltasun handia bermatzeko. Biltzarretan prestatuta dauden azpiegitura eta hotelak behar dira, baita kualifikatutako profesionalak ere balio kate osoan, besteak beste, OPC agentzietan, DMCetan, catering zerbitzuetan, garraioan eta, oro har, zerbitzu guztietan.

Konbentzioak

Convention Bureau bulegoaren lana da, halaber, ekitaldi korporatiboak edo konbentzioak erakartzea. Egia da biltzarrak erakartzeko egiten den lan ildoaren antzekoa dutela, baina desberdintasun handi batekin: konbentzioen sustatzaileak ez dira elkarteak, enpresa pribatuak baizik, eta beren marketin- eta komunikazio-sailen edo azpikontratutako ekitaldi agentzien bidez, lehiaketak egiten dituzte helmuguen artean, negozioei balio erantsia emango dien helmuga batean antolatzeko beren enpresa ekitaldiak.

Halako ekitaldietan, DSS Turismoko enpresa elkartuak ere garrantzitsuak izaten dira, profesionaltasuna bermatzen baitute proposamen bereziak eta konbentzioaren antolaketarekin lotutako tokiko zerbitzu ugari behar izaten dituzten ekitaldi korporatiboak arrakastaz gauzatzeko orduan.

Pizgarriak

Pizgarri taldeetan ere beste lan ildo bat aurkitzen dugu. Halakoetan, enpresa pribatuek nazioarteko, Estatuko edo tokiko DMC agentzia bat kontratatzen dute, helmugan jarduera programa oso bat egiteko. Programa horiek gauzatzeko, tokiko enpresa askok parte hartu behar dute.

Donostiak baditu nortasuna eta edertasuna eta, horregatik, eta interes handia pizten du halako taldeen artean, azokak eta tailerrak egiteko.



4.2.1.1. Biltzarrak,
konbentzioak eta
jardunaldiak

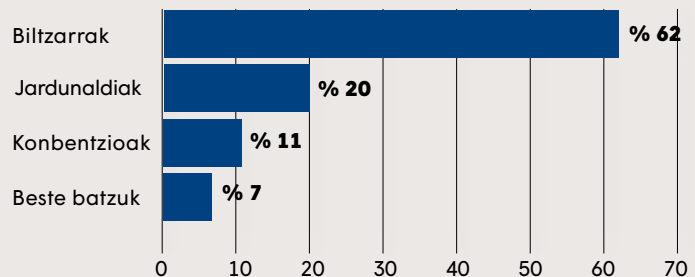
Ekitaldi mota	Modalitatea	Ekitaldi kop.	Aurrez aurreko parte hartzaileak	Parte hartzaile birtualak
Biltzarrak	Aurrez aurreko biltzarrak	109	28.875	-
	Biltzar hibridoak	7	1.145	346
BILTZARRAK GUZTIRA		116	30.020	346
Konbentzioak	Aurrez aurreko konbentzioak	21	1.783	-
KONBENTZIOAK GUZTIRA		21	1.783	
Jardunaldiak	Aurrez aurreko jardunaldiak	35	10.509	-
	Jardunaldi hibridoak	2	270	100
JARDUNALDIAK GUZTIRA		37	10.779	100
Beste ekitaldi batzuk	Kultur ekitaldiak	4	200.537	-
	Kirol ekitaldiak	5	15.010	-
	Aurkezpenak	2	260	-
	Beste batzuk	3	525	-
BESTE EKITALDI BATZUK GUZTIRA		14	216.332	446
2024KO EKITALDIAK GUZTIRA		188	258.914	892



Tipologia

Aurreko urteetan bezala, erregistratutako ekitaldien erdia baino gehiago biltzarrak dira, zehazki, % 62.

Ekitaldiak tipologiaren arabera

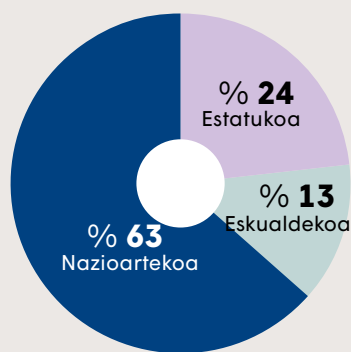


Eremua

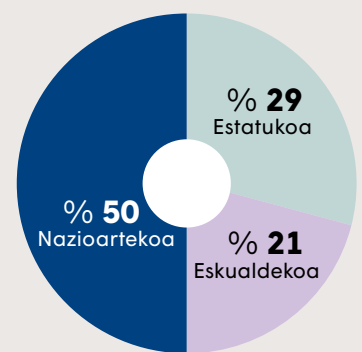
Erregistratutako 188 ekitaldietatik % 50 nazioartekoak dira.

Zenbaketa horretan ez dira kontuan hartzen **2.3.2 puntuan aparteko atal batean** jasotako azokak.

2023



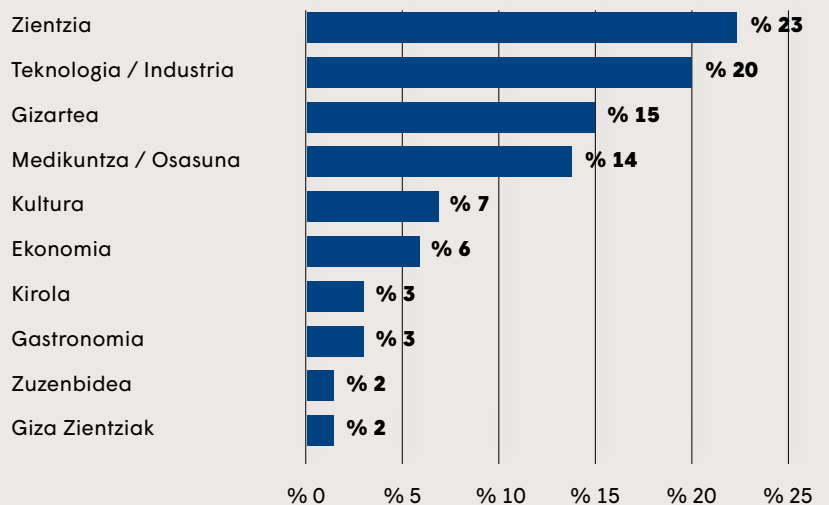
2024



Gaiak

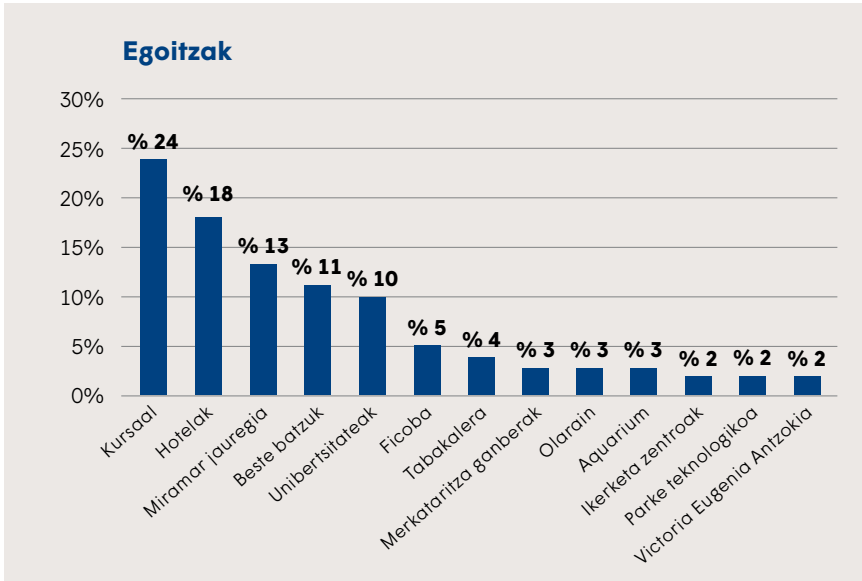
2024an egindako ekitaldien gai nagusiak zientzia, teknologia/industria, medikuntza/osasuna eta gizartea izan dira. Gaiok bat datoz Donostiaren posizionamendu onarekin eta espezializazioarekin. Hirian badira eremu horretan talentua sustatzeko tokiko erakunde asko, espezializazio handiko ekitaldiak erakartzeko gai direnak.

Ekitaldietako gaiak



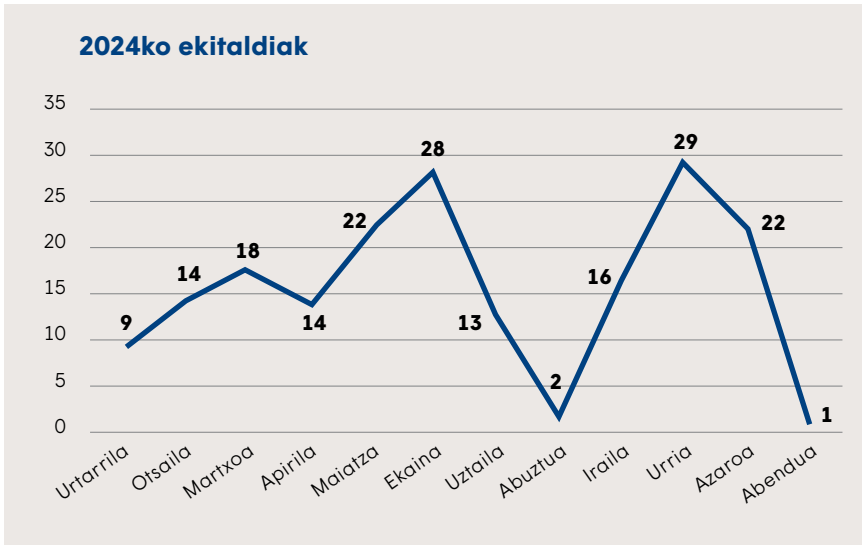
Egoitza

Convention Bureau bulegoak erregistratutako ekitaldien artean, nabarmentzekoak dira Kursaal Kongresu Jauregia (% 24), hotelak (% 18), Miramar Jauregia (% 13) eta Unibertsitateak (% 10).



Banaketa urtean zehar

2024an, maiatza-ekaina eta urria-azaroa aldietako eta martxoko jarduera nabarmentzen da. Udako Ikastaroen ondoriozkoa da, nagusiki, ekaineko jarduera.



4.2.1.2. Azokak

2024		
	Nº	Parte hartzaile kop.
Azokak	24	81.483

4.2.1.3. Pizgarriak

2024an, guztira 58 eskaera erregistratu ziren pizgarri bidaietarako, eta horietatik 46 nazioarteko ekimenetakoak ziren. Eskaera horietan hala 2024rako nola 2025erako programatutako ekitaldiak proposatzen ziren.

Convention Bureau bulegoaren erregistroen arabera, 2024an 40 pizgarri bidaia egin ziren hirian. Nolanahi ere, benetako zifra handiagoa izan daiteke.

Egindako pizgarriak

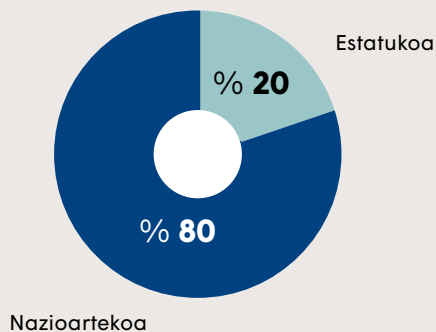
	2023	2024
Pizgarriak	30	30
Pertsona kop.	2.051	2.304

Pizgarrien eremua

	2023	2024
Nazioartekoa	28	32
Estatukoa	2	8

Aipagarria da bertaratutakoen erdiak Frantziatik datozela; hala, Donostiara egiten diren pizgarri bidaien merkatu nagusi gisa finkatu da Frantzia. Bigarren merkatua Estatu Batuetakoa da, garrantzi handia baitu segmentu horretan.

Eremua



4.2.2. Ekitaldi profesionalak erakartzea

Donostia ekitaldi profesionalen (biltzarrak eta konbentzioak) egoitza izateko urte osoan aurkeztu diren hautagaitzen jarraipena egiten da.



CRM

Tresna honek aukera ematen du Donostiak bilkura profesionalen sektorean (MICE) duen jardueraren kontrola eta jarraipena egiteko eta, aldi berean, ekitaldi profesionalak erakartzen laguntzen du.

CRM-an datuak etengabe sartu direnez, datu base handi bat dago, MICE turismoaren barruan nolabait parte hartu duten, parte hartzen duten edo parte har dezaketen 4.300 erakunde baino gehiagoren kontaktuarekin.

Tresna hau etengabe hobetzen eta eboluzionatzen ari denez, gaur egun, eragina duen lau lan esparruek sortzen duten informazioa gurutzatu daiteke; hauek dira lau esparruak: hiriko hautagaitzak prestatzeko lana, baieztatutako kongresuen jarraipena, pizgarri eskaeren jarraipena eta Estatuko eta nazioarteko merkataritza sustatzeko ekintzen jarraipena.

Hobekuntza horiei guztiei esker, ekitaldi profesional baten prozesuaren denbora lerro oso bat lor daiteke, hura erakarri eta haren potentziala eta betekizunak aztertzen direnetik Donostian egiten den arte. Gaur egun, lan ildo berri bat ezartzeko lanean ari gara: ekitaldi profesionalak hirian uzten duten legatuaren jarraipena, hain zuzen.

Ekitaldi profesionalak erakartzea



Honako hauen kontaktuak bilatu, identifikatu, aztertu eta erregistratzea:

Donostiarentzako interes estrategikoa duten ekitaldi profesionalak erakar ditzaketen

MICE sektoreko elkarteak, erakunde sustatzaileak eta agenteak, tokian-tokian, eskualdean, Estatuan eta nazioartean.

1.705

elkarte
profesional

sozietatea, federazioa, elkargoa,
kooperatiba, fundazioa, etab.

1.296

erakunde
sustatzaile

unibertsitatea eta prestakutza
zentroa, ikerketa- eta osasun-
zentroa, erakunde publikoa,
enpresa pribatua, etab.

1.395

agentzia

OPC, DMC,
ekitaldien agentzia,
komunikazioa
eta harreman publikoak.

Aurkeztutako hautagaitzak

2024an 19 hautagaitza aurkeztu dira;
horietatik 6 Donostian egingo direla baieztatu
da dagoeneko, eta beste 6 erabakitzeko
daude.

2023an 5 biltzar baieztatu ziren eta 2022an,
berriz, 10.

2024an aurkeztutako hautagaitzak	Ekitaldiaren urtea	Ekitaldiaren datak	Egoera	Parte hartzaileak
PANGBORN SYMPOSIUM	2029	/	Galdua	1200
BIZKARREZURRAREN ESPAINIAKO ELKARTEAREN NAZIOARTEKO BILTZARRA (GEER)	2028	05-31 / 06-02	Azterketa fasean	500
ERRADIOLOGIA MEDIKOKO ESPAINIAKO ELKARTEAREN NAZIOARTEKO BILTZARRA (SERAM)	2028	05-24 / 05-27	Azterketa fasean	1500
PRESIO ULTZEREN ETA ZAURI KRONIKOEN INGURUKO SINPOSIO NAZIONALA (GNEAUPP)	2027	05-19 / 05-21	Galdua	1000
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON POLYMER ELECTROLYTES (ISPE)	2026	06-07 / 06-12	Irabazia	150
CELL SYMPOSIA: MULTIFACETED MITOCHONDRIA - CMIT 2026	2026	05-10 / 05-12	Azterketa fasean	350
PEDIATRIAKO BILTZAR NAZIONALA (AEP)	2026	06-11 / 06-13	Irabazia	2000
LARRIALDIETAKO MEDIKUNTZAREN ESPAINIAKO ELKARTEAREN BILTZAR NAZIONALA (SEMES)	2026	06-03 / 06-05	Irabazia	3000
EUROPEAN ADHESIVE & SEALANT CONFERENCE AND EXPO - FEICA	2025	09-10 / 09-12	Irabazia	600
FRANTZIAR OPTIKA ENPRESEN KONBENTZIOA (Ag. Events&Co)	2025	05-25 / 05-27	Galdua	450
EUROPEAN DUAL HIGHER EDUCATION CONFERENCE-	2025	04-01 / 04-02	Irabazia	250
HELMUGA TURISTIKO ADIMENDUNEN SAREAREN KUDEATZAILEEN URTEKO TOPAKETA - DTI Sarea	2025	/	Galdua	
GRAPHENE CONFERENCE	2025	07-24 / 07-27	Irabazia	650
VALLEE SCHOLARS MEETING	2025	/	Azterketa fasean	200
EUROPEAN WEEK FOR WASTE REDUCTION AWARD CEREMONY (EWW/R)	2025	06-16 / 06-20	Azterketa fasean	400
FRANTZIAR ENPRESEN KONBENTZIOA (Ag. Scape Groupe)	2025	05-23 / 05-23	Galdua	500
GAMING LAUNCH	2024	09-11 / 09-15	Galdua	900
KONBENTZIOA (Ag. Map Advertising)	2024	10-10 / 10-11	Azterketa fasean	100
VITUR TOURISM SOLUTIONS FORO-BILTZARRA	2024	10-10 / 10-11	Galdua	80

Irabazitako hautagaitzen
ondoriozko ekitaldiak

2024an, aurreko urteetan Donostiak aurkeztu eta, azkenean, irabazitako hautagaitzen ondoriozko 10 biltzar egin dira.

2023an 12 izan ziren eta 2022an, 14.

Hautagaitzen ondorioz 2024an egindako biltzarrak	Hasiera data	Amaiera data	Parte hartzaileak	Parte hartzaile birtualak
NOMAD RAID	2024/02/18	2024/02/18	220	
BIZIALDI OSOKO ORIENTAZIOARI BURUZKO BILTZARRA (AEOP)	2024/02/22	2024/02/23	160	72
PELBIS ZORUAREN XI. KONGRESU NAZIONALA - SEGO	2024/04/25	2024/04/27	600	
BIOEQUITY EUROPE	2024/05/12	2024/05/14	1100	
IMMERSIVE CYTOPATHOLOGY EXPERIENCE (ICE)	2024/05/21	2024/05/25	75	
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	2024/05/29	2024/05/30	550	
EUROPEAN SOUTH ATLANTIC BIOPHYSICS CONGRESS (ESAB)	2024/06/05	2024/06/07	300	
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON LASER PRECISION MICROFABRICATION (LPM)	2024/06/11	2024/06/14	300	
MANAGEMENT MEETING MAXAM	2024/07/10	2024/07/12	75	
PSIKIATRIAKO ETA OSASUN MENTALEKO XXVII. BILTZAR NAZIONALA (SEPSM)	2024/10/17	2024/10/19	1700	

Edizio anitzeko biltzarrak

2024an, Donostia zenbait ediziotako egoitza izan duten 11 biltzar egin dira. Ekitaldi horietako lau hiriak aurkeztu eta ondoren irabazitako hautagaitzetatik datoz.

2023an ere horrelako 11 biltzar egin ziren.

Edizio anitzeko biltzarrak	Donostian egindako edizio kop.	Aurreko hautagaitza
DFERIA - ARTE ESZENIKOAK - NEGOZIO FOROA	31	
DIA C - SORMEN LEHIAKETA ETA SORTZAILE ETA IRAGARLEEN ARTEKO TOPAKETA	7	X
SOL-SKYMAG - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS	9	X
MEDICAL LASER CONGRESS TOP100+	9	
SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA	26	X
UHINAK - KLIMA ALDAKETARI ETA ITSASERTZARI BURUZKO MUGAZ GAINDIKO VI. KONGRESUA	7	
OSASUN DIGITALAREN KONGRESUA	11	
AZTI SUMMER SCHOOL - GES4SEAS	21	
ZINEMALDIA - ZINEMAREN NAZIOARTEKO JAIALDIA - INDUSTRIAREN TOPAKETA	72	
TV RISE Advertising Leadership Forum	6	X
Brainhack Donostia	5	

Hautagaitzen babesa

Ekitaldi profesionalak hala hirian nola sektore estrategikoen eta gure gizartearen bilakaeran duten garrantziagatik, Donostia Turismoak laguntza instituzionala ematen die hautagaitza fasean betekizun jakin batzuk betetzen dituzten eta Donostia egoitza posibletzat duten ekitaldiei.

2024an, DSS Turismoak zenbait hitzarmen sinatu zituen, batzuk Gipuzkoako Foru Aldundiarekin lankidetzan, eta beste batzuk Kursaal Kongresu Jauregiarekin, 9 ekitaldiri babesa emateko. Ekitaldiotako bik 1.000 parte hartzailetik gora izan zituzten, beste bik 500 eta 1.000 parte hartzaile artean, eta bostek 50 eta 500 parte hartzaile artean. 2023an 8 hitzarmen sinatu ziren.

Aldi berean, jasangarritasuneko eta ingurumenarekiko errespetuko irizpideak aintzat hartuta, eta paperez egindako material turistikoaren erabilera murrizte aldera, turismo informazioa emateko gune baten zerbitzua eman du 200 ordezkari baino gehiagoko biltzarretan.

Zerbitzu horrekin, stand bat jartzen da biltzarren egoitzan, arreta pertsonalizatua eman eta biltzarkideen galderei erantzuteko. Stand horietan informazio turistikoko paperezko liburuxken ale kopuru mugatu bat egoten da, ordezkariak beren kontsultak egin ditzaten:

Informazio gunea izan duten biltzarrak	Ordezkari kop.
PSIKIATRIAKO ETA OSASUN MENTALEKO XXVII. BILTZAR NAZIONALA (SEPSM)	1.700
BIOEQUITY EUROPE	1.100
INTERNATIONAL WATER ASSOCIATION WATER LOSS CONFERENCE (IWA)	600
PELBIS ZORUAREN XI. KONGRESU NAZIONALA (SEGO)	600
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	550
INTERNATIONAL QUANTUM MATTER CONFERENCE (QUANTUMatter)	500
UNIBERTSITATEEI ETA HEZKUNTZA INKLUSIBOARI BURUZKO NAZIOARTEKO XIX. KONGRESUA ETA XXXIV. JARDUNALDIK	400



Ingurumenarekiko errespetuaren ildo beretik, eta aintzat hartuta Donostiaren ezaugarriak, politika bat sustatzen da: ekitaldien antolatzaileak eta ordezkariak hirigunearen barneko joan-etorriak oinez edo, osterantzean, hiriko garraio publikoaren bidez egitera animatzen ditugu.

Horrela, hiri erdigunean garraio pribatuaren joan-etorriak murrizten laguntzen da.

Gainera, bitartekari lanak egiten ditugu erakundeen presentzia kudeatzeko hala eskatzen duten ekitaldietan, eta erakundeen babeseko gutunak entregatzen dizkiegu hala behar duten ekitaldi profesionalen sustatzaileei.

Babestutako biltzarrak	Ordezkarikop.	Laguntza mota
BIZIALDI OSOKO ORIENTAZIOARI BURUZKO BILTZARRA (AEOP)	160	Hitzarmena + erakundeen presentzia
UNIBERTSITATEEI ETA HEZKUNTZA INKLUSIBOARI BURUZKO NAZIOARTEKO XIX. KONGRESUA ETA XXXIV. JARDUNALDIAK	400	Hitzarmena + erakundeen presentzia + liburuxka turistikoak
21. DIA C - SORMEN LEHIAKETA ETA SORTZAILE ETA IRAGARLEEN ARTEKO TOPAKETA	2.120	Hitzarmena
INTERNATIONAL WATER ASSOCIATION WATER LOSS CONFERENCE (IWA)	600	Hitzarmena + liburuxka turistikoak
PELBIS ZORUAREN XI. KONGRESU NAZIONALA - SEGO	600	Hitzarmena + erakundeen presentzia
48th PHARMACEUTICAL SOCIETY OF AUSTRALIA OFFSHORE CONFERENCE 2024 - PSA	220	Garraiorako laguntza + erakundeen presentzia
TRAVEL BLOGGER EXCHANGE EUROPE (TBEX)	550	Hitzarmena
EUROPEAN SOUTH ATLANTIC BIOPHYSICS CONGRESS (ESAB)	300	Hitzarmena + erakundeen presentzia + liburuxka turistikoak
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON LASER PRECISION MICROFABRICATION (LPM)	300	Hitzarmena + liburuxka turistikoak
SOL-SKYMAG 2024 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS	55	Hitzarmena
FISIKAREN ESPAINIAKO ERREGE ELKARTEAREN BI URTEZ BEHINGO BILERA (RSEF)	350	Hitzarmena + liburuxka turistikoak
IEEE/LEOS OPTICAL MEMS AND NANOPHOTONICS - OMN	105	Hitzarmena + garraiorako laguntza + liburuxka turistikoak
SPORTJAM SURFTEST	20.000	Hitzarmena
TV RISE CTV Advertising Leadership Forum	50	Hitzarmena
PSIKIATRIAKO ETA OSASUN MENTALEKO XXVII. BILTZAR NAZIONALA (SEPSM)	1.700	Hitzarmena + liburuxka turistikoak
OPCE TRAINING DAY	70	Hitzarmena
IS A CIRCULAR ECONOMY FOR PLASTICS POSSIBLE?	90	Liburuxka turistikoak
PARTICIPACTION - ERASMUS+ gazteen topaketak	80	Liburuxka turistikoak
COHORTE EPIC BILERA ZIENTIFIKOA	40	Liburuxka turistikoak

4.2.3. Pizgarriak erakartzea

Ekitaldi profesionalak erakartzeko, Convention Bureau bulegoak pizgarri taldeak ere jorratzen ditu. Izan ere, CRMak atal berezi bat dauka, Donostian pizgarri taldeak antolatzeko interesa duten eragileen eskaerak erregistratu eta horien jarraipena egiteko.

Pizgarri taldeen sustatzaileak bestelako ekitaldi profesionalen (konbentzioak, aurkezpenak, biltzarrak, jardunaldiak, sinposioak, etab.) antolatzaileak izan daitezke. Halakoak hauteman eta erantzun egokia emateko, haien datuak erregistratu eta CRMn beste ekitaldi mota batzuekin gurutzatzen dira. Pizgarri taldeak, funtsean, sustapeneko ekitaldietan erakartzen dira, esaterako, Convention Bureau bulegoak parte hartzen duen azoka eta tailerretan (ikus 4.2.4 Azokak eta tailerrak atala).

Merkataritzako ekintza horietan lortutako informazioa CRMn erregistratzen da, DSS Turismoarekin lotutako DMC agentziek ematen digutenarekin batera. Lehenago memoria honetako Pizgarriak (2.3.3) atalean azaldu den moduan, 2024an 40 pizgarri erregistratu ziren, eta 2023an, berri, 30. Erregistratutako pizgarri gehienak, 40tik 32, nazioartekoak dira. Urte osoan zehar egin dira: 4 urtarrian, 4 otsailan, 6 apirilean, 3 maiatzan, 6 ekainean, 7 irailean, 7 urrian, 2 azaroan eta 1 abenduan.

Pizgarri gehienak 10 eta 50 parte hartzaile inguruko taldeenak izan dira.

4.2.4. Sustapeneko eta merkaturatzeko ekintzak

Azokak eta tailerrak:

2024an, erakunde pribatuek antolatutako guztira 11 sustapen ekintzatan parte hartu dugu.

Datak	Azokak/Tailerrak
Otsailak 1-3	BILBAO BUSINESS MEETING (Bilbo)
Otsailak 8	EVENT SUMMIT (Utrecht)
Otsailak 12-16	ROAD SHOW ERRESUMA BATUA (Manchester eta Leeds)
Apirilak 7-9	EVENTS CLUB ASSOCIATIONS FORUM (Valentzia)
Maiatzak 14-16	IMEX AZOKA (Frankfurt)
Maiatzak 19-20	THE MEETINGS SHOW (Londres)
Irailak 16-18	MEXIKOKO MERKATUAREN ELKARREKIKO JARDUNALDIK (León)
Urriak 8-10	IMEX AZOKA (Las Vegas)
Urriak 14-16	MCE SOUTH EUROPE (Palma Mallorcakoa)
Azaroak 10-12	IBTM World (Bartzelona)

BILBAO BUSINESS MEETING (Bilbo)

Frantziako MEET & COM enpresak antolatu du ekitaldia, Frantziako 26 ekitaldi antolatzaile (gehienak Parisko eskualdekoak) zenbait hornitzaileekin (bereziki Espainiako iparraldekoak, Euskadikoak nagusiki) harremanetan jartzeko.

Oraingo honetan, DSS Turismoko Convention Bureau bulegoa lankidetzan hertsian aritu da parte hartzeko interesa duten enpresa elkartuekin, gure hiriaren ordezkaritza sendo eta nabaria bermatzeko.

Ekintzan 18 negozio bilera egin ziren.

EVENT SUMMIT (Utrecht)

Major Events International erakundeak antolatutako egun bateko ekitaldi honetan, Herbehereetako ekitaldi, bilera eta pizgarrien merkaturako hornitzaile nagusiak biltzen dira.

Hagako Espainiako Turismo Bulegoaren (OET) eta Spain Convention Bureau erakundearen dirulaguntza jaso du ekintzak, eta Espainiako 9 helmugak hartu zuten parte horretan.

Guztira 450 erakusketari bildu ditu, kategoria hauetan banatuta: *team building* motako jarduerak, bidaia korporatiboak, hiriak eta eskualdeak, ekitaldietarako hornidurak, zerbitzuak, teknologia eta ikus-entzunezkoak, eta opari korporatiboak.

Ekimenaren barruan 12 merkataritza bilera egin genituen.

ROAD SHOW ERRESUMA BATUA (Manchester eta Leeds)

Londresko Espainiako Turismo Bulegoak (OET) antolatu du Road Show hau, eta DSS Turismoko Convention Bureau bulegoak parte hartu du Euskadiren ordezkari gisa.

Ekintzaren barruan, zenbait merkataritza bisita eta bilera egin dira, eta Espainiako bederatzi helmugak hartu dute parte. Guztira, 30 bileratan egin genituen kontaktuak.

EVENTS CLUB ASSOCIATIONS FORUM (Valentzia)

Europe Congress enpresak antolatutako ekitaldi hau hornitzaileen eta nazioarteko ekitaldi antolatzaileen arteko harremanak sustatzeko diseinatu zuten. DSS Turismoko Convention Bureau bulegoak Kursaal Kongresu Jauregiarekin partekatu zuen mahai bat, hiriaren eskaintzaren ordezkaritza bateratu eta aipagarri gisa.

Ekintza honetan, 12 negozio bilera egin genituen.



IMEX AZOKA - Frankfurt / Las Vegas

IMEX Frankfurt eta IMEX Las Vegas MICE sektoreko nazioarteko azoka aipagarrienetako bi dira, sektoreko profesionalentzako topagune nagusiak baitira mundu mailan. Azoka hauek urtero egiten dira, bat Frankfurten (Alemania) eta beste bat Las Vegasen (Estatu Batuak), eta milaka ekitaldi antolatzaile, zerbitzu hornitzaile, helmuga eta MICE esparruko enpresa erakartzen dituzte.

Imex Frankfurten egindako kontaktuak: 23.



THE MEETINGS SHOW (Londres)

The Meetings Show MICE industriaren ekitaldi nagusia da Erresuma Batuan; Northstar Meeting Group taldeak antolatzen du eta bilera eta pizgarrien sektoreko mundu mailako hainbat profesional biltzen ditu. Donostiako Convention Bureau bulegoak Basquetourren eskutik eta Bilbao Convention Bureau bulegoarekin batera hartu zuen parte azoka honetan, Euskadik nazioarteko ekitaldietarako duen eskaintza azpimarratzeko. Azokan, 19 negozio bilera egin genituen.

MEXIKOKO MERKATUAREN ELKARREKIKO JARDUNALDIAK (León)

Spain Convention Bureau (SCB) bulegoak, Mexikon dagoen Espainiako Turismo Bulegoarekin (OET) lankidetzan, agente espezializatuak aukerako talde batentzako jardunaldiak antolatu zituen. Guztira, Mexikoko 12 agentek hartu zuten parte, eta zenbait bilera egin genituen haiekin, lankidetzarako aukerak aztertzeko.

MCE SOUTH EUROPE (Palma Mallorcakoa)

MCE South Europe ekitaldian Europako erosleak (% 65 agentziak, % 25 bezero korporatiboak eta % 10 elkarteak dira) Europa hegoaldetik etorritako hornitzaileekin biltzen dira. Edizio honetan, 35 negozio bilera egin ditugu.

IBTM World (Bartzelona)

BTM World mundu mailako ekitaldi nagusietako bat da bileren, pizgarrien, hitzaldien eta ekitaldien industriarentzat (MICE). Urtero egiten da Bartzelonan eta mundu osoko profesionalak biltzen ditu, barne hartuta ekitaldi antolatzaileak, zerbitzu hornitzaileak eta helmuga turistikoak. Aurten, berriz ere, azokan parte hartu dugu, gure bazkideekin batera.

Edizio honetan 37 kontaktu egin ditugu.

MICE sektoreko elkarleen ekintzak

Besteak beste, MEXIKOKO MERKATUAREN ELKARREKIKO JARDUNALDIAK ekitaldia gauzatu da Spain Convention Bureau (SCB) bulegoak antolatutako ekintzen esparruan.

MICE foroetan parte hartzea

DSS Turismoaren Convention Bureau bulegoa ere ICCA (International Congress and Convention Association) nazioarteko elkarteko kide da. Erakunde horrek antolatutako ekitaldien esparruan, aurten, urrian Abu Dhabin egindako kongresuan parte hartu dugu.



Lankidetza Fam- tripetan

FAM TRIP BCO CONGRESOS - Agenteak
BCO CONGRESOS agentziak bere enpresako 55 agenterentzat antolatutako ekintza.

FAM TRIP FRANTZIAKO MERKATUA - BARCELÓ COSTA VASCA HOTELA
Barceló Costa Vasca hotelak egindako sustapen ekintza.

FAM TRIP BCO CONGRESOS - Bezeroak
BCO CONGRESOS agentziak Estatuko 27 bezero asoziatiborentzat antolatutako ekintza.

FAM NEW WORLD TRAVEL
New World Travel agentziak bere bi agenterentzat antolatutako ekintza.

FAM TRIP HAGOOS
Hagoos agentziak antolatutako Famtrip-a, zeinetan Benelux inguruko 8 agentek parte hartu baitute.



Ikuskapeneko bisitak

Hirian biltzarrak egitearekin lotuta, ekitaldion antolatzaileetako batzuek ikuskapen bisitak egin dituzte, zuzenean ezagutzeko ekitaldian kontratatuko dituzten instalazioak eta zerbitzuak. Alabaina, beste erakunde batzuek hiria kongresua bertan egiteko hautagai gisa baloratzeko egin dute bisita.

Otsaila:

ANATOMIA PATOLOGIKOAREN ESPAINIAKO ELKARTEAREN BILTZAR NAZIONALA (SEAP-IAP)
1.500 pertsona
Nazionala
Baieztatua: 2025eko maiatzak 21-23

Maiatza:

EUROPEAN ADHESIVE & SEALANT CONFERENCE AND EXPO - FEICA
600 pertsona
Nazioartekoa
Baieztatua: 2025eko irailak 10-12

INTERNATIONAL CONFERENCE ON MINIATURIZED SYSTEMS FOR CHEMISTRY AND LIFE SCIENCES - UTAS - MicroTAS
Chemical and Biological Microsystems Society (CBMS) elkarteko 4 kidek bisitatu zuten hiria, beste bi euskal hiriburuekin batera baloratzeko.
Baztertua: azkenean baztertu egin dute Donostian egitea.

HELMSBRISCOE-Australia
35 pertsona
Nazioartekoa
Baieztatzeke

Urria:

CONGRESO NACIONAL DE PEDIATRÍA (AEP)
2.000 pertsona
Nazionala
Baieztatua: 2026ko ekainak 11-13

LEADERS OF DESIGN ANNUAL CONFERENCE
90 pertsona
Nazioartekoa
Baieztatua: 2025eko apirilak 6-10

Merkataritzako bisitak

CIC NANOGUNE

Nanozientziako ikerketa kooperatiboko euskal zentroa da eta 10 ikerketa lerro ditu.

2009tik, erakunde honetako kide diren zientzialariek antolatutako 15 biltzar ditugu erregistratuta.

Aurkezpena 10 ikertzailereren aurrean (nagusiki arlo zuzendariak), zeinetatik 2 hirian bi biltzar antolatzen ari baitziren.

GIPUZKOAKO GANBERA

Donostia Turismoko Convention Bureau bulegoaren lana aurkeztu eta bi erakundeen lankidetzak lortzeko egindako bilera.

MAXAM GROUP

Bilera bat 2024ko uztailaren 10etik 12ra NH hotelean 75 pertsonako talde ekitaldi bat antolatzearen harira.

CAMALEÓN TOURS

Bilera bat Latinoamerikako aseguru enpresa baten pizgarri bat antolatzeko, 27 pertsonarentzat, 2024ko urriaren 14tik 17ra.

LEONARDO HOTELES

Leonardo Hoteles kateko (DSSTko kidea) zuzendari komertziala eta salmentaburua ikuskapen bisita bat egitera etorri ziren hirira, eta Convention Bureau bulegoaren lana eta jardura ezagutzeko aprobetxatu zuten.



Enpresa elkartuekin egindako ekintzak

Parte hartu dugun azoka eta tailer batzuetan, gure bazkideen lankidetzak eta parte hartzea izan dugu.

BILBAO BUSINESS MEETING (Bilbo)

- OPCak: Basque Destination, Hagoos eta Local Experts Tour.
- Ostatua: María Cristina Hotela eta Barceló Costa Vasca Hotela.
- Bilera aretoak: Kursaal eta Aquarium.

EVENTS CLUB ASSOCIATIONS FORUM (Valentzia)

Kursaal kongresu jauregiarekin mahai partekatuan parte hartu dugu.

FERIA IMEX (Frankfurt)

Bazkide parte hartzaileak: Kursaal, Hotel de Londres y de Inglaterra eta Inbasque DMC.

MCE SOUTH EUROPE (Palma)

Kursaal kongresu jauregiarekin mahai partekatuan parte hartu dugu.

IBTM (Bartzelona)

- OPCak: GS Incoming, Hagoos, Inbasque, Tenedor Tours.
- Ostatua: Hotel de Londres y de Inglaterra, Tres Reyes Hotela.
- Bilera aretoa: Kursaal.



4.3. Aisialdiko turismoa

4.3.1. Produktu turistikoak

Produktu turistikoen sailaren helburu nagusia da helmuga finkatu eta hiri turismoaren nazioarteko helmuga gisa posizionatuko duten produktu eta zerbitzu turistikoak diseinatu eta garatzea, betiere Plan Zuzentzailearen betekizunak betez, esaterako, jasangarritasuna, benetakotasuna, deszentralizazioa sustatu eta berezko baliabideak sortzea, bai eta hiria aisialdirako helmuga gisa sustatzea ere, plan zuzentzailean zehaztutako xede publikoari eta merkatuari zuzenduta.

Horretarako, zenbait ekintza gauzatzen dira:

**Askotariko produktu
propioak prestatzea**

**Enpresa elkartuei
aholkularitza ematea
beren jarduerak
sortzeko orduan**

**Establezimendu elkartuen
jarduerak hedatu
eta sustatzea, haien
informazio kanalen bidez
eta azoka eta tailerretara
joanez**

**Norberaren eta enpresa
elkartuen produktu
turistikoak arreta
bulegoetan eta onlineko
dendan saltzea (geure
baliabideak sortzea)**

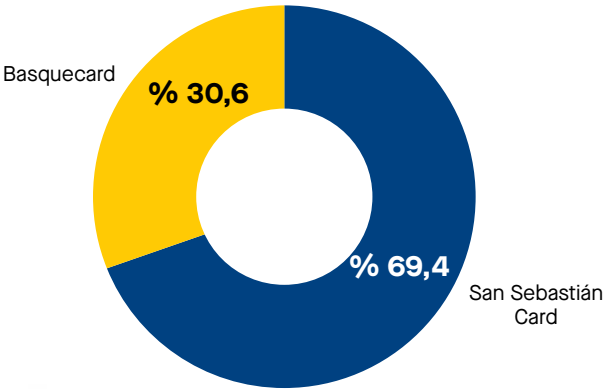
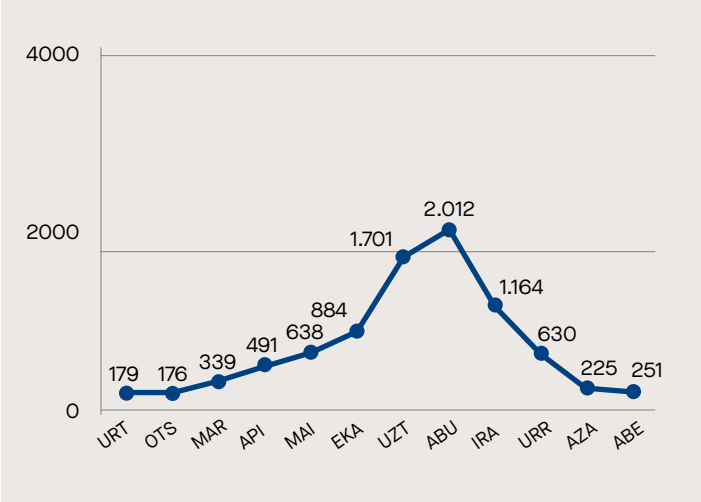


4.3.1.1. Gure
produktuak

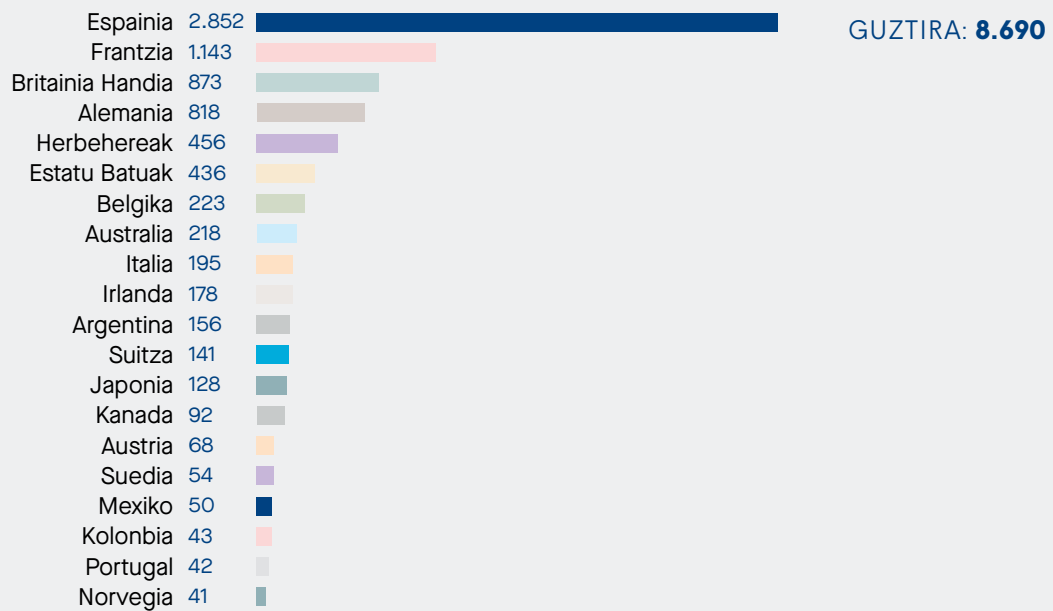
1. Txartel turistikoak

Bisitariek aukera dute helmuga bi txartel turistiko erabiliz ezagutzeko; horien bidez, erakundeari elkartutako enpresek (museoak, jatetxeak, saltokiak, etab.) eta garraio publikoko lineek eskaintzen dituzten deskontu eta abantaila handiak dituzte erabilgarri: **San Sebastián Card** (2 txartel), Donostia ezagutzeko, eta **Basquecard**, Donostia, Gipuzkoa eta Euskal Autonomia Erkidegoko hiriburuak ezagutzeko. Produktu honen helburua da bisitariek helmugak eskaintzen dituen baliabide gehienak garraio publikoa erabiliz ezagutzea.

2024an saldutako unitateak
Hileko salmenta, txartel motaren arabera



Txartel turistikoen salmentaren merkatu nagusien jatorria

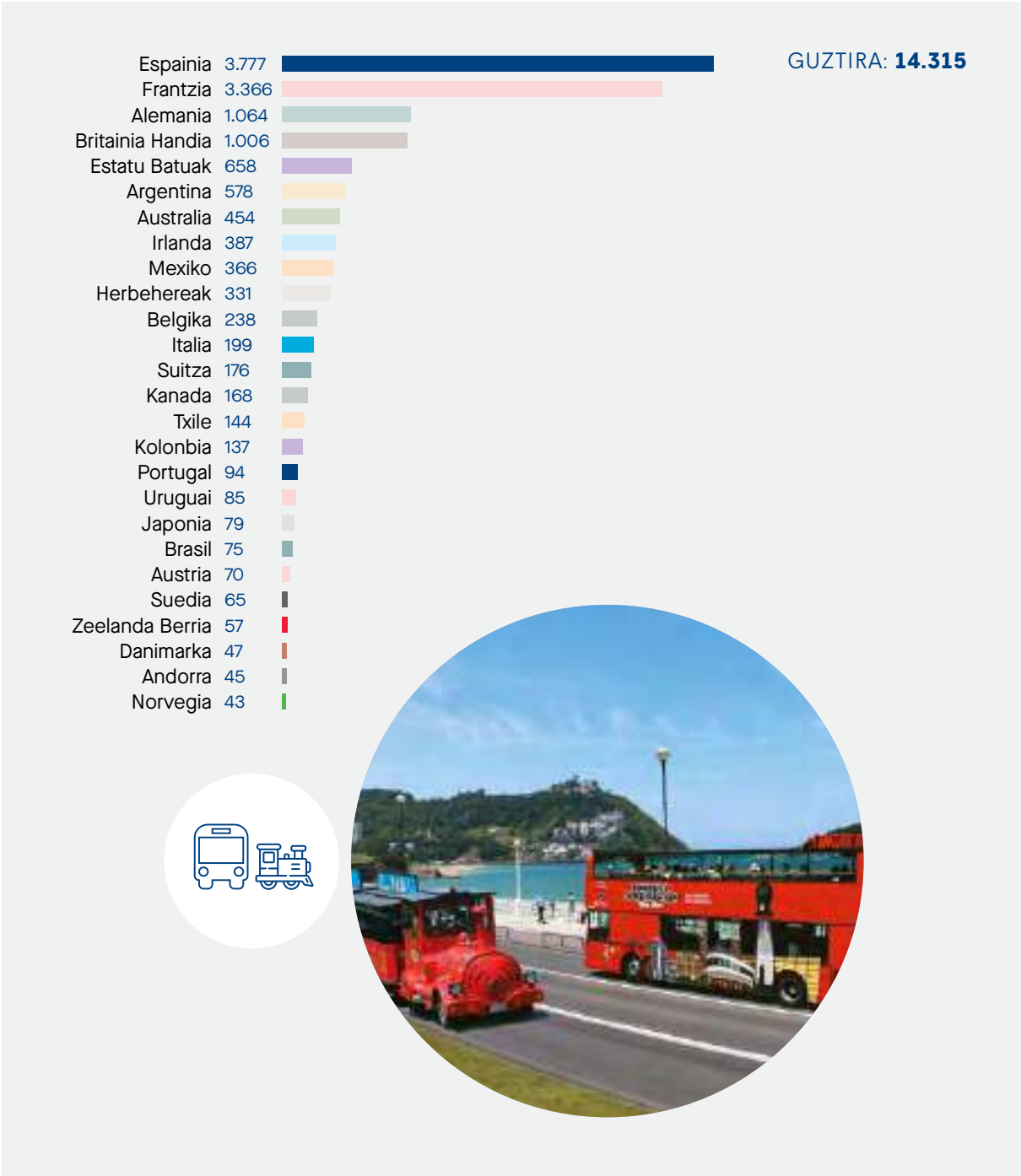


2. Garraio turistikoa

Bisitariek aukera dute bi garraio turistiko mota erabiliz (trena eta autobusa, zeinek geltokiak baitituzte hiri osoan) hiriaz gozatzeko, baita hiriaren zenbait gertakari historiko eta bitxikeria ezagutzeko ere, haien ibilbideetan zehar.

Irailaren 2tik aurrera, autobus bidezko bisita hori zerbitzuaren lehiaketan adjudikaziodun izan den enpresa berriaren bitartez izango da.

Garraio turistikoaren merkatu nagusien jatorria



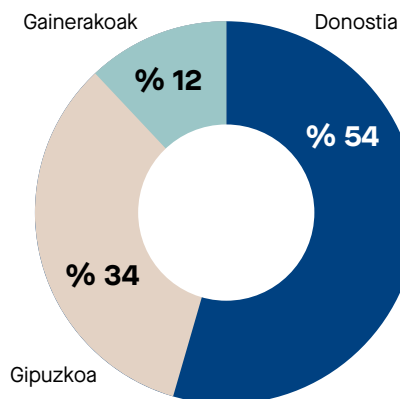
Iturria: web bidezko salmentetan eta Donostiako Turismo Bulegoetan jasotako datuak

4.3.1.2. Elkartutako enpresen produktuak

Donostia Turismoak **jarduera eskaintza zabal bat** jartzen du bisitarien esku. Eskaintza hori erakundeari **elkartutako tokiko zenbait enpresarekin** lankidetzan prestatu da; ondorioz, nagusiki *city break* eta gastronomia sektoreetarako produktuen aukera osatu bat lortu dugu.



Gainera, aipatu behar da turismo fluxua deszentralizatzeko jardueren eskaintza honela banatzen dela:



CITY BREAK

BISITA GIDATUAK ETA CITY TOUR DIRELAKOAK

Bisita gidatua oinez pintxo eta edariaz, gaztelaniaz/ingelesaz (goiz/arratsalde) eta irteera pribatua
 Bus Turistikoa eta tren turistikoa
 Ebike Tour (goiz eta arratsalde, gaztelaniaz edo ingelesaz) eta irteera pribatua
 Basque by Bike (goiz eta arratsalde)

GASTRONOMIKOAK

5 pintxo tour gaztelaniaz eta 5 pintxo tour ingelesa (goizez eta arratsalde)
 Bodegas Rioja ingelesa/gaztelania eta irteera pribatua
 Txakolin upategia gaztelaniaz/ingelesaz eta irteera pribatua
 Basque cuisine cooking class
 Gilda tour ingelesaz/gaztelaniaz
 Bisita Idiazabal gaztandegira
 Express Spanish cooking Class
 Sukaldaritza familian ikastaroa
 Euskal sukaldaritza ikastaroa
 Aquarium cocktail & suak

TXANGOAK

Gipuzkoako Ekialdeko Kostaldeko Tourra (txangoa Hondarribira, Pasai Donibanera eta San Pedrorra) gaztelania/Ingelesa eta irteera pribatua
 Txangoa Hondarribira, Pasai Donibanera eta San Pedrorra
 Bisita Bilbo, Guggenheim Museoa eta San Juan Gaztelugatxekoa. Gaztelania/ingelesa eta irteera pribatua.
 Iparraldeko Kostaldeko tourra (Baiona, Biarritz eta Donibane Lohizune) gaztelania/ingelesa eta irteera pribatua
 Iparraldeko kostaldeko tourra
 Gipuzkoa Mendebaldeko Kostalde Tourra (Zarautz, Getaria, Zumaia) gaztelania/ingelesa + irteera pribatua
 Tourra Zarautzera, Getariara eta Zumaia
 Trekking bat Donostiatik San Pedrorra. Donejakue Bidea. Gaztelania/ingelesa
 Tourra Oñatira eta Arantzazuko Santutegira
 Tourra Donostiatik Bilbora
 Tourra Gaztelugatxera eta Gernikara eta irteera pribatua
 Tourra Donostiatik Iruñera

ITSAS IBILALDIAK ETA KIROLAK

Flyscha, begirada batean
 Kantauri 2 badia ibilbidea goizez eta arratsalde
 Kantauri 3 badia ibilbidea
 Kantauri 2 badia sunset ibilbidea
 Katamarana badian eta kostan
 Txalupa motorduna uhartera lerro urdina
 Body board alokairua
 Piragua alokairua
 SUP eta SUP XL taula pribatuaren alokairua
 Via Ferrata Leitzaran
 Canopy Donostia Aventura
 Surfing Day
 Jet Ski uretako motorra
 Reale Arena tourra eta bisita pribatua
 Oria ibaiko jaitsiera kayakean

EUSKAL KULTURA

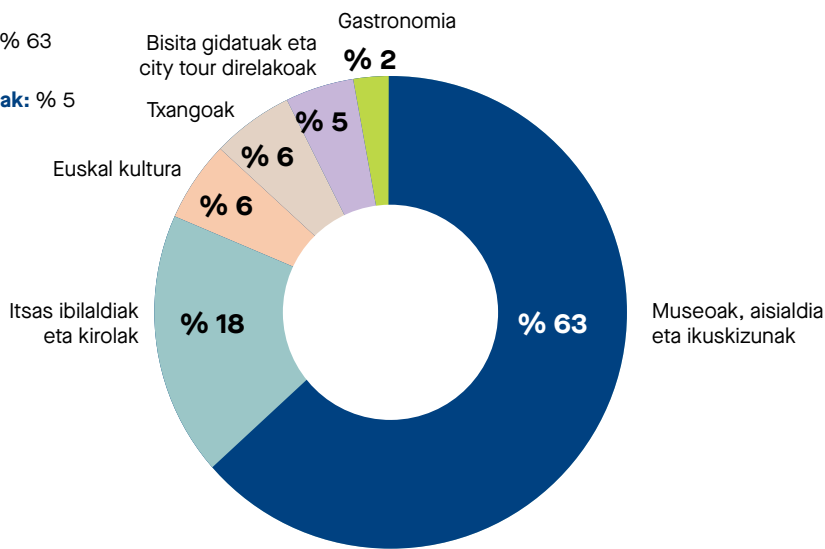
Euskal baserria + sagardotegia garraioarekin eta gabe
 Albaola + sagardotegia garraioarekin
 Bazkaria sagardotegian, garraioa barne
 Sagardoetxera bisita + bazkaria/afaria sagardotegian
 Petrtegi sagardotegian bazkaria/afaria
 Galarreta pilota

MUSEOAK, AISIALDIA ETA IKUSKIZUNAK

Aquariuma - sarrera
 Eureka museoa
 Eureka museoa + planetariuma
 Talaso zirkuitua 2 ordu + bazkaria/afaria
 Talaso zirkuitua 2 ordu
 Talaso zirkuitua 3 ordu
 Talaso zirkuitua/Gym 5 ordu
 Kasinoa
 Kasino Premiuma
 Sagardoetxea
 Museo Chillida-Lekuko sarrera
 Cristobal Balenciaga Museoko sarrera

Salmenten sailkapena,
unitateka

Museoak, aisialdia eta ikuskizunak: % 63
Itsas ibilaldiak eta kirolak: % 18
Bisita gidatuak eta city tour direlakoak: % 5
Txangoak: % 6
Euskal kultura: % 6
Gastronomia: % 2

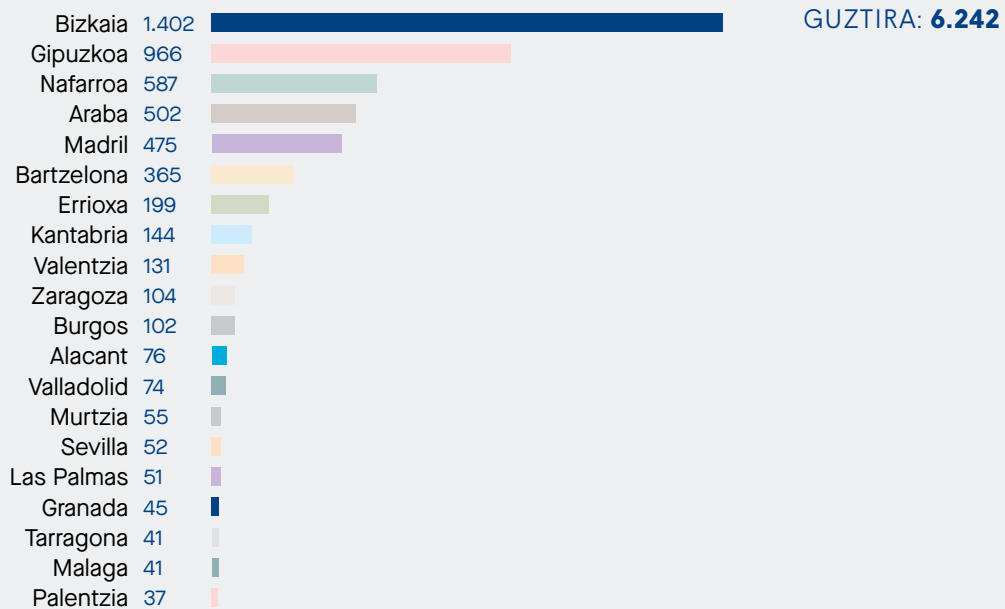


Merkatu nagusien salmenten
jatorria unitateka



Iturria: web bidezko salmentetan eta Donostiako Turismo Bulegoetan jasotako datuak

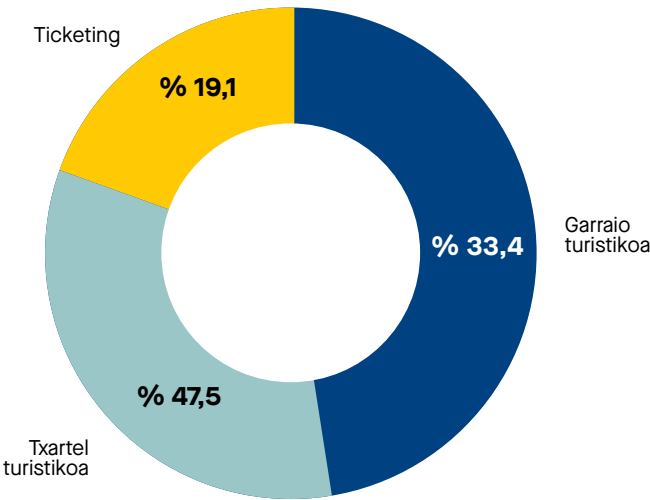
Estatuko salmenten jatorri nagusiak



4.3.2. Produktu turistikoen merkaturatzea

Helmugako eskaintza amaierako bezeroari hurbiltzeko, jarduera guztiak zuzenean saltzen dira, hala bulegoetan nola Donostia Turismoaren onlineko dendan.

Garraio turistikoa: % 33,4
Txartel turistikoak: % 47,5
Elkartutako enpresak (Ticketing): % 19,1



4.3.3. Azokak eta tailerrak

Donostia hiriko turismoaren, turismo premiumaren eta gastronomiako turismoaren helmuga gisa sustatzen dugu; izan ere, aisialdiko turismoaren sektoreko azoka profesional eta orokor garrantzitsuenetara joaten gara, Basquetour, Turespaña eta Gipuzkoako Foru Aldundiarekin batera.

Guztira 6 azokatan (3 Estatukoak eta 3 nazioartekoak) eta nazioarteko 4 tailerretan parte hartu dugu:

2024ko datak	Azokak/Tailerrak	Kontaktatutako agenteak	Artatutako pertsonak
Urtarrilak 24-28	FITUR (Madril)	–	1.826
Martxoak 5-7	ITB (Berlin)	5	20
Martxoak 11-14	Turespaña Tokio eta Seul zuzeneko jardunaldiak (Japonia eta Korea)	29	–
Apirilak 15-18	AEBko eta Kanadako merkatuen zuzeneko jardunaldiak (Monterrey, CA)	48	–
Maiatzak 10-12	Expovacaciones (Bilbo)	–	220
Maiatzak 21-23	Turespaña – Toledo elkarrekiko jardunaldiak (Europako merkatua)	74	–
Urriak 20-25	Euskadi Confidential sustatu eta merkaturatzeko jardunaldiak – Mexiko (Mexiko Hiria eta Monterrey)	50	–
Azaroak 5-7	WTM (Londres)	19	51
Azaroak 14-17	Intur (Valladolid)	–	670
Abenduak 2-5	ILTM (Cannes)	40	–

FITUR, Madril, urtarrilak 18-22

Aurten ere, Donostia Turismoak FITUR azokan parte hartu du. Madrilan izan zen, 2024ko urtarrilaren 24tik 28ra. Stand bat izan zuen Euskadi Basque Country eremuan, Donostiaren posizionamendu turistikoaren berri emateko. Donostiakoa turismo jasangarria da, orekan, kalitatean eta helmugaren benetakotasunean oinarritzen da eta 5 ardatz estrategiko ditu: turismo kulturala, gastronomikoa, kirolaren ingurukoa, premiuma eta kongresuena.



Gainera, urtarrilaren 24an, asteazkena, "Eduardo Chillida. 100 urte" aurkezpena egin zen Euskadi – Basque Country standean, Donostiako alkate Eneko Goiaren, Kultura, Euskara eta Turismo zinegotzi Jon Insaustiren, Chillida Lekuko zuzendari Mireia Massaguéren eta eskultorearen biloba eta Chillida Lekuko development manager Mikel Chillidaren eskutik. Eduardo Chillidaren jaiotzaren mendeurrena ospatzeko programazioa aurkeztu dute, Eduardo Chillida-Pilar Belzunce Fundazioak hainbat erakunderekin lankidetzan sustatua, haren obra Estatuko eta nazioarteko agertokietan ezagutzera emateko, bereziki belaunaldi gazteenei begira.

ITB, Berlin, martxoak 5-7

Berlingo ITB azoka liderra da munduko turismo industriaren esparruan, eta martxoaren 5etik 7ra egin zen, turismo sektoreko profesional nagusiak biltzeko.

Donostia Turismoa (DSST) azokan egon zen, Basquetourren eskutik, Donostia eta Gipuzkoa kalitatezko helmuga turistiko jasangarri gisa posizionatuta daudela aurkezteko publiko profesional bati. Donostia Turismoari elkartutako Local Experts Tours enpresek eta Amara Plaza hotelak ere parte hartu zuten azokan.

Alemaniano merkatutik Donostiara egindako bisitak 8,7 hazi dira 2024an; hala, Donostia Turismoaren Plan Zuzentzailearen merkatu estrategikoetako bat bihurtu da, eta gehien bisitatzen gaituen laugarren herrialdea da.



Espainiako eskaintza turistikoa merkaturatzeko zuzeneko jardunaldiak Tokion (Japonia) eta Seulen (Koreako Errepublika), martxoak 11-14. Antolatzailea: TURESPAÑA

Jardunaldiak aurrez ezarritako 2 eguneko hitzorduak izan dira: egun bat Seulen eta beste bat Tokion. Seulen, tailerra martxoaren 12an izan da, eta guztira 14 bilera egin dira Koreako zenbait bidaia-agentzia eta -antolatzaileekin, bakoitza 10 minutukoa. Tokion berriz, tailerra martxoaren 14an egin da, eta 15 bilera egin dira Japoniako zenbait bidaia-agentzia eta -antolatzaileekin.



Espainiako eskaintza turistikoa merkaturatzeko zuzeneko jardunaldiak egin dira Monterreyn (Kalifornia), Estatu Batuetako eta Kanadako merkatuentzat, apirilaren 15etik 18ra. Antolatzailea: TURESPAÑA

2024ko edizioa ekitaldiaren hirugarrena izan zen, 2022an Miamin eta 2023an Mallorcan egindakoen ondoren, eta Montereyn (Kalifornia) egin zen, apirilaren 15etik 17ra. Guztira 2 bilera egun izan ziren (egunean 24 bilera, bakoitza 8 minutukoa), 3 galako afari eta 2 networking-jarduera (flamenkoa eta gymkana).

Expovacaciones, Bilbo, maiatzak 10-12

Donostia Turismoak maiatzaren 10etik 12ra Bilboko BECen egindako Expovacaciones Azokan parte hartu dugu, Euskadiko standaren esparruan. Azokaren 44. edizioan 20.000 bisitari baino gehiago egon dira, zeinak aukera izan baitute azokan parte hartu duten 180 enpresa baino gehiagoren opor proposamenak ezagutzeko. Donostiako erakusmahaira 200 pertsona baino gehiago hurbildu dira, eta interesa agertu dute nagusiki hiriko jardueretan, kultur eta gastronomia planetan eta garraio publikoaren loturetan.





Espainiako eskaintza turistikoa merkaturatzeko elkarrekiko jardunaldiak Toledon, Europako merkatuarentzat, maiatzak 21-23. Antolatzailea: TURESPAÑA

Turespañak antolatutako ekitaldiaren lehen edizio honen xedea da Espainiako eskaintza turistikoa Europako bidaia-agentzia eta -antolatzaileei aurkeztea, nagusiki city break motako segmentuan espezializatuak. Jardunaldiak aurrez aurreko 3 topaketa izan dira, eta egunean 25 hitzordu egin dira, bakoitza 8 minutukoa. Europako herrialde hauek izan dute ordezkaritza: Belgika (6), Bulgaria (1), Danimarka (3), Estonia (1), Finlandia (2), Frantzia (8), Alemania (8), Grezia (1), Irlanda (4), Italia (6), Norvegia (4), Herbehereak (2), Polonia (4), Portugal (5), Eslovakia (2), Erresuma Batua (9), Errumania (1), Serbia (1), Suedia (4), Suitza (2).

Euskadi Confidential sustatu eta merkaturatzeko jardunaldiak – Mexiko (Mexiko Hiria eta Monterrey), urriak 20-25

Guztira 4 jardunaldi egin ziren (2 egun Mexiko Hirian eta 2 egun Monterreyn), Euskadiko turismo-helmuga eta -eskaintza guztiak Mexikoko Premium motako bidaia-agentzia eta antolatzaileei aurkezteko. Bi hirietan, goizez, in situ aurkezpenak egin ziren bidaia agentzia nagusietan; arratsaldean, Euskadi Confidential ekitaldia egin zen: 8 minutuko aurrez aurreko hitzorduen tailer bat, euskal pilotaren erakustaldi bat eta dantzariak, eta aurkezpen eta dastatze gastronomikoa. Guztira, 263 agenterekin jarri ginen harremanetan. Hauek izan ziren Euskadiren ordezkariak: Bilbo Turismoa, Carlton Hotela, Arriluce Jauregia, The Artist, Donostia Turismoa, Lasala Plaza Hotela eta Basque Destination.





WTM, Londres, azaroak 5-7

Beste urte batez, Donostia Turismoak Londresko World Travel Market (WTM) azokan hartu du parte, sektore turistikoaren munduko hitzordu garrantzitsuenetako bat den aldetik. Donostiako turismo erakundea eta elkartutako enpresetako bat izan dira han, hirira bisitariaren profil estrategiko bat erakartzeko, kalitatezko helmuga jasangarri gisa posizionatzeko estrategiarekin lerrokatuta. Aurtengo edizioan Belgikako, Danimarkako, Eslovakiako, Espainiako, Estatu Batuetako, Italiako, Portugalgo, Erresuma Batuko eta Suediako 19 agente eta antolatzaileekin egin dira bilerak.

Intur, Valladolid, azaroak 14-17

Aurtengoan ere, Donostia Turismoak parte hartu du Estatuko barne turismoaren azokarik garrantzitsuenean: INTUR azokaren 27. edizioan. Hiru egunez, 600 pertsona baino gehiago hurbildu ziren Euskadiren standean zegoen Donostiaren erakusmahaira, zeinetan bisitariari gonbita egiten baitzitzaion hiria, itsasoa eta mendia uztartzen dituen esperientzia turistiko bat bizitzera.

ILTM, Cannes, abenduak 2-5

Bigarren urtez jarraian, Donostia Turismoak parte hartu du ILM Cannes Azokan, bere "Donostia San Sebastian Premium" proiektua aurkezteko premium segmentuan espezializatutako 40 bidaia-agentzia eta -antolatzaileari. Azokan 3 jardunaldi egin dira, agentzia bakoitzarekin aurrez aurreko 20 minutuko hitzorduak eginez.



4.3.4.

Artatutako Fam Trip, bidaia agentzia eta bidaia antolatzaileak

Donostia Turismoak parte hartu du helmuga ezagutzeko 5 bidaia antolatzen eta horietan laguntzen; hala, 20 agenterik erakutsi die helmuga zuzenean, eta erakundearentzat estrategikoak diren esparruetan oinarritutako 80 agentziaren galderei erantzun die. Hauek dira esparru estrategiko horiek: City Break, Kulturala eta Premiuma.

Merkatu nabarmenenak japoniarra, amerikarra eta europarra dira. Arlo honetan, lankidetzan aritu gara, halaber, askotariko enpresa elkarturekin: bidaia agentzia hartzaileak, hotelak, ostalaritza, garraioa, turismo baliabideen enpresak, etab.

Era berean, azpimarratzekoa da enpresa elkartuek bidaia horien arrakasta errazteko izandako ekarpena, zerbitzu maila bikaina eman baitute.

2024ko famtripak

	Data	Per.	Harreman. bidea	Eskaria	Jatorri herrialdea	Antolatzailea
OET FRANKFURT	APIRILAK 25-28	6	Fam Trip	PROGRAMA ETA GASTUAK	ALEMANIA	DSS TURISMOA
OET OSLO	EKAINAK 27-29	4	Fam Trip	PROGRAMA ETA GASTUAK	NORVEGIA	DSS TURISMOA
AVANTI DESTINATIONS	IRAILAK 5-6	6	Azoka	OSTATUA ETA PINTXO TOURRA	AEB	AGENTZIA
OET TOKIO	URRIAK 21-25	3	Fam Trip	PROGRAMA ETA GASTUAK	JAPONIA	DSS TURISMOA
PROTOCOLO TOURS	URRIAK 28	1	Azoka	PINTXO TOURRA	AEB	AGENTZIA

Agentziekiko harremana

Bidaia-agentziekin eta -antolatzaileekin produktu turistikoen sailaren posta elektronikoaren bidez egindako kontaktuak, herrialdearen eta segmentuaren arabera sailkatuta.

	City Break	Kultura	Familiak	Gastronomia	Premium	Senior	Sport	Guztizko orokorra
ALEMANIA	1							1
ARGENTINA					1			1
AUSTRALIA	1							1
BELGIKA	2						1	3
KANADA					1			1
DANIMARKA	1							1
ESPAINIA	15	2	1	1	1	1	1	22
AEB	3				5			8
ESTONIA		1						1
FINLANDIA				1				1
FRANTZIA	11	5		1			1	18
IRLANDA	1							1
ITALIA	1	1						2
JAPONIA	5							5
NORVEGIA								0
PORTUGAL	1							1
ERRESUMA BATUA	5	1						6
SUITZA	1	1						2
VENEZUELA	1							1
Guztizko orokorra	49	11	1	3	8	1	3	76

4.3.5. Bisitarien arreta

2024an turismo bulegoan artatutako pertsonen kopurua % 6,68 murriztu da 2023aren aldean; alabaina, bisitarien eta ostatu gauen adierazleekin gertatzen den moduan, igoera hauteman da behe denboraldikotzat jotzen diren hilabeteetan. Beraz, pentsa dezakegu helmugaren urtarokotasuna ahultzen ari dela eta turistak kontzentrazio txikiagoko hilabeteetan hasi direla gure hiria bisitatzen.

Halaber, aipagarria da turista artatzeko moduan gertatzen ari den aldaketa. Bulegoan zerbitzu gehiago ematen direnez, turistak artatzeko denbora luzatu da; hala, zerbitzuaren kalitatea hobetu da eta, ondorioz, bulegoan produktu gehiago saltzeko aukera daukagu.

Aipatu behar da eskatzen diren produktu eta zerbitzuetatik hiritik kanpoko bisitak lehenesten direla, nagusiki Gipuzkoara, probintzia mugakideetara eta Frantziako hegoaldera egindakoak. Txango horien hornitzaile nagusiak eskaintako zerbitzuen salmentak % 127 handitu dira 2023aren aldean.

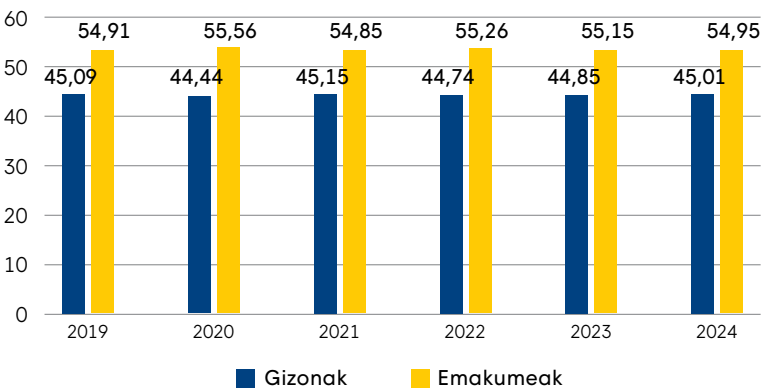
DONOSTIAKO TURISMO BULEGOA

Bisitariak guztira	2023	2024	
URTARRILA	↘1.986	↗2.419	+% 21,80
OTSAILA	↗3.362	↘2.869	-% 14,66
MARTXOA	↗3.472	↗5.430	+% 56,39
APIRILA	↗10.120	↘7.561	-% 25,29
MAIATZA	↗9.586	↗9.626	+% 0,42
EKAINA	↗15.187	↘13.103	-% 13,72
UZTAILA	↗22.167	↘21.891	-% -1,25
ABUZTUA	↗29.474	↘25.543	-% 13,34
IRAILA	↗17.173	↘15.607	-% 9,12
URRIA	↗9.199	↘7.821	-% 14,98
AZAROA	↘2.533	↗3.569	+% 40,90
ABENDUA	↘3.211	↗3.519	+% 9,59
GUZTIRA	127.470	118.958	-% 6,68

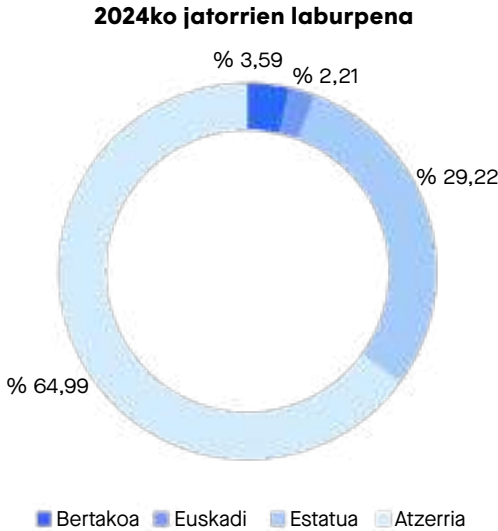
Turismo bulegoko bisitariak, generoaren arabera

Datuok generoaren arabera bereizita aztertzen baditugu, ikusiko dugu azken urteetako joera mantentzen dela; hain zuzen, artatutako pertsonen artean, emakume gehiago daude gizonak baino.

Turismo bulegoko bisitariak, generoaren arabera



2024AN BULEGOAN ARTATUTAKO PERTSONEN JATORRIA			
Atzerria	Frantzia	30.945	% 26,01
Estatua	Madril	7.258	% 6,10
Atzerria	Erresuma Batua	7.056	% 5,93
Estatua	Katalunia	6.940	% 5,83
Atzerria	Alemania	6.088	% 5,12
Atzerria	AEB	4.565	% 3,84
Bertakoa	Bertakoa	4.265	% 3,59
Atzerria	Herbehereak	3.976	% 3,34
Estatua	Valentziako Erkidegoa	3.729	% 3,13
Estatua	Andaluzia	3.706	% 3,12
Estatua	Gaztela eta Leon	2.884	% 2,42
Atzerria	Argentina	2.762	% 2,32
Atzerria	Italia	2.750	% 2,31
Atzerria	Belgika	2.585	% 2,17
Atzerria	Australia	2.327	% 1,96
Estatua	Aragoi	1.844	% 1,55
Estatua	Gaztela-Mantxa	1.776	% 1,49
Atzerria	Irlanda	1.644	% 1,38
Euskadi	Bizkaia	1.325	% 1,11
Atzerria	Suitza	1.188	% 1,00



2024. URTEA				
Adin tartea	Bisitariak	(%)	Emakumeak	Gizonak
Helduak	75.821	% 63,74	41.849	33.972
Gazteak	12.730	% 10,70	6.748	5.982
Erretiratuak	22.850	% 19,21	13.213	9.637
Haurrak	5.780	% 4,86	2.508	3.272
Zehaztu gabe	1.777	% 1,49	1.098	679
Guztira	118.958	% 100	65.416	53.542

Haurra: 12 urtera arte
Gaztea: 13-30 urte
Heldua: 31-59 urte
Erretiratua: +61 urte

4.4. Marketina eta komunikazioa

Donostia Turismoaren marketin- eta komunikazio-estrategia bat dator Visit Bizi 2023-2027 Turismo Jasangarriko Planarekin. Hala, aurreko lan ildoarekin jarraitzen du, baina berrikuntza batzuk gehituta, esaterako, estrategiaren erdigunean herritarrak, haien interesak eta bizi kalitatearen babesa jarrita. Bereziki garrantzitsua da egiten diren ekintza guztietan partaidetza, sentsibilizazio turistikoa eta zeharkako jasangarritasuna sustatzea.

Jasangarritasun turistikoaren estrategiak hiru lan ildo ditu: ekonomikoa, soziokulturala eta ingurumen arlokoa. Lan ildo orokor horietatik, arlo guztietan turismo jasangarria sustatzeko neurri espezifikak sortu dira.

Helmuga posizionatzeko beharrezkoa da segmentatutako publiko estrategikoetara iristea eta helmugaren benetakotasuna eta nortasuna zaintzea, turismo orekatuagoa eta kalitate handiagokoa lortzeko. Ekintzen xedea Donostiarako garrantzitsuenak diren merkatuetan interes bereziko bisitari potentzialak erakartzea izan da, bai eta helmugako harrera eta informazioa hobetzea ere. Hala, hurbileko merkatuak (Estatua eta Frantzia, adibidez) sustatzen jarraitu da eta, gainera, urruneko merkatu estrategikoetara bideratutako ekintzak indartu dira, esaterako, Eskandinaviako herrialdeetara eta Estatu Batuetako merkatura zuzendutakoak.

Horretarako, zenbait ekintza egin ditugu bisitari eta herritarrentzat:

1. Herritarrei estrategia turistikoaren berri ematea.
2. Hiriaren posizionamendua eta brandinga bisitari estrategikoentzat.
3. DSS Turismoko enpresa elkartuen eta erakundearen sustapena eta ikusgarritasuna.
4. Bulegorako, webgunerako eta onlineko dendarako bisitak areagotzea.

4.4.1. Helmuga posizionatzeko estrategia

Ondoren, hiriaren posizionamendua eta sustapena hobetzeko egin ditugun ekintzak azalduko ditugu.

Intereseko publikoentzat hedabide digitaletan egindako nazioarteko kanpainak

Azken urteetan bezala, publizitatearen arloan egin dugun posizionamendu lana kanpaina digitaletan oinarritu da oro har; hala, plan zuzentzailearen esparruko produktu lerroak jorratu ditugu, helmuga indartsua eta heldua baita horietan. 2024an, hurbileko merkatuak eta tradizionalak jorratu ditugu (Espainia, Frantzia), bai eta ibilbide ertaineko merkatuak (Erresuma Batua, Irlanda eta Alemania) eta Europako urruneko merkatuak ere (Belgika, Herbehereak, Norvegia eta Suedia). Donostia oso ondo posizionatuta dago Foodie edo Premium motako publikoan eta, arlo horretan, urrunago dauden merkatuetarako egin dira kanpainak, esaterako, AEBrako, Mexikorako eta Australiarako.

Kanpainetarako aukeratutako eremuak helmugako erreferentziatzeko aireporturen batera zuzeneko hegaldiak dituzten eremuak dira beti. Jorratzen diren xede publikoak profil soziodemografikoetan edo zaletasun motaren arabera interesekoak diren publikoak izaten dira.

Kanpainetarako tresnak: hedabideen eta iragarki euskarrien nahasketa bat erabiltzen da. Google Ads (Bilaketa, Display, Gemand Gen, sare sozialak -Youtube, Meta, Facebook, Instagram, etab.-).



Donostia FOODIE

Kanpainaren xedea da Donostiaren posizionamendua eta irudia nazioartean indartzea. Gastronomia zainduaz eta esperientzia paregabe, benetako eta lokala bizitzeaz gozatzen dutenek nahitaez egin beharreko bisita.

Kanpaina gastronomikoak pertsonalizatu egiten ditugu xede merkatuaren arabera, baina nabarmentzekoak dira produktu hauek: Michelin izarrak, helmugak jaso dituen sariak, pintxoak eta ibilbide gastronomikoak, besteak beste.



Merkatuak:

Erresuma Batua eta Irlanda: hegaldien konexio onak dituzten hiri eta eremuak

AEB: Estatu Batuak eta New York

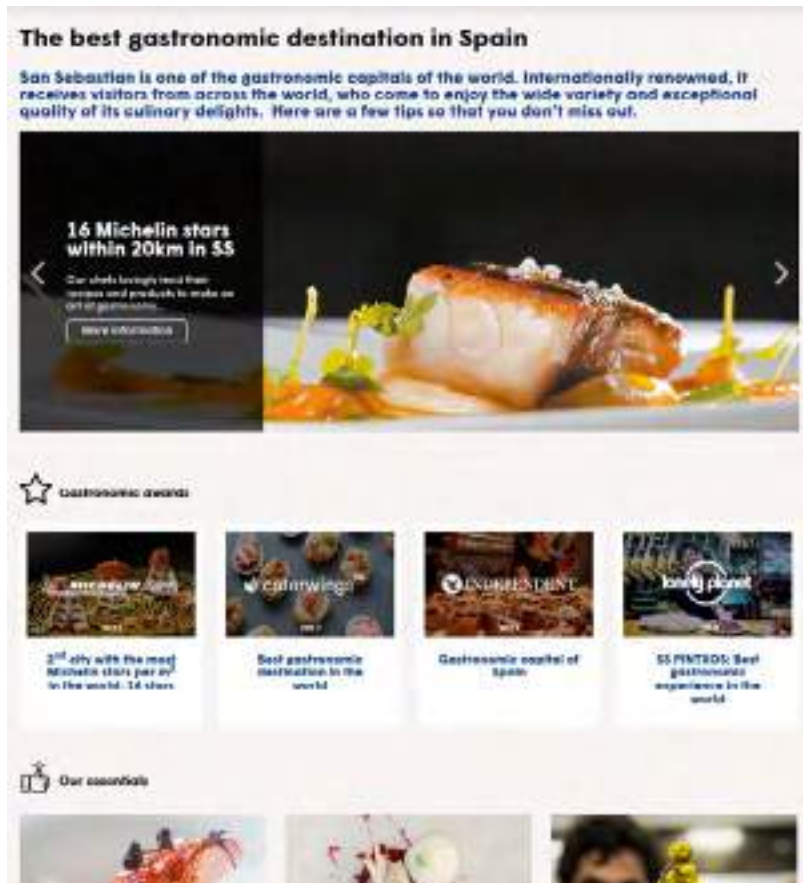
Australia: Melbourne eta Sidney

Hilabeteak: Martxoa, apirila eta maiatza

Inpresioak: 11,2 milioi inpresio

Kalitatezko bisitak: 81.000 kalitatezko bisita

Gastronomiaren web orria eta haren mezuak berori bisitatzen duten merkatu edo herrialdearen arabera pertsonalizatzen dira.

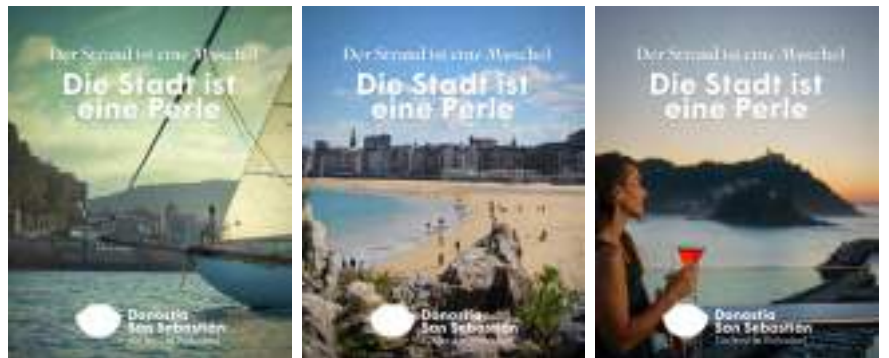


Landing pertsonalizatua
Erresuma Batuko
merkatuak.

Donostia KOSMOPOLITA

Kanpainaren helburua da Donostiaren irudi jakin bat transmititzea: kalitate handiko turismo- eta aisialdi-baliabideak (kirola, natura, kultur ekitaldiak eta berezko nortasuna) dituen esperientzia-helmuga bat da. Interes handiko helmuga da zentzurik zabalenean erakargarritasun turistiko handia duten helmugez gozatzen dutenentzat.

Publiko kosmopolitarekin lotutako kanpainak hirien zale diren pertsona geldiezieinei eta askotariko gaietan interesa dutenei zuzenduta daude, baita eta jarduera asko egin nahi dituztenei ere. Kanpainak eta landingak xede merkatuaren arabera pertsonalizatzen dira, eta museoei, paisaiei, kirolarekin, jaialdi handiekin eta berezko kultura eta nortasunarekin lotutako erakargarritasunak azpimarratzen dituzte.



Merkatuak:

Alemania, Herbehereak, Suedia eta Norvegia

Hilabeteak: Apirila, maiatza eta ekaina

Inpresioak: 2,5 milioi inpresio

Kalitatezko bisitak: 66.000 kalitatezko bisita



Landing pertsonalizatuak merkatu bakoitzerako, askotariko jarduera eta gaiekin.

Donostia CITY BREAK

Citybreak kanpainaren xedea da hiria 2-4 eguneko ihesaldi baterako helmuga gisa posizionatzea. Bisitatzeko ahalmen handieneko bisitariak dira xede: helmuga ezagutzen duten hurbileko bisitariak, itzultzea nahi dugunak. Kanpaina hauen bidez lortu nahi da helmuga bera eta udaberriko edo udazkeneko ihesaldi baterako eskaintzen dituen aukerak gogoraraztea.

Hurbileko publikoa da, 650 km baino hurbilago bizi dena.

Kanpainetan, helmugak ihesaldi baterako dituen onurak eta hurbil-hurbil dauden erakargarritasun turistikoak erakusten ditugu, eta hiriaren edertasuna eta bereizgarriak handienak azpimarratzen: itsasoa, hondartza, jarduera kulturala eta erakargarritasun gastronomikoa, besteak beste. Askotariko gaietan interesa duten pertsona geldiezinentzat dira, jarduera ugari egiteko gogoia duen bidaiari profil batentzat. Kanpainak urtaroen arabera pertsonalizatzen dira, eta museoei, paisaiei, kirolarekin, jaialdi handiekin eta berezko kultura eta nortasunarekin lotutako erakargarritasunak azpimarratzen dituzte.



Merkatuak:

650 km baino gutxira dauden edo Donostiara/Bilbora/Biarritzera zuzeneko hegaldiak dituzten helmugak

FR: Akitania, Bordele, Lyon, Paris, Niza, Marseilla

Espainia: Nafarroa, Errioxa, Kantabria, Zaragoza, Valentzia, Malaga, Kanariar eta Balear uharteak (zuzeneko hegaldiak Donostiara)

Hilabeteak: Martxoa, apirila, maiatza eta ekaina. Urria eta azaroa.

Inpresioak: 4,4 milioi inpresio

Kalitatezko bisitak: 66.000 kalitatezko bisita



Donostia PREMIUM

Donostia Premium kanpainaren xedea da Donostia kalitate goreneko helmuga bikain gisa kokatzea, bidaiari oso zorrotzentzat. Balio erantsi handiko helmuga bat bilatzen duten eta kalitate, pertsonalizazio eta zerbitzu hobegoko zerbitzuengatik gehiago ordaintzeko prest dauden pertsonak izaten dira.

Merkatuak:

Espainia, Frantzia, Ingalaterra, AEB, Mexiko, Norvegia/Suedia

Hilabeteak: Ekaina, iraila eta urria

Inpresioak: 6 milioi inpresio

Kalitatezko bisitak: 130.000 kalitatezko bisita

Ikusitako bazkide fitxak: 7.500

Katalogo premiumeko deskargak: +10.000



Donostia Premium kanpainaren bidez, erantzuna eman nahi zaio premium segmentuaren eskariari, turismoko zenbait azpisektoretako enpresak proiektuaren barruan bilduz. Proiektu honetan enpresa elkartuak sartzeko, audiotoretza zorrotzak egin dira.

Donostia Turismoak, Premium taldeko enpresekin batera, nahierarako zerbitzuak nahi dituen publiko zorrotzago batentzat sustatzen dute helmuga.

Hori guztia sustatzeko, Donostia Premiumek bere webgunea eta kanpaina zehatz bat ditu. Kanpainak bi publiko desberdin ditu xede, eta euskarri eta ekimen bereziak ditu:

- Banakako bezeroa, zeinentzat helmugaren kalitate balioak indartzen baitira
- Bezero profesionala, tartekoa, zeinentzat helmugaren eta, batez ere, Premium proiektuarekin lotutako enpresen balioa azpimarratzen baita.



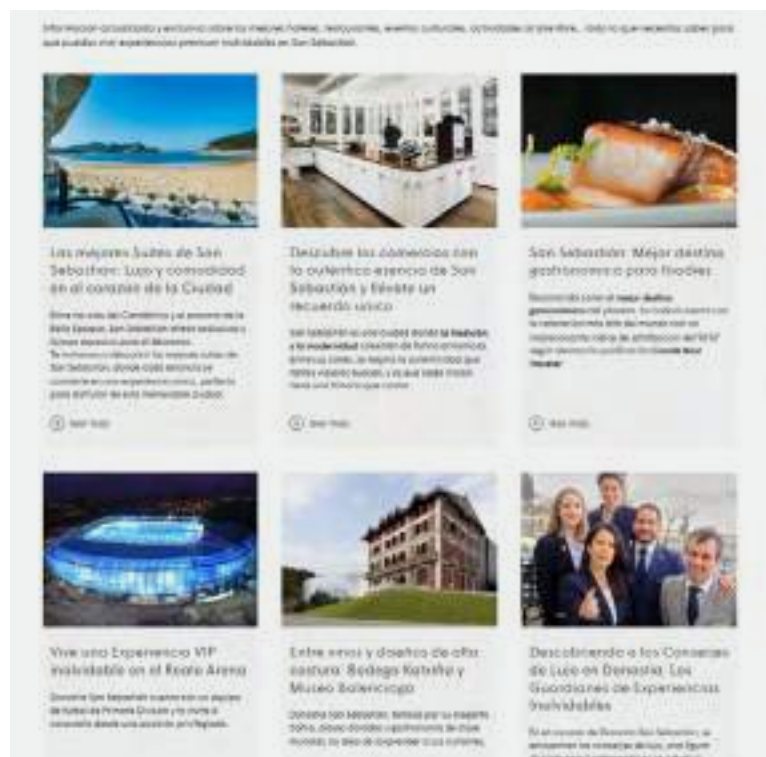
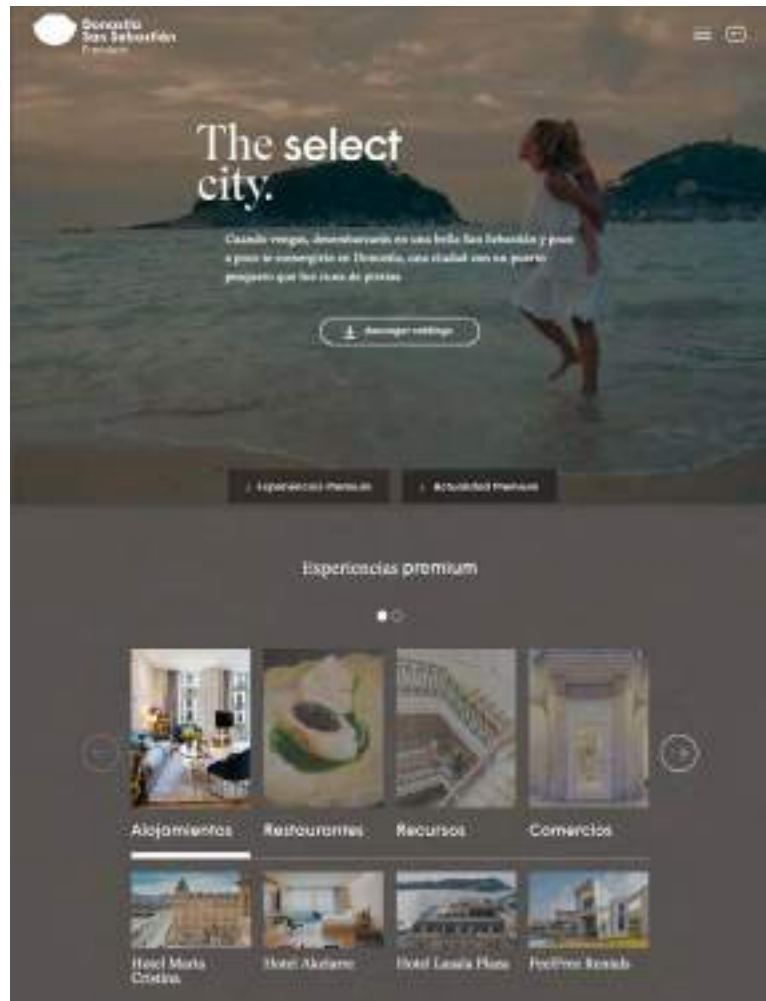
Donostia Premium kanpainaren webgunearen albiste eta gaurkotasun atala eguneratu egiten da. Helmugarekin, elkartutako enpresen jarduerekin, sariekin eta abarrekin lotutako 9 albiste sortu dira, eta sare sozialetan zabaltzeko dira ordainpeko kanpainekin, helmuga balio erantsi handiko toki gisa sustatzeko.



Premium albisteen buletinak bidali dizkiegu agente espezializatuari.

Buletin bat egin da sektoreko albisteak helarazteko, halako bidaietan espezializatutako bidaia agentzientzat. EKAINEAN bidali genien 600 Premium agenterik. Gaztelaniaz irekiera tasa handia du (% 60), baina arrakasta txikiagoa ingelesez.

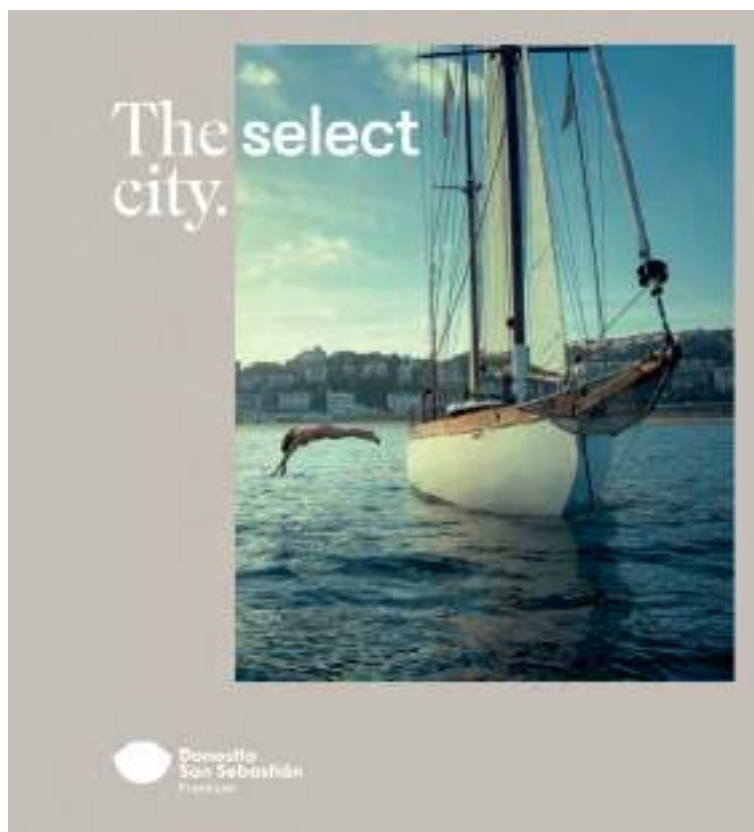
Albisteen atal eguneratua Premiumen web orrian.



Premium katalogoa

Helmugari buruzko Donostia Premium argitalpena diseinatu eta inprimatu dugu; horretan, proiektuaren esparruko enpresa elkartuen zerrenda jaso da. Enpresa elkartuen artean banatu dugu, baita azoka eta tailer espezializatueta eta kazetari eta bidaia agente profesionalen artean ere.

Guztira 10.000 unitate baino gehiago deskargatu dira.



Donostia Turismoaren bazkide diren **Premium enpresekin bilera**, MIMO Bite the experience egoitzan.

Azaroaren 14an (osteguna), Donostia Turismoaren Premium Produktuaren Klubak bere urteroko topaketa egin zuen klubeko bazkide den Mimo Bite The Experience enpresaren instalazioetan.

Aurten, Klubak hiru kide berri eman die ongetorria (*Erreal*a, *OribayTours* eta *Hotel de Londres y de Inglaterra* hotela) eta, ondorioz, 31 kide ditu orain lantaldeak.

Ekitaldian egin zen mahai inguruan, gama altuko turismoan espezializatutako bidaia agentzia aipagarri batzuek hartu zuten parte, esaterako, *Bespoke Travel* (Espainia & Portugal - Madril), *Tailored Spain* (Madril), *Basque Destination "creating memories"* (Donostia) eta *Tenedor Tours* (Donostia) enpresek.

4.4.2. Donostia Turismoa erakundea posizionatzeko estrategia

Ondoren, Donostia Turismoa erakundea, haren produktuak eta enpresa elkartuenak posizionatu eta sustatzeko ekintzak azalduko ditugu. Bisitariari eta/edo turismo sektoreari zuzendutako zenbait ekintza dira.

Ticketing

Donostia Turismoaren dendaren publizitate kanpainaren xedea geure eta enpresa elkartuen jarduera turistikoaren tiketak saltzea da.

Erabat onlinekoa den kanpaina bat egin dugu hurbileko eremuetan, hirian bertan edo 150 km baino gutxiagora dauden turista potentzialak erakartzeko. Baita publizitatea jatorrizko merkatuetan (Espainia, Frantzia, Erresuma Batua) birbideratzeko kanpainaren beste ildo bat ere .

Helburua da onlineko dendaren bisitak handitu eta bisitariak bertako produktu bat edo gehiago erostea.



Merkatuak:
Espainia, Frantzia, UK

Hilabeteak:
Martxotik abendura

Inpresioak:
+6 milioi inpresio

Kalitatezko bisitak:
+160.000 kalitatezko bisita

Ikusitako produktuak:
+100.000

DENDAKO salmenten hazkundera:
+% 160 produktu salduta vs 2023

Kanpaina ekainetik urrira egiten da, hirira bisitari gehien etortzen direnean eta hirian jarduera gehien daudenean. Aurten, kanpaina laburxeagoa izan da eta inbertsio txikiagoa izan du. Kanpainaren emaitzak 2022an baino okerragoak izan dira. Uste dugu hurbileko (Euskadiko eta Estatuko) bezero gutxiago izatea dela salmentak murritzeko arrazoietako bat.



Bulegoaren erakarpen kanpaina

Azken urteotan, turismo bulegoetara fisikoki bertaratzen diren bisitarien kopurua murriztu da. Donostia Turismoak erabaki du uda ostean kanpoko publizitate kanpaina bat abiaraztea, hirian dauden bisitariak turismo bulegora etortzera animatzeko.



Merkatuak:

Espainia, Frantzia, UK

Hilabeteak: Irailtik azarora

Iraupena: 3 hilabete

KANPOKO ordainketa euskarriak:

Kanpoaldeko mupiak Donostiako autobus geltokian eta Adif-Renfe SS geltokian

Hiriaren erloju digitalak autobus turistikoaren atzealdean

Boulevardeko bulegoaren kanpoaldea, etab.

Sormena



Emaizak

Irailaren 1etik abenduaren 31rako tartean, artatutako pertsonen kopurua mantendu da, baina azaroan eta abenduan bulegora egindako bisitak % 40 eta % 9 igo dira, hurrenez hurren.

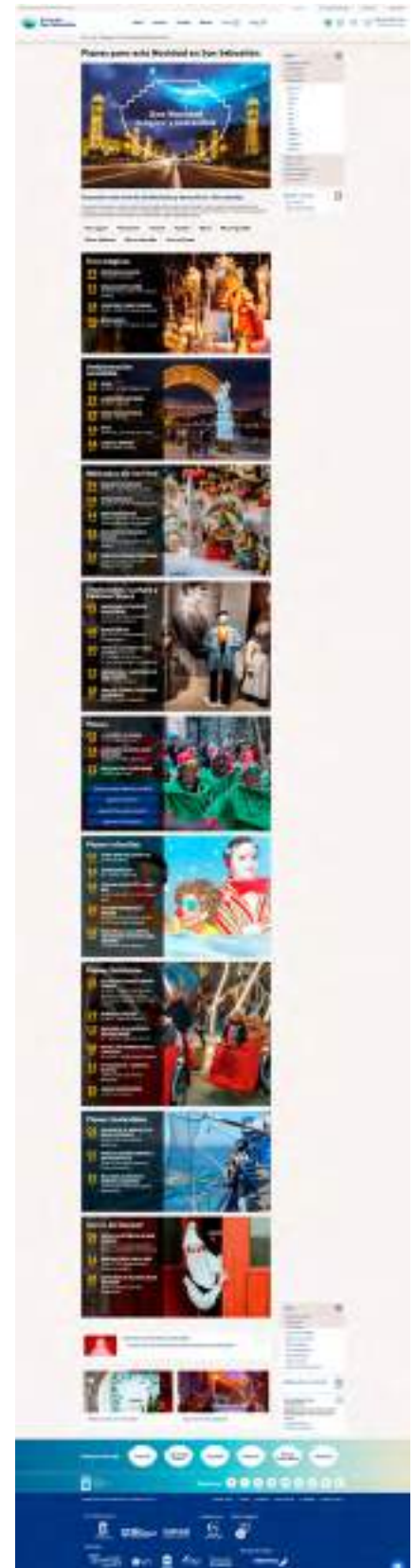
Gabonetako kanpaina

Azken urteotan, hiria Gabonetan ere helmuga turistikoa gisa posizionatzeko lan egin dugu. Izan ere, erakunde publiko eta pribatu askok egin dute lan hiria Gabonetako eta erosketetarako helmuga gisa posizionatzeko.

Donostia Turismoak ekintza hauek jarri ditu martxan ildo horretan laguntzeko:

Enpresa pribatuen eta hiriko eta lurraldeko erakundeen artean informazioa bildu eta antolatzea, Gabonetako agenda oso bat egiteko, zenbait ataletan banatuta.

- Webgunea erabat Gabonetakoa izatea azaroaren 1etik, hiriko Gabonetako argiztapenarekin batera. Aisialdiaren atariari eta atalik ikusienetako batzuei estilo berria emateko lan handia egin da.
- Donostiako eta inguruetako jardueren agenda osoa biltzea.
- Onlineko Gabonetako agenda, 6 atalekin:
 - Plan jasangarriak
 - Plan solidarioak
 - Familiako planak
- Egun berezietan afariak, bazkariak edo jaiak eskaintzen dituzten jatetxe eta establezimenduen zerrenda, bisitariari egonaldia planifikatzeko laguntzeko.
- Gabonetako erakusleihoa.



4.4.3.

Babesak: tokiko ekitaldi eta proiektuei laguntzea

Tokiko ekitaldi eta proiektuei babesa eta laguntza. Jasangarritasuna

Donostia Turismoak askotariko ekitaldiak eta tokiko erakundeak babestu ditu lankidetzaz hitzarmen ekonomikoak zein sustapenekoak sinatuz: materiala entregatzea, onlineko hedapena egitea, etab. Babeseko hitzarmenok erakundearen laneko ardatz nagusien esparruan sartzen dira (proiektu gastronomikoak, kulturalak, kirolkoak, etab.), eta gizarte-eta ingurumen-jasangarritasuna ardatz garrantzitsua izan da azken urteetan.

Jasangarritasun soziala

Donostia Turismoa lankidetzan aritu da Donostiako gizartearen ongizatea hobetu nahi duten kausak sustatzen dituzten tokiko erakundeekin, hiria askotarikoagoa eta berdinzaleagoa izateko eta pertsona guztiak berdinean errespetatu dituzten. Ardatz horrek proiektu hauek biltzen ditu:

BERDINTASUN ILDOA

- EMAKUMEEN LASTERKETA. LILATOIA

IRISGARITASUNA

- KEMEN Kirol Elkartea

HIZKUNTZA GUTXITUEN NORMALIZAZIOA

- BERRIALAGUN
- KORRIKA



Gizarte ildoa

- HIRUKIDE
- SEBASTIANE SARIA

Gastronomia ildoa

- GIPUZKOAKO KOKTEL LEHIAKETA
- TALENTO GASTRO
- EZEGUI, Gipuzkoako Zeliakoen eta Senideen Elkarte

Kultur ekitaldiak

- CROSS OVER
- FANTASIAZKO ETA BELDURREZKO ZINEMAREN ASTEA
- ZINEMALDIA
- RACVN MENDEURRENA



Kirol ekitaldiak

- DONOSTI CUP
- BEHOBIA SAN SEBASTIÁN
- HAWAII SINGLE CLASSIC
- HIPODROMOA
- DONOSTIAKO ZURICH MARATOIA
- ORIAMENDI ERREMONTEA
- AUTO KLASIKOEN ETA KIROL-AUTOMOBILEN NAZIOARTEKO RALLYA
- ESPAINIAKO BELA KOPA

Ekitaldi profesionalak

- SORTZAILEEN KLUBA
- EL AULA AZUL

Donostia Turismoko enpresa elkartuei eta Udaleko beste erakunde batzuei laguntzea

Lankidetzan aritzen gara askotariko argitalpenak, materialak, merchandisinga eta abar egiten, Udaleko zenbait sailekin eta beste erakunde publiko batzuekin (Donostia Sustapena, Donostia Kultura, Donostia Festak, Plan Estrategikoa, etab.).

4.4.4. Turisten fidelizaziorako ekintzak

Urtean zehar zenbait informazio buletin egiten dira askotariko hartzaileentzat.

Hiru hilean behingo sustapen buletina

Buletinaren xedea da ospea sortzea, marka eraikitzea eta planak eta hiria berriz bisitatzeko arrazoiak iradokitzea. Buletinok urtaro bakoitzaren hasieran bidaltzen dira, Donostian garai jakin horretan egiteko esperientzien ideiak eta ekitaldi agenda helarazteko.

Kontaktuak lortzeko iturria:

- Donostia Turismoak egin dituen zozketetako parte hartzaileak.
- Online dendako erosleak.
- Sustapenetan, azoketan eta webguneko bannerrean lortutako leadak.

Urtean 4 aldiz bidaltzen da 33.000 pertsona baino gehiagoko datu base batera, eta batez beste % 5eko irekiera tasa du.

Guztira 2024	Irekitzeak	Klik
125.256	% 5,02	% 4,09

Onlineko dendaren buletina

Astean behin buletin bat bidaltzen diegu hurrengo astean hirian izango diren online dendako erosleei. Helburua da ongietorria eman eta informazio praktikoa hornitzea (mapa, gida turistikoa, aparkatzeko lekuak, agenda...), eta etorriko diren garairako plan zehatzak gomendatzea; hori dela eta, testua urte sasoi bakoitzean aldatzen dugu.

Urtea hasten denetik astean behin bidaltzen diegu onlineko produktuen erosleei, eta % 60ko irekiera tasa du.

Guztira 2024	Irekitzeak	Klik
3.841	% 60	% 17,31

Sektorearentzako hileko agenda

Hilean behin buletin bat bidaltzen diegu sektore turistikoko inguruko erakundeei, turismo bulegoei, elkartutako enpresei, Euskadiko ostatuei eta abarri, hurrengo hilabetean gure hirian egingo diren ekitaldi garrantzitsuenei buruzko informazioa emateko, bai eta abisuak, informazio praktikoa, produktu turistikoaren gogorazpenak eta abar helarazteko ere.

2023ko apiriletik bidaltzen diegu 600 kontakturi, eta batez besteko irekiera tasa % 13,5koa da.

Guztira 2024	Irekitzeak	Klik
11.762	% 13,52	% 7,75



Ciudad de festivales

En verano, Donostia es escenario de numerosos festivales gratuitos como Jazzaldia, Glad Is The Day, Dantz, Semana Grande o Euskal Jaia.

Elige tu festival



Chilida y Balenciaga actúan juntos

La exposición "Plegar la forma" invita a explorar y a percibir, mediante la "luz oscura del Atlántico", los lugares comunes del escultor del aire y del modisto del espacio.

Chilida 100 Años



Ongi etorri!

Pronto te veremos en Donostia / San Sebastián y queremos darte la bienvenida con una serie de consejos y recomendaciones para que puedas sentirte donostiarra. ¡Disfruta tu estancia!



Imprescindibles



Guía completa de San Sebastián
PDF (30 Mb)
También disponible en la Oficina de Turismo



Plano turística de San Sebastián
PDF (11,5 Mb)
También disponible en la Oficina de Turismo

Si no puedes ver el contenido [haz clic aquí](#)



¡Octubre a tope!

La ciudad se llena de eventos de todo tipo, deportivos como la [Zurich Medio Maratón](#), [Cross 3 Playas](#) y la [Clásica Salto 15K](#) o culturales como un festival de moda o de cine de terror.

Más eventos



San Sebastián Gastronomika

7 - 9 octubre

Más información



Distirabirak

18 - 19 octubre

Más información



4.4.5. Bisitarien arretarako materialak garatzea

Turismo bulegoak informazio- eta harrera-zerbitzurik onena eman nahi die gure bulego fisikoetako bisitariei; horregatik, zenbait material prestatzen ditugu haientzat, helmuga ahalik eta ondoen ezagutu eta egonaldi ezin hobea izan dezaten.

Argitalpenak

Donostia Turismoaren argitalpenak tresna garrantzitsu eta indartsua dira hiriaren posizionamendua ezagutzera emateko eta elkartutako establezimenduak eta helmuga turistikoa sustatzeko, askotarikoak direlako eta banaketa masiboa egiten dugulako. Urtean behin berritzen da edukia, helmugaren eta enpresa elkartuen informazio premia berrietara egokitzeko.

Argitalpenetan adierazten da garrantzitsua dela turismoak helmugan duen inpaktua deskontzentratzea, halako moldez non auzo guztiek eta horietan lan egiten duten enpresa elkartuek turismoaren onurez gozatu ahaliko baitute. Beraz, hiriko eskaintza turistikoari buruzko informazioa zenbait gune edo auzotan banatuta aurkezten da.

2024ko mapa

Hiriaren mapa, bi edizio, 4 hizkuntza. Mapa txiki bat da, bisitariarentzat interesekoak diren baliabide nagusiak jasotzen dituena. Hiriko auzo nagusiak ikusteko lupa efektua duen mapa.

2024an indarrean jarraitzen du 2023ko mapak. Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 23.850
- Gaztelaniaz: 8.551
- Ingelesezt: 15.299
- Gaztelania/euskara eta ingelesa/frantsesa

Ongi etorri

Hiriko 2024ko gida turistikoa 6 hizkuntzatan argitaratu zen, eta askotariko informazioa jasotzen du: informazio historikoa, hiriko 6 auzoetan oinez egiteko ibilbideak, informazio gastronomikoa sukaldaritza motaren arabera jotetxeen zerrendarekin, pintxoan ibilbideak auzoetan eta baliabide eta museoan inguruko hamaika plan eta informazio amaigabea. Hirian ezer ez galtzeko planik onenak.

Turismo bulegoan, biltzarretan, azoketan eta abarretan banatzen da.

Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 9.827
- Gaztelaniaz: 3.446
- Ingelesezt: 4.208
- Frantsesezt: 2.247
- Euskaraz: 24



2024ko agenda

Hirian egiten diren ekitaldi nagusiak biltzen dituen onlineko argitalpena, lau hizkuntzatan. Urtarrilean eguneratzen da, 4 hizkuntzatan argitaratzen da online, eta webguneko zenbait puntutatik deskargatu daiteke.

Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 8.378
- Gaztelaniaz: 3.225
- Ingelesezt: 2.255
- Frantsesezt: 2.851
- Euskaraz: 47



Shopping in San Sebastian

Aldizkari formatuan egindako argitalpena, hiriko saltoki elkartuak biltzen dituen, atalka antolatuta eta mapa batean kokatuta.

Bi edizio argitaratzen dira, 4 hizkuntzatan. Hiriko turismo bulegoetan, hoteletan eta abarretan banatzen da.

Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 3.294
- Gaztelaniaz: 897
- Ingelese: 1.363
- Frantsesez: 1.022
- Euskaraz: 12



Ostatuen mapa

Donostia Turismoari elkartutako ostatuaren sektoreko enpresak biltzen dituen argitalpenaren diseinua. Guztira 500 ale inprimatu ziren 4 hizkuntzatan (gaztelaniaz, euskaraz, ingelesez, frantsesez) eta webgunean argitaratu da, deskargatzeko.

Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 4.371



Txartel turistikoaren eskuorriak

Donostia Turismoaren txartel turistikoaren (Donostia Card eta Basque Card) abantailak laburbiltzen dituen argitalpenaren diseinua.

Guztira 10.000 ale inprimatu ziren 2 bertsiotan: bata gaztelaniaz eta ingelesez eta bestea euskaraz eta frantsesez.

SANSE CARD

San Sebastian Card txartel turistikoaren funtzionamendua azaltzen duen argitalpenaren diseinua. Guztira 10.000 ale inprimatu ziren 2 bertsiotan: bata gaztelaniaz eta ingelesez eta bestea euskaraz eta frantsesez.

Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 5.186
- Gaztelania - ingeleza: 4.240
- Frantsesa - euskara: 946

BASQUE CARD

Basque Card txartel turistikoaren funtzionamendua azaltzen duen argitalpenaren diseinua. Guztira 10.000 ale inprimatu ziren 2 bertsiotan: bata gaztelaniaz eta ingelesez eta bestea euskaraz eta frantsesez.

Webgunetik egindako onlineko deskarga kopurua:

- GUZTIRA: 2.415
- Gaztelania - ingeleza: 2.133
- Frantsesa - euskara: 282

Gida turistikoentzako dekalogo

Gida turistikoentzako onlineko argitalpen profesionala lau hizkuntzatan, helmuga modu arduratsu eta jasangarri batean zaindu dezaten, bisitariarentzat eta herritarrentzat lagunkoia izan dadin.



Bisitariei arreta emateko beste euskarri batzuk

Turismo Bulegoan euskarri fisikoak ere garatzen dira bisitariarentzat, esaterako, erakusleihoa eta bulegoetako pantailetarako bideoak. Euskarri horietarako zenbait material sortu ditugu, besteak beste, sustapen bideoak eta merchandisingeko produktuak.

Donostia Turismoak eskaintzen dituen produktuen sustapen bideoaren ekoizpena

Donostia Turismoa Bulegoko arreta guneko pantailetan transmititzen den ikus-entzunezko pieza, 4 hizkuntzatan, bulegoan eta online saltzen diren produktuak biltzen dituena.



Merchandising lerroaren ekoizpena

Sustapeneko zenbait produktu lerro, bisitariak hiriaren oroigarri bat eraman ahal izan dezan. Paper produktuak eta bulegoko objektuak daude, baita ehungintzako eta kiroleko salgaiak ere. Merchandisinga bulegoan saltzeko eta ekitaldietan banatu edo erakunde laguntzaileei emateko.



Boulevardeko Turismo Bulegoaren erakusleihoa urte sasoiaren eta unean uneko kanpainaren edo sustatu beharreko produktuen arabera egokitzen da.



Donostiako ikonoetan oinarritutako lerroa: jertseak, kamisetak eta poltsak.



Bulegoko lanerako lerroa, Gipuzkoako enpresa batek diseinatu eta ekoitzia, % 100 material birziklatuekin egina: ordenagailuaren zorroa, sagu azpikoa, giltzatakoa...

4.4.6. Enpresa elkartu gehiago erakartzea

Marketin sailaren xedeetako bat da helmugaren helburuekin bat datozen enpresa elkartu berriak erakartzea eta, horretarako, 2024an merkataritzako zenbait ekintza egin dira askotariko sektoreetako enpresa elkartuen kopurua handitzeko:

Merkataritza sektorea

Tokiko saltoki txikiak erakartzeko eta hiriaren nortasun osoz, gosari bat antolatu zen Maria Cristina hotelean, azaroaren 6an. Horretara betekizun jakin batzuk betetzen zituzten saltokiak bertaratu ziren: nortasuna, historia edo hiriko produktu identitario bat zutenak.



Argazkia: Maria Cristina Hotela

2024ko bazkide berriak merkataritza sektorean

Arteuparte
Berriz
Casa Otaegui
Eguzkilore
Lance and Malone
Noventa Grados
Pukas Surf Shop
Perfumería Urbietta
Solca
Zaporejai
La Perola
Bombonería Leónidas

Ostatu- eta ostalaritza-sektorea

2024an merkataritzako zenbait bisita eta ekintza egin dira sektore hauetan: 4 eta 5 izarreko hotel eta ostatuak eta Michelin Izarrak eta/edo Repsol Eguzkiak dituzten 13 jatetxe.

Kanpaina: Ba al dago pintxoak jatea baino ohitura donostiarragorik?

Azaroan hirian ospe handia duen ekintza bat egin zen, Donostiako pintxoak protagonista harturik. Helburua da PINTXOAREN munduan ezin hobeto aritu diren establezimenduak (tabernak) saritzea.

Hiriko ostalarien lan onaren eta Donostiako PINTXOEN aldeko apustu argia da, gure kultura gastronomikoaren identitate produktua den aldetik.

Aukeratutako establezimenduak Donostia Turismoari eta PINTXOAREN Institutuari atxikita daude.

¿Hay algo más donostiarra que un pintxo?

Donostia Turismoa trabaja para preservar y potenciar los valores del pintxo entre todos y todos: bares, restaurantes, personal de hostelería, ciudadanía, visitantes... ¡Cuidemos nuestros pintxos!

Descubre cómo lo hacemos:



Ba al dago pintxoak jatea baino ohitura donostiarragorik?

Donostia Turismoa pintxoaren balioak babesteko eta bultzatzeko lanean ari da, guztiekin elkarlanean: tabernak, jatetxeak, ostalaritza txikiak, herriarrok, bisitariak...

Zaindu ditugun gure pintxoak!

Informazio gehiago:



Urteko ekitaldia enpresa elkartuekin: enpresa elkartuen kopa

Abenduan, San Martin Merkatu berrituan, hiriko sektore turistikoko enpresen urteroko topaketa egin zen enpresa elkartuekin.

Sektorearen baterako urtebeteko lana ospatu zuten sektorea ordezkatzan duten 100 enpresa eta erakunde baino gehiagok eta 225 gonbidatuk baino gehiagok.



4.4.7. DSS Turismoaren webgunea eta landing orriak

2024a urte aparta izan da webgunean erregistratutako saio kopuruari dagokionez. Nabarmen handitu da trafikoa, hala organikoa nola publizitate kanpainetatik datorrena.

Kalitate oneko saioak izan dira eta erosteko joera handiagoa egon da; alabaina, argitalpen gutxiengo deskargatu dira eta harreman txikiagoa sortu da.

Aisialdiaren webgunea



Laburbilduz, orokorrean esan dezakegu urte bikaina izan dela, bi milioi eta erdi bisita baino gehiago izan baititu webguneak, eta gehienak kalitate handikoak izan dira.

Egindako publizitate kanpainak oso emaitza ona izan dute; izan ere, webgunera askoz ere bisitari gehiago erakartzea lortu dute eta kalitate oso oneko bisitak eragin dituzte.

Saioak: 2.578.006, 2023an baino % 48 gutxiago.

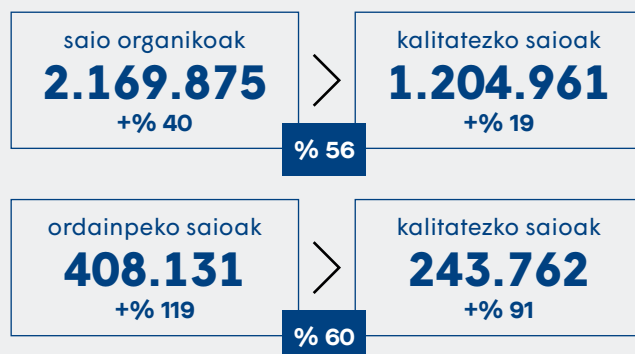
Kalitatezko saioak: 1.488.723, 2023an baino % 27 gehiago.

Argitalpenen deskargak: 153.744 unitate deskargatu dira webgunetik.

1.484.257 erabiltzaile webgunean.

Erosketa izan duten 3.700 saio baino gehiago erregistratu dira.

TRAFIKO ORGANIKOA VS ORDAINPEKOA



Merkatuak

AEBetako eta Japoniako merkatu tradizionalak nabarmen egin dute gora 2023aren aldean. Eta Europako merkatuak ere hazi dira, esaterako, Herbehereetako, Belgikako, Alemaniako eta Italiako.

10 herrialde nagusiak	Saioak	%
Espainia	1.038.042	% 40,1
Frantzia	735.796	% 28,4
Erresuma Batua	201.342	% 7,8
AEB	141.635	% 5,5
Alemania	43.461	% 1,7
Herbehereak	42.410	% 1,6
Irlanda	41.176	% 1,6
Australia	33.357	% 1,3
Belgika	22.964	% 0,9
Suedia	19.852	% 0,8

10 herrialde nagusiak

Herrialdea	Saioak
Espainia	1.038.042
Frantzia	735.796
Erresuma Batua	201.342
AEB	141.635
Alemania	43.461
Herbehereak	42.410
Irlanda	41.176
Australia	33.357
Belgika	22.964
Suedia	19.852

10 hiri nagusiak	Saioak	%
Madril	282.293	% 10,9
Paris	198.970	% 7,7
Donostia	145.251	% 5,6
Bartzelona	113.058	% 4,4
Londres	97.548	% 3,8
Bordele	92.949	% 3,6
Bilbo	72.373	% 2,8
Dublin	30.110	% 1,2
Valentzia	29.410	% 1,1
Zaragoza	26.536	% 1,0

10 hiri nagusiak

Herrialdea	Saioak
Madril	282.293
Paris	198.970
Donostia	145.251
Bartzelona	113.058
Londres	97.548
Bordele	92.949
Bilbo	72.373
Dublin	30.110
Valentzia	29.410
Zaragoza	26.536

Bisitak kanalaren arabera

Bilaketa organikoko kanalaren bisitak trafiko guztiaren % 71 dira. Kanal guztien artean, bilatzaileetako publizitatea nabarmentzen da, bisiten % 13 ekartzen baitu.

Kanalak	2024
Google kanal organikoa	% 71
Google ordainpeko kanala	% 13
Sare sozialen kanal organikoa	% 0,4
Sare sozialen ordainpeko kanala	% 3
E-mailaren kanala	% 0,3
Zuzeneko kanala	% 8
Erreferentziazko kanala	% 2
Display kanala	% 0,5
Beste batzuk / ezezaguna	% 1

SHOP



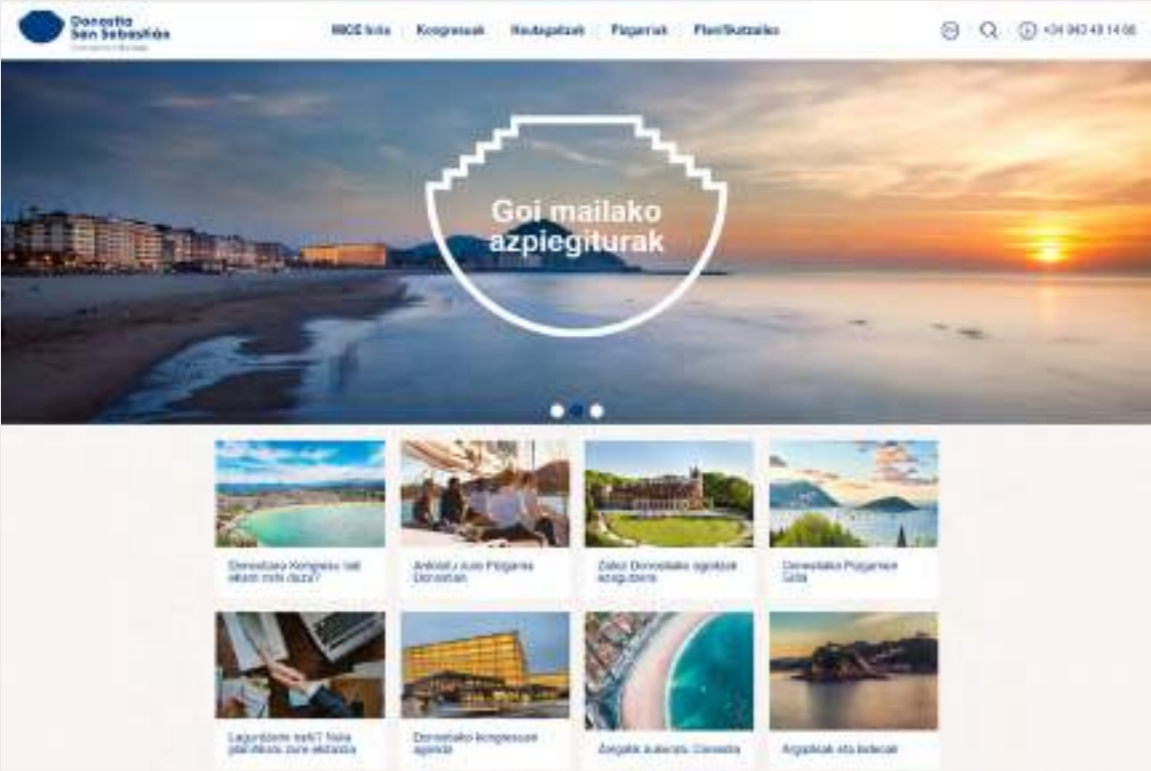
Onlineko dendaren webguneak ere bisita gehiago izango ditu 2024an. Publizitatean egindako inbertsioaren eragina bereziki nabaritu da produktuen salmentan, nabarmen handitu baita.

Merkatu nagusiak garrantziaren arabera, erosketen %tan.

Herrialdea
Espainia
Frantzia
Erresuma Batua
AEB
Alemania
Herbehereak
Irlanda
Australia

Espainiak, Frantziak eta Ingalaterrak egiten dituzte onlineko erosketen % 91.

MICE



Convention Bureau bulegoaren webguneak bisitari organiko gutxiago izan ditu (-% 12 bisita organiko, 2023aren aldean), eta publizitate kanpainetatik etorritako trafikoa izan da jaitsierarik handiena (-% 80 publizitate kanpainetatik datozen bisitetan).

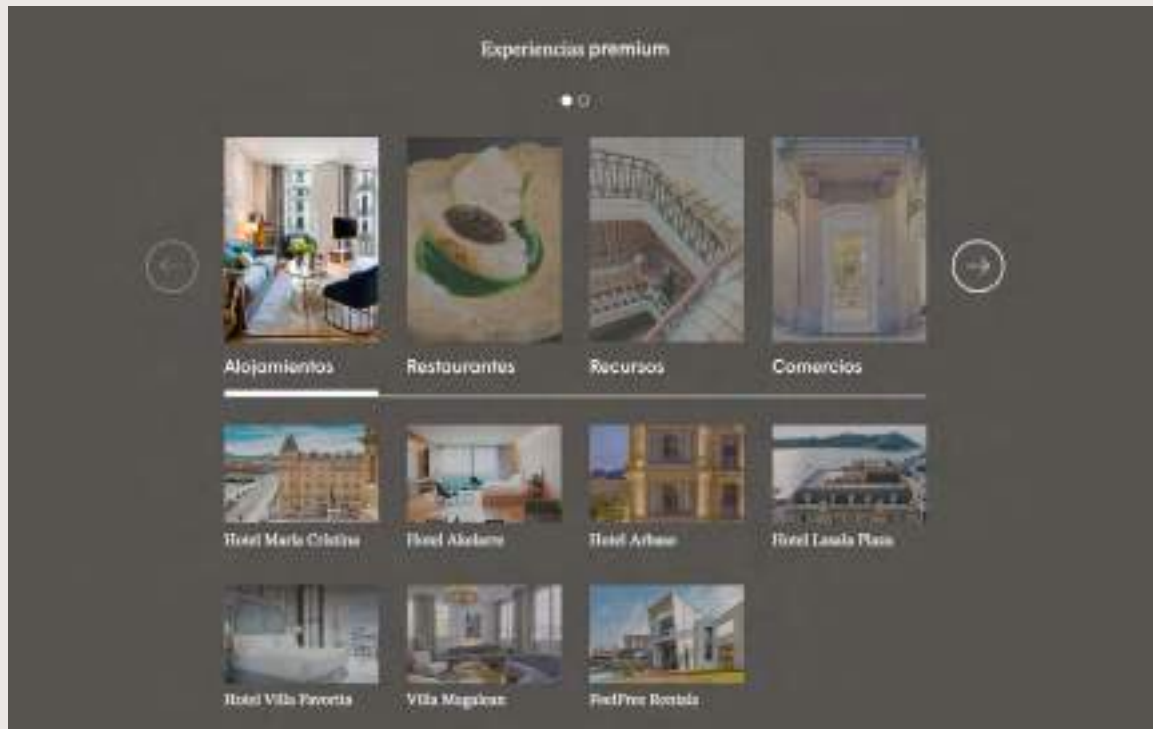
Saioak: 28.497, -% 22

Ikusitako orriak: 53.769, -% 34

Herrialde nagusiak	Saioak	%
Espainia	19.226	% 67,5
Frantzia	3.293	% 11,6
Erresuma Batua	1.374	% 4,8
Alemania	457	% 1,6
Herbehereak	306	% 1,1

Premium webgunea

Premium segmentuarentzako webguneak askoz ere bisita gehiago jaso ditu 2024an. Nabarmen ugaritu dira enpresa elkartuen fitxen bisitak eta, batez ere, premium katalogoaren deskargak.



Saioak: **43.307 kalitatezko saio**, elkarrekintzarekin.
Argitalpena deskargatzea / bideoa ikustea, etab.

Bazkideen 10.500 fitxa baino gehiago bistaratu dira.

Eskuliburuaren +11.000 deskarga.



Herrialde nagusiak	Saioak	%
Espainia	27.059	% 45,0
Mexiko	11.019	% 18,3
Irlanda	7.931	% 13,2
Erresuma Batua	6.075	% 10,1
Estatu Batuak	4.706	% 7,8
Herbehereak	2.577	% 7,6

Irisgarritasun webgunea



Donostia irisgarriaren webguneak ondo funtzionatu du 2024an; izan ere, 2023an izandako bisiten bolumen antzekoa mantendu du eta pixka bat ugartu dira bisitatutako orrialdeak.

Saioak: 76.658, -% 1
Ikusitako orriak: 125.947, +% 6

Bazkideen 72.100 fitxa bistaratu dira. Oso ondo posizionatutako webgune bat da, eta bilaketen iturriak handiena hirirako irisgarritasunarekin lotuta dago.

Members



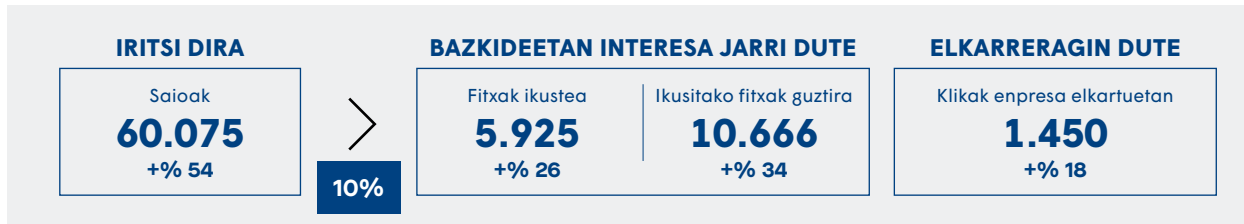
Members orria Donostia Turismoko enpresa elkartuentzako intranet bat da; horretan, haientzako berariazko informazioa bistaratu eta deskargatu dezakete. Web orri honek 2023an baino % 11 bisita gutxiago izan ditu.

Saioak: 1.010, -% 11.
Ikusitako orriak: 18.382, +% 19

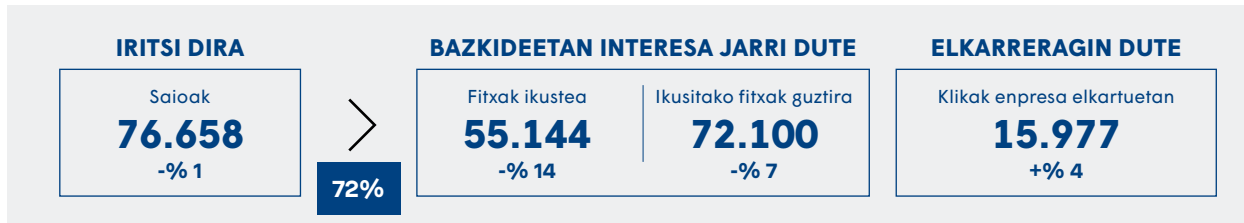
Bazkideen bistaratzeak turismo webguneetan

Behera egin dute Convention Bureau bulegoan eta Accessibilityn. Elkartutako enpresen bistaratzeek gora egin dute, baina turismoko webguneetatik haietara bidalitako trafikoak behera egin du. Premium da ildo horretan hazkunderik handiena izan duen webgunea.

Premium



Accessibility



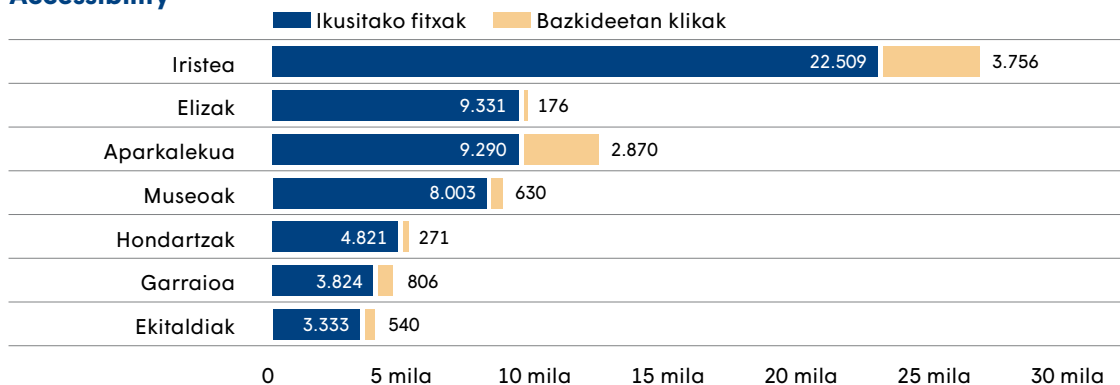
Bazkideen zerrendak: **+207.237** aldiz bistaratu dira bazkideen zerrendak.

Bazkideen fitxak: **+242.264** aldiz bistaratu dira bazkideen fitxak.

Klikak fitxetan: **+117.357** klik.

Zerrenden bistaratzeak eta ondoriozko klikak, enpresa motaren arabera.

Accessibility



4.4.7.1. Funtzionaltasun berriak, webgunearen hobekuntzak

Estilo berria sansebastianturismoa.eus webguneari

2024ko ekainean, atari osoa berriz diseinatu zen eta produktuen aurkezpena eta webgunearen erabilgarritasuna hobetu zen, erabiltzailearen esperientzia hobetze aldera.

Aldaketen arrakastari esker, produktu gehiago sartu dira erosketa organ eta salmentek % 160 egin dute gora. Erosketa azkarragoa denez, erabiltzaileak denbora gutxiago behar du onlineko dendan eta erosketa prozesua bertan behera uzten dutenen tasa murriztu da.

The screenshot displays the 'Bus turistikoa' (Tourist Bus) section of the San Sebastián Tourism website. The main content area features a large image of a woman smiling on a bus, with a price of 16€ and a 20% discount. The right sidebar contains a 'IRAGAZI' (Feedback) section and a 'BETEROARENTZAKO ARKETA-ZERBITZUA' (Feedback Service) section.

IRAGAZI

- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa
- Irakurlearen iradizketa

BETEROARENTZAKO ARKETA-ZERBITZUA

4 STELEHENETIK LAGUNTZEN

08:00 - 12:00

08:00 - 12:00

08:00 - 12:00

AKU COURTESY

Ordezko zerbitzu - Gabeleko iradizketa

+34 943 919 112

info@sansebastianturismoa.eus

ZURE EROSKETAREN

2 GKE BATENTZAT

Ordezko zerbitzu eta

iradizketa

MICErako jatetxe eta hotelen bilatzaileak

Webgunearen MICE atalean, jatetxeen bilatzailea egokitu da eta dagozkion iragazkiak jarri zaizkio.

Jatetxeen gida

Ondo jaten da hiri honetan!

Donostiak kolore eta zapora guztietako jatetxeak ditu. Eltzekoa edo pintxoak jan ditzakezu, eserita edo zutik, leku dotorean edo hiri-estatu batean. Berdin du... Donostian, sukaldaritza adierazten du agian hitzez adierazten ez dakiguna. Pintxo eta Pixer bakoitzak bere lengoaia du, eta horien bidez saiatzen gara ahaztu ezingo dituzun emozio berriak transmititzean.

Gabonetan (Gabein gauean, Eguberri egunean, Urteazahar gauean, Urteberri egunean...) donostian atxidu edo bazkaldi nahi duzu? Egun hauetan inoizak egongo diren jatetxe batzuen zerrenda duzue [hemen](#).

Bilatu zure beharren arabera establezimendu ideala

Establezimendu mota

☐ Aukera begetarianoak

☐ Txakumak onartzen ditu

☐ Irakurkorrak

☐ Aukera zeliakorrak

☐ Terraza

☐ Sukaldaritza zabalik egun osoan

☐ Irigarritasun-Informazioa

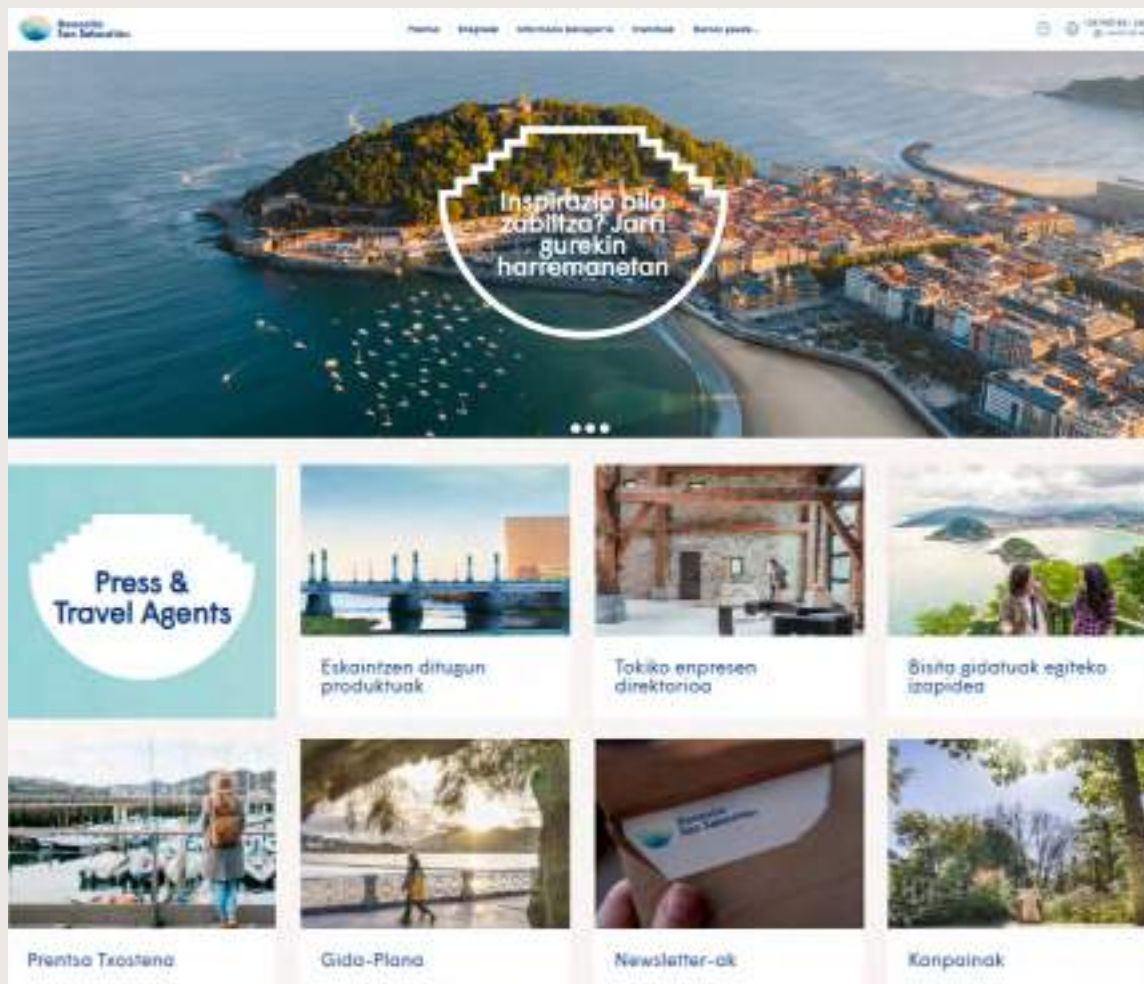
Webgunean leadak erakartzea

Leadak erakarri eta webguneako erabiltzaileen kontaktuak sortze aldera, urrian banner bat jarri zen abian. Horren bidez, nabigazio betekizun jakin batzuk betetzen dituzten erabiltzaileei beren helbide elektronikoa uzteko gonbita egin zitzaion, haien bilaketekin edo nabigazioarekin lotutako informazioa emateko.

Astean 300 helbide elektronikoa baino gehiago lortzen dira, zenbait hizkuntzatan.



Nueva sección web dirigida al sector turístico: Travel agents



2024an atal berri bat sortu da webgunean, aisialdiko turismoaren sektoreko profesionalen eskaerei erantzuteko. Horren bidez, Donostian eta inguruetan bidaiak eta esperientziak antolatzen dituztenei laguntza eta inspirazioa eman nahi zaie.

Era berean, webguneak "Izapideak" atala dauka, Donostiako turismoarekin lotutako administrazio prozedurei buruzko informazio argi eta eguneratua emateko. Atal horretan, funtsezko bi alderdiri buruzko xehetasunak aurkituko dira: araudia eta baimenak talde eta gida turistikoentzat, bai eta lineaz kanpoko autobusetako bidaiariak igo eta jaisteko prozedura ere, zeina funtsezkoa baita hirian garraio turistikoa behar bezala antolatzeke.

4.4.8. Komunikazio kanpaina eta ekintza aipagarriak

Posizionatzeko estrategia. Ekintza zehatzak eta sustapen kanpainak

Berezko kultura eta identitatea

2024an, Donostia Turismoak funtsezko ekimen batzuk bultzatu ditu, gure benetakotasunaren elementu nagusiak azpimarratzeko.

Aurten, bereziki nabarmena izan da Eduardo Chillidaren mendeurrenari emandako bultzada, berezko edukia sortuz eta ospakizun horrekin lotutako ekitaldi ugariak modu aktiboan zabalduz.

Bestalde, 2024an, aipagarria izan da *Pintxotan: ba al dago ezer donostiarragorik?* kanpaina, zeinak pintxoak gure gastronomiaren sinbolo gisa nabarmendu baititu, bisitariak eta herritarrek Donostiako tabernen tradizioarekin eta sormenarekin konektatzuz.

Era berean, *Euskara plazara!* kanpainak gure hizkuntzaren aberastasunaren balioa azpimarratu du, herritarren harrotasuna sustatuz eta euskara bisitariengana hurbilduz, partaidetzazko zenbait jarduera dinamikoren bitartez.

Halaber, sare sozialetako kanpaina bat egin da tokiko denda elkartuen berezitasuna eta balio bereizgarria indartzeko.

Ekintzok agerian jartzen dute Donostia nortasun paregabeko toki bihurtzen duten ezaugarriak zaindu eta zabaltzeko dugun konpromisoa.

Pintxotan: ba al dago ezer donostiarragorik?

2024an egindako ekintzen esparruan, Donostiako gastronomiaren idiosinkrasia sustatzeko kanpaina bat egin zen, pintxoaren esentzia bereziki azpimarratzen zuena.

Ekimenean, *reels* formatuko bideo laburrak sortu ziren sare sozialetarako, Donostia Turismoaren Pintxo Gidan eta Pintxoaren Institutuaren Donostiako Pintxoaren Dekalogoan oinarrituta.

Bideo horietan, Donostia Turismoarekin elkartutako tabernetan girotutako benetako istorioak kontatu ziren, establezimendu horiek tokiko sukaldaritzaren nortasunarekin duten konpromisoa azpimarratuz. Kanpaina bisitariarentzat izan zen, Donostia helmuga gastronomiko paregabe gisa agertzen zuelako, baina baita herritarrentzat ere, Donostia Turismoak eta taberna parte hartzaileek helmugaren benetakotasuna babesteko duten konpromisoa indartzen baitu.



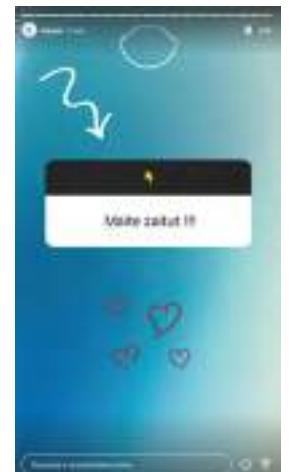
Euskara Plazara!

2024ko azaroan, *Euskara plazara!* kanpaina jarri zen abian. Ekimen honen xedea euskararen erabilera sustatzea da, herritarrak beren hizkuntzaz harro sentiaraziz eta bisitariak euskara ezagutzeko aukera emanez. Azaroko azken bi asteetan, zenbait ekintza interaktibo egin ziren, hala sare sozialetan nola turismo bulegoan.

Ekintzak bisitari eta herritarrentzat izan ziren, eta euskara eta euskal kultura sustatzeko xedea zuten. Sare sozialen bidez edo turismo bulegoan bertan, bisitariak galdetu genien ea euskarazko hitzik ikasi zuten, eta hitzen bat zekitenen iman bat eman genien opari.

Bestalde, atzerriko lagunei euskarazko hitzak irakatsiz izandako esperientziari buruz hausnartzera eta nazioartean zein euskal hitz ezagutu beharko litzatekeen proposatzera animatu genituen herritarrak. Ekintza horrek elkarrekintza eta harrotasun kulturala sustatu zituen, eta helmugaren eta haren identitate linguistikoaren arteko lotura sendotu zuen.

Gainera, lehiaketa interaktibo bat antolatu genuen sare sozialetan, zeina zozketa batekin amaitu baitzen Euskararen Egunean (abenduaren 3an). Saria bi lagunentzako bazkari bat izan zen, tokiko jatetxe elkartu batean. Kanpainak sormena, interakzioa eta harrotasun linguistikoa uztartu zituen, euskararen presentzia indartzeko, Donostiarraren identitatearen funtsezko alderdietako bat den aldetik.



Eduardo Chillidaren mendeurrena

Eduardo Chillida (1924-2002) eskultorearen jaiotzaren mendeurrenaren harira, 2024an hainbat ekitaldi eta komunikazio ekintza egin dira haren obra eta bizitza gogora ekartzeko. Kultur ekitaldi honen helburua, Chillidaren obra eta ondarea omentzeaz gain, hiria-ren posizionamendu kulturala indartzea, turismoaren urtarokotasuna ahultzea eta helmuga deskontzentratzen laguntzea izan da.

Donostia Turismoak *Eduardo Chillida* 100 urte. Topaketa-lekua jardueren programa aurkezten lagundu zuen FITUR 2024 azokan, urtarilaren 24an, Euskadi Basque Country gunean.

2024an, Donostia Turismoak aktiboki babestu du Eduardo Chillidaren mendeurrenaren ospakizuna, berezko edukia sortuz eta ospakizun horrekin lotutako askotariko ekitaldiak sustatuz.

Ekitaldiaren berri eman dugu geure komunikazio kanal nagusien bidez (webgunea, agenda kulturala eta sare sozialak); hala, urtemuga kultural horren irismena zabaltzen lagundu dugu, hala tokian-tokian nola nazioartean.



Elkartutako tokiko dendentzako kanpaina

2024an, Donostia Turismoak kanpaina bat egin zuen sare sozialetan, ikusgarritasun handiagoa emateko elkartutako tokiko dendei; horretarako, *reels* dinamiko eta erakargarriak sortu zituen. Bideo horietan, ikusleei "benetako artisau saltokien ibilbideak" ezagutzeko gonbita egiten zitzairen, Donostiako negozioen berezitasuna eta balio bereizgarria azpimarratuz.

Horri esker, elkartutako denden benetakotasuna eta kalitatea sustatzeaz gain, sare komertziala indartu zen Donostiaren identitatearen funtsezko zutabe gisa, turismoaren arloan eta tokiko eremuan duen garrantzia sendotuz.



4.4.8.1. Sare sozialak

Sare sozialak hiriaren, haren erakargarritasunen eta ekitaldien erakusleirio dira, eta aukera ematen dute bisitari eta herritarrekin berehalako harremana izateko. Horien bidez, balioa ematen duten kalitatezko edukiak sortzen ditugu, bisitatzeko gogoia pizten duen kultura- eta paisaia-ondare bat erakutsiz.

Bisitariak Donostian daudenean esperientziaz ahalik eta gehien gozatzeko aukerak eta planak eskaintzen ditugu: planak, ibilbideak, tradizioa, esperientzia desberdinak...

Gure lurraldearekiko kidetza sortu ondoren, bidaia-irteeraren inguruko oroitzapena sortu behar da unibertso digitalaren bidez: egin genuena eta egiteko geratu zitzaiguna jaso behar da.

Jarraitzaile gehiago eta interakzio handiagoa lortu ditugu sare sozialetan.

Donostia Turismoaren sare sozialak, oro har, batzuetan geureak eta, neurri txikiagoan, hirugarrenenak diren eduki organikoz elikatzen dira. Kontuek potentziala eta jarraitzaile kopuru handia dituzte, eta etengabe argitaratzen dugu askotariko edukia.

2024an, Instagramen metrikak hazi egin dira, bereziki *reeletan* eta *story* motako argitalpenetan. *Insight* direlakoak (jarraitzaileak, inpresioak, irismena, profilerako bisitak edo webgunerako klikak) ugaritu egin dira hilabetez hilabete.

Donostia Turismoko sare sozial guztien (Instagram, Facebook, X, LinkedIn eta Pinterest) jarraitzaileak % 20 inguru ugariatu dira 2024an.

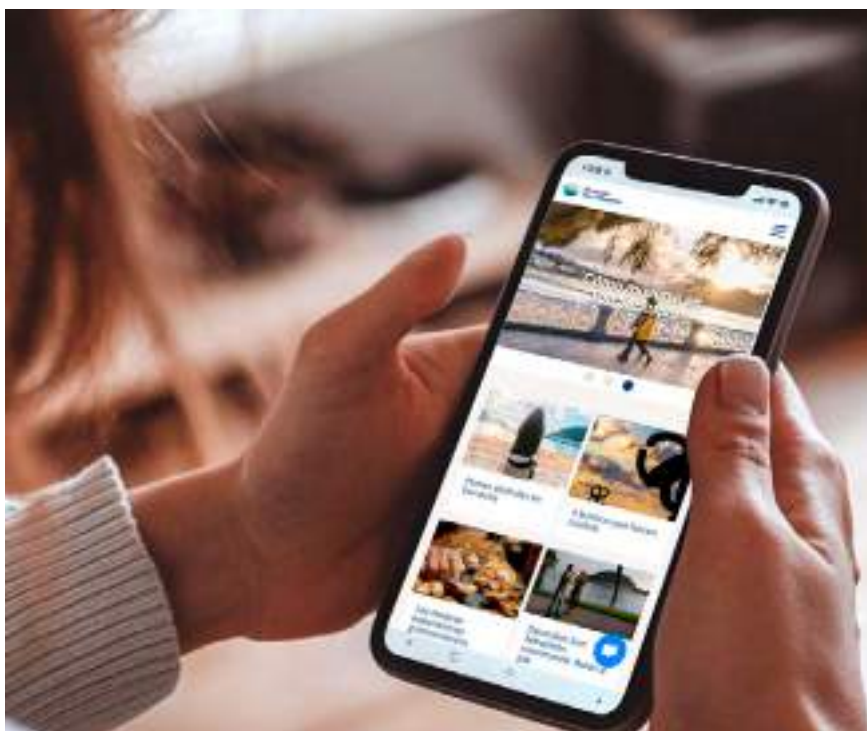
Hilabete hauetan, oreka bat mantentzen saiatu gara hiriko toki enblematiko eta ezagunen eta Donostian ezagutu beharreko toki tipikoenetik ateratzen diren edukien artean. Halakoak dira, adibidez, auzoei, oinezko ibilbideei, inguruei eta abarri buruzko edukiak.

Argitalpenok ez dute inpresio eta interakzioen inpaktu handiagoa lortzeko xederik. Hau da, helburua ez da "atsegin dut" edo iruzkin kopuru handia lortzea.

Jarraitzaileen hazkunde organikoa handitzeko dugun estrategiaren xede nagusia da jarraitzaile kopurua nabarmen eta modu jarraituan handitzea, interakzioa, ikusgarritasuna eta hiriarekiko interesa sustatzen duten ekintzen eta ikuspegi bidez.

Horrela, jarraitzaileak lortzeaz gain, komunitatea sortzen dugu.

Inguruko hirietako gainerako turismo kontuekin alderatuta, Donostiaren kontua oso posizio onean dago; izan ere, engagement tasa altuenetakoa da eta fidelotasun tasa oso handia du.





Helburua da parte hartzea eta *engagement* delakoa sustatzen duten irudi eta bideo erakargarrien bidez jendea inspiratzea, eta komunitatearen leialtasuna sustatzea. Edukiek interakzioa sortu eta tokiko esperientzia paregabeak nabarmendu nahi dituzte, *story*, *reels* eta posten bidez.

Erabiltzailearekin komunikatzeko gaur egungo kanal nagusietako bat da. Sare sozial honek aukera ematen digu erabiltzailearekin *engagement* eta kidetza sortzeko, ikus-entzunezko material propioa eta kalitatezkoa emanez.

Sare honetako xede taldea zabala da: 18-35 urteko pertsonak, tokiko esperientzia benetako, kultural, jasangarri eta gastronomikoetan interesa dutenak. Hala Estatuko nola nazioarteko bisitariak eta Donostiako kulturen interesa duten bertakoak erakartzen ditu.

Estrategia horren bidez, Instagramen jarraitzaile kopurua 69.97 K-ra igo da 2024an, hau da, % 15,37 handitu da.

Igoera 2024ko urtarriletik abendura



Urteko post nagusiak

<https://www.instagram.com/p/DDrHXpvyIx/>



Impresioak 49.61 K Interakzioak 4.5 K



Impresioak 24.08 K Interakzioak 2.24 K



Impresioak 23.22 K Interakzioak 1.93 K

Urteko reel nagusiak

<https://www.instagram.com/reel/C2UInE3hr1U/>



Bistaratzek 30.16 K Interakzioak 1.35 K



Facebook

Facebookeko plataforma Donostiako ekitaldi, jarduera eta berrikuntzen berri emateko erabili da. Era berean, Facebookek komunitatearen parte hartzea eta elkarrizketa sustatzen ditu, eta turistari arreta ematen dio, dituen galderei erantzuteko. Kanal hau baliagarria da informazio zehatz eta egituratua emateko, helmugan sakondu nahi duen publikoari egokitu.

Sare honen xede taldea jarduera turistikoetan interesa duten familiak eta 25-55 urteko helduak dira. Halaber, tokiko nortasuna, arkitektura, tradizioak eta gastronomia eskaintzen duten helmugetan interesa duten bidaiariak sartzen dira.

Facebookeko komunitatea 38.12 K jarraitzaile baino gehiago izatera iritsi da; hau da, % 2,09 hazi da.

Urteko reel nagusiak

<https://www.facebook.com/reel/1270133770971729>



Bistaratzak 31.251 Irismena 16.420

Igoera 2024ko urtarrietik abendura



Urteko post nagusiak

<https://www.facebook.com/sansebastiantourism/videos/922031976356838/>



Irismena 15.83 K Interakzioak 15.91 K



Irismena 26.56K Interakzioak 26.56K



Alcance 24.83K Interakzioak 25.40K



Donostia Turismoak sare honekin lortu nahi du helmugako ekitaldi eta albisteei buruzko denbora errealeko albisteak ematea, bai eta sektoreko beste profil batzuekin harremana izatea ere, markari ikusgarritasuna emateko. Sarea berrikuntza azkarrak partekatu eta elkarriketa aktiboak izateko erabiltzen da, polemiketan erori gabe, profil baxu baina eraginkorra mantenduz.

Sare honetan, sare sozialetan aktiboak diren bidaiariak, hedabideetako profesionalak eta turismo jasagarrian eta gastronomian interesa duten pertsonak aurki ditzakegu.

2024an, komunitatea 14.86 K jarraitzailera heldu da; hau da, lehen baino % 0,16 gehiago.

Igoera 2024ko urtarriletik abendura



Urteko post nagusiak

<https://x.com/DSSSTourism/status/1824431916558197046?mx=2>



Inpresioak 1.1 Interakzioak 1.141

<https://x.com/DSSSTourism/status/1789955780126396767/quotes>



Inpresioak 1.05 Interakzioak 155

<https://x.com/DSSSTourism/status/1748616350912676343>



Inpresioak 1.01 Interakzioak 1.929

Convention Bureau bulegoaren LinkedIn eta X

Bi sare sozial hauekin lotura profesionalak egiten dira, Donostiako turismoaren inguruko albiste eta joera garrantzitsuak partekatzen dira, eta hiria kalitatezko helmuga jasangarri gisa posizionatzen da.

Gainera, Donostia merkataritzako ekitaldi eta jarduerak (MICE) egiteko toki gisa sustatzeko erabiltzen da LinkedIn, helmugaren profesionaltasuna eta esperientzia azpimarratuz.

Hau da sareon xede taldea: sektore turistikoko profesionalak, enpresak, ekitaldien antolatzaileak eta jasangarritasunean eta marketinean adituak.

2023ko maiatzean hasi ginen bi sareok erabiltzen; beraz, ezin dugu aurreko metrikekin alderatu.

Nabarmendu behar da komunitatea handitu egin dela.

2024an, Convention Bureau bulegoak 178 jarraitzaile lortu zituen guztira, eta Linkedinek, berриз, 2.127.

Hazkundera LinkedInen



Urteko post nagusiak LinkedInen

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:ugcPost:7171794558534594560/?actorCompanyId=2102672>



Inpresioak 1.48 K. Erreakzioak 38

Urteko post nagusiak Xen

<https://x.com/SanSebastianCB/status/1757681478165504064>



Inpresioak 252. Interakzioak 4

Komunitatearen hazkundera

Sare sozialetako komunitate eta interakzioek nabarmen gora egin dute urterik urte; hala, zifra hauetara iritsi dira 2024 amaieran:

Instagram:

69.97 K jarraitzaile

Facebook:

38.12 K jarraitzaile

X / Twitter DSStourism:

14.86 K jarraitzaile

X / Twitter SanSebastianCB:

178 jarraitzaile

Pinterest:

7.341 jarraitzaile

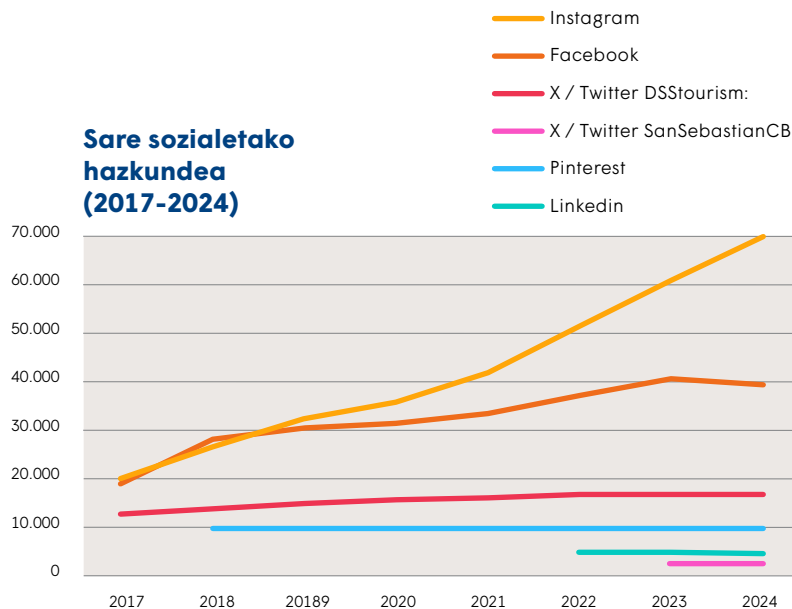
Linkedin:

2.127 jarraitzaile

YouTube:

96.292 bistaratze 2024an

Sare sozialetako hazkundera (2017-2024)



GUZTIRA: 132.596 jarraitzaile sare sozialetan, 2023an baino % 19,96 gehiago, eta % 15,16ko igoera interakzioetan.



4.4.8.2. Hedabide espezializatuekiko lankidetza

Donostia Turismoak aurrez hautatutako hedabide eta eragin sortzaileekin egiten du lan, bere lehentasunezko ardatz, xede talde eta merkatuekin lerrokatuta (city break, gastronomia, premium...), bidaiaren zati bat ordainduz edo informazioa, kontaktuak eta abar partekatuz.

Aurten, Donostia Turismoaren merkatu estrategikoetako lehen mailako nazioarteko zenbait hedabideekin aritu gara lankidetzan; hauekin, adibidez: Bradt Guides, munduko bidaia argitaletxe independente nagusia; Belgikako *Gazet van Antwerpen* egunkaria, gastronomiari buruzkoa; *Beaux Arts* arte aldizkaria, Eduardo Chillidaren jaiotzaren mendeurrena ospatzeko interesa zuena, etab. Halaber, aipagarria da hedabide hauekin izandako lankidetzak: *Gastro Magazine* (Danimarka), *Boston Globe* (AEB), *Explore Magazine* (Australia), *Gourmet* (Suedia), *Berlingske* (Danimarka), *Texas Lifestyle Magazine* (AEB), *Sheridan Road Magazine* (AEB), *Multicultural Travel News* (AEB), *Monocle* (Erresuma Batua), *Die Zeit* (Alemania), *Michelin Gida* (Frantzia), *Richesse* (Japonia), *Style Magazine* (Italia), *Ferieblogger.dk* (Danimarka) eta *Vogue* (Mexiko). Baita eduki sortzaile hauekin izandakoa ere: @dobbernation (Kanada), profil premium eta gastronomikoa, eta @blessedarch (India), profil premium eta kulturala.

Eragin sortzaileekin egindako ekintzak

2024an, jasangarritasunaren, benetakotasunaren eta irisgarritasunaren balioak partekatzen zituzten eragin sortzaileekiko lankidetzan oinarritutako komunikazio digitaleko estrategia finkatu zen.

Beren kanalen bidez, oso ezagunak ez diren txokoak eman zituzten ezagutzera, garraibide jasangarriak sustatu zituzten (bizikleta eta garraio publikoa), eta tokiko kultura eta gastronomia aberastasuna azpimarratu zituzten.

Zenbait adibide:

Jasangarritasuneko eragin-sortzailea: Amaiur Sarriegi @amaiursarriegi

<https://www.instagram.com/reel/DEVhywqo1S4/>

Zenbat kontutara iritsi den: 28.185
Bistaratzek: 20.096



Eragin-sortzailea: Eloisa Patat @eloisapatat

<https://www.instagram.com/reel/DDfdydKo-LM/>

Zenbat kontutara iritsi den: 30.298
Bistaratzek: 34.700



Ekintzoi esker, publiko gazteago eta sentsibilizatuago batekin konektatu dezakegu, gure ingurunea eta tradizioak errespetatzen dituen turismo arduratsu bat sustatzeko.

4.4.8.3. Komunikazio ekintzak

Kanpo sustapenerako komunikazioaz gain, beste komunikazio ekintza batzuk diseinatzen dira Donostia Turismoaren enpresa elkartuei, turismo sektoreari oro har eta herritarrei informazioa emateko; hain zuzen, herritarrek ere gero eta garrantzi handiagoa dute turismo- eta komunikazio-estrategian. Donostia Turismoak erreferente nagusi izan nahi du hiriko eta lurraldeko turismoaren kudeaketa publiko eta pribatuan; hori dela eta, bere jardueraren berri eman nahi du hedabideen, albisteen eta buletin bidez.

2024an, egindako elkarrizketak, albisteak eta antolatutako prentsaurrekoak batuta, 75 inpaktu sortu dira, geure presentzia bermatuz tokiko eta eskualdeko hedabide nagusietan –*Euskadi Irratia, ABC, EFE, La Vanguardia, La Sexta, ELLE, La Ser, Berria, France Blue, EITB, France 2, RNE, Onda Cero, France 3, La Vanguardia, Periodic d'Andorra, Onda Vasca, Diario Vasco, etab.*– eta sektore turistikoko hedabide espezializatueta, hala aisialdiaren nola negozioen arloetan –*Hosteltur, Evento Plus, Meet In* eta *Nexotour*, besteak beste–.



PRENTSA-OHARRAK

Azkeneko prentsa oharrak



[Bazkideen Kopa 2024 arrakastatsua](#)

[Donostia Turismoak bere komunitatea enpresa kide berriekin zabaltzen du](#)

[Aurrerapauso positiboak Donostiako turismo kudeaketa: 2024ko usan ezarritako neurrien lehenengo emailtzak](#)

[Donostiak 25era murriztuko du turista-taldeetako gehieneko pertsona kopurua](#)

[Eduardo Chillidaren mendeurreneko egitaraua aurkeztuko da Fitur azokan](#)

2024/12/13

2024/12/01

2024/09/17

2024/03/20

2024/01/24

SEKTOREARENTZAKO ALBISTE TURISTIKOAK

2024an turismo sektorearentzako albisteak sortzen jarraitu dugu webgunean, hala MICEko nola aisialdiko profesionalentzat. Azken atal hori 2024an Travel Agents atal berrian sartutako berrikuntza bat izan da.

ALBISTEEN ATAL BERRIA

Aisialdiko turismoarekin lotutako albisteak:

<https://press.sansebastianaturismoa.eus/eu/eragileak/berriak-travel-agents>



**Donostia Berlingo
ITB azokan izango
da publiko
profesionalari
jasangarritasunaren
alde duen
posizionamendua
aurkezteko**



**Donostia
Turismoak
sustapen eta
lankidetzaren
areagotu ditu
hainbat merkatu
estrategikotan**



**Bisita gidatuak
San Telmo
Museoan**

MICE edo biltzarren turismoarekin lotutako albisteak:

<https://conventionbureau.sansebastianaturismoa.eus/eu/mice-hiria/berriak>



**Uztaileko kongresu
nabarmenak
Donostian**



**DSSTurismoaren
Convention Bureau
departamentuak
«Donostian
ondarea eraikitzen»
tailerra antolatu du**



**Donostia MICE
helmuga gisa
nazioartean
sustatzen**

BULETINEN DISEINUA

Sektorearentzako hiru hilean behingo buletina

Aurten, Donostia Turismoko enpresa elkartuentzako buletinaren diseinua berritu dugu, formatu erakargarri eta funtzionalago baten bidez informazio argia eta garrantzitsua emateko. Gainera, aldizkakotasuna aldatu diogu: orain hiru hilean behin bidaltzen dugu, komunikazio egituratuago eta osoago bat izate aldera.

Azken berriak
Asteak 2024

Bazkide berriak

Ongi etorria ematen diegu 11 bazkide berri

Donostia Turismoak bere komunitate zabaltzen jarraitzen du. Bazkide berri hauek bazkide nagusiarekin eta bereziki Donostia Turismoarekin elkarlanean lan egingo dute. Donostia Turismoak proiektu horien bidez egin nahi duen aldea da, aldiroko hiru hilean bidaltzen jarraituko.

[Irakurri artikulu guztia](#)

Albisteak

Bista giroak San Telmo Museoa

[Irakurri artikulu guztia](#)

Turismoaren profesionalen zuzendutako etal berriak DSSren webgunean

[Irakurri artikulu guztia](#)

Deialdiak

Digitalizazioari buruzko aholkularitza zerbitzuak enpresa turistikoentzat (Donostia Sustapena)

Enpresaren digitalizazioari buruzko aholkularitza zerbitzuak, enpresaren enpresen bidez ematen diren zerbitzuak eta enpresen enpresen bidez ematen diren zerbitzuak. Irakurri artikulu guztia.

[Irakurri artikulu guztia](#)

Kanpo-sustapena

ATIA

21-25 Urte
Torreón de San Juan, San Juan

26-28 Urte
Sustapen eta metaketa zerbitzuak
Madril, Madril eta Madril

29-31 Urte
World Travel Market, Londres

32-34 Urte
S.T.N. Cannes

VICE

35-40 Urte
VICE, Las Vegas

41-42 Urte
NICE, San Juan, Pasaia

43-44 Urte
BIM, Madril, Donostia

45-46 Urte
DFO, Donostia

[Kargatu agenda](#)

Behatokiaren buletina

Elkartutako enpresek sektoreko joerak ezagut ditzaten, Turismo Behatokiaren datu garrantzitsuenak biltzen dituen buletina berreskuratu dugu. Buletin honek informazio zehatza ematen du turismoarekin lotutako Donostiako estatistikei eta estatistiken azterketari berari buruz; hala, funtsezko tresna bat da sektoreak gure helmugan izan duen bilakaera ezagutu nahi duten profesional eta erakundeentzat.

Turismo Behatokia

Datuak 2024ko ekainia - iraila

[Kargatu artikulu guztia](#)

Datu Turistikoak
Ekainia - Iraila 2024ko 10.000

386.545
turistak

+14,48

211.068
turista gaur

+16,17

%88,9
turista gaur

+0,7

%2,23
turista gaur

+0,03

29
kongresuak

+1,7

9.496
turista gaur

+1,7

%61,6
kongresuak

+0,5

%38,4
turista gaur

+0,5

Ostatuak gaur eta bisitarien profila

Ostatuak gaur 147.000 hainbat da. 833.572tik 962.000tik gaur gaurerako estatistika ematen da. Hainbat hainbat turismo nazionalaren eta nazionalaren hainbat profila ematen da.

[Irakurri artikulu guztia](#)

Bisitarien profila eta gogobetetzea
2024ko 10.000

Ostatu gaur ematen

8,98 **8,93** **8,80**

Donostia gaur egite ardurak

8,71 **8,60** **8,90**

Azterketak Donostia

Donostia 2024ko ekainia eta iraila bitartean gaur egite duen turista hainbat da. 8.98tik 8.93tik 8.80tik gaur gaurerako estatistika ematen da. Hainbat hainbat turismo nazionalaren eta nazionalaren hainbat profila ematen da.

[Irakurri artikulu guztia](#)

4.4.9. Donostia hedabideetan eta sailkapenak

2024an, kontu handiz hautatutako hedabideekin lan egiten jarraitu dugu, hiriaren ardatz estrategikoekin lerrokatuta. Hala, prentsa bidaia antolatu eta helmugari buruzko informazioa eman dugu, inolako konpentsazio ekonomikorik eman gabe.

Hedabideekiko lankidetzaren horren –prentsa bidaien bidez edo onlineko informazioa emanez– eta helmugak nazioartean duen posizionamenduaren ondorioz, 2024an, Donostiari buruzko 2.200 artikulua egin dira Estatuko eta nazioarteko hedabide ospetsuenetan, 34,4 milioi euro baino gehiagoko AVE balioarekin (*Advertising Value Equivalent* edo publizitate balio baliokidea) eta 3.400 milioi euroko OTS balioarekin (*Opportunity to See*).

Komunikazio ekintza horien bitartez, Donostiari buruzko interes handia sortu da, eta argitalpenak egin dituzte nazioarteko hedabide ospetsuenetako batzuetan: *Glamour, Elle, Vogue, The Times, Condé Nast, Forbes, Gastro Magazine, National Geographic, Beaux Arts, The Guardian, BBC, Style Magazine...* Era berean, aipamen nabarmenak agertu dira hainbat bidaia-gida eta -sailkapenetan eta, ondorioz, hiriaren nazioarteko posizionamendua eta erakargarritasuna indartu dira.

Ekintzen inpaktua ikus daiteke zifra hauetan: 1.075 artikulua argitaratu dira nazioarteko hedabideetan, eta 969 artikulua Estatukoetan; horrek agerian jartzen du interes jarraitu eta gorakorra dagoela Donostiako kulturaren, gastronomiaren eta turismo eskaintzaren inguruan. Argitalpenoi esker, hiriak mundu mailan duen garrantzia finkatzen da eta, gainera, bidaia berriak hiriko erakargarritasun paregabeak ezagutzera bultzatzen da.



Donostia nazioarteko hedabide ospetsuenetan

Munduan ospe handiena duten bidaia gidek eta hedabideek Donostia helmuga erakargarri gisa posizionatzen jarraitzen dute.

▷ Ikusi Donostia hedabiderik ospetsuenetan:

<https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/hemen-gaude/prentsa-espezializatuak-denek-gomendatzen-dute-donostia>

▷ Ikusi Donostia nabarmentzen den sailkapen guztiak:

<https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/hemen-gaude/donostia-rankinetan>

▷ Ikusi Donostiari buruz argitaratu diren artikulua guztiak, ordena kronologikoan:

<https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/hemen-gaude/komunikabideetan>



5. **DSSTren** **antolamendua**

Xedea da giza baliabideen eta baliabide materialen kudeaketarekin, finantza kudeaketarekin eta erakundearen etengabeko hobekuntzarekin lotutako prozesuak diseinatu, planifikatu, garatu eta kontrolatzea.

Helburu nagusiak:

- Baliabideak (giza baliabideak, baliabide ekonomikoak eta materialak) erakundearen beharretara egokitzea.
- Langileen gogobetetasuna hobetzea.
- Legea betetzen dela ziurtatu eta zaintzea.

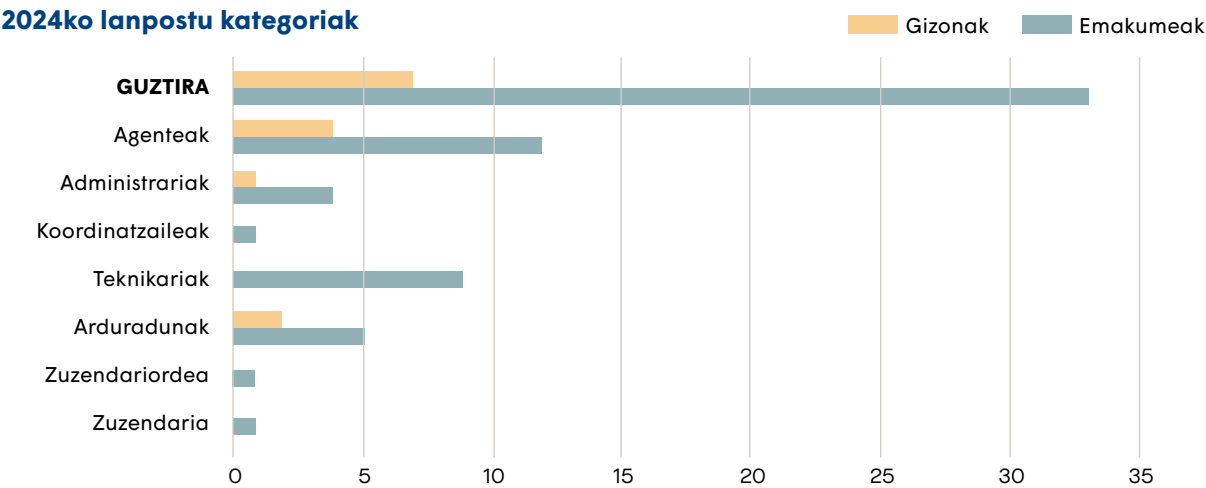
5.1. DSSTko langileak

Ondorengo atal hauetan, erakundeko langileen datu estatistikoak aurkeztuko ditugu.

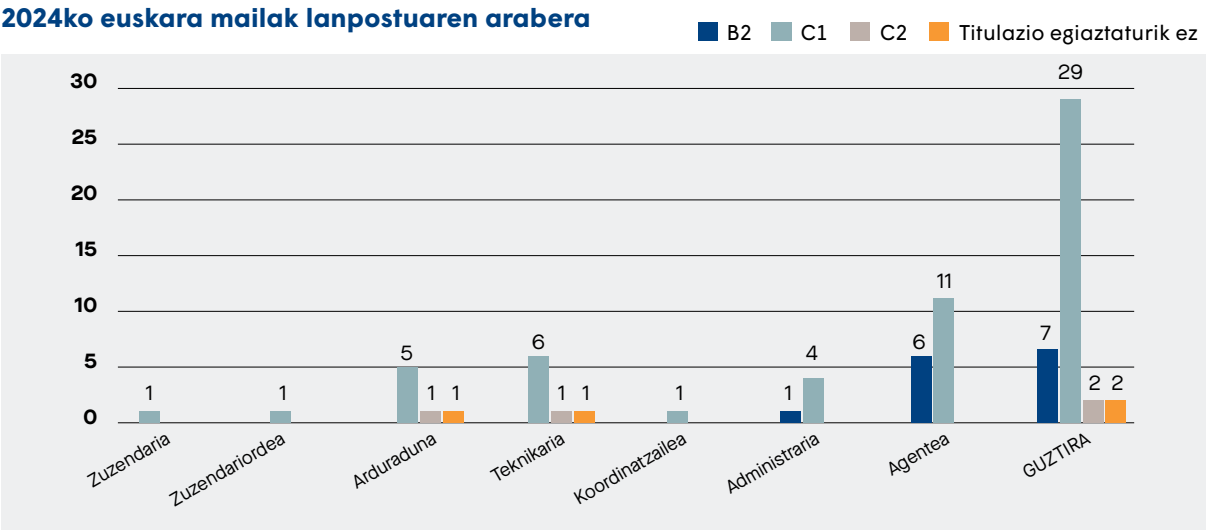
Lanpostu kategoriak

2024ko lanpostuak	Emakumeak	%	Gizonak	%
Zuzendaria	1	% 3	0	% 0
Zuzendariordea	1	% 3	0	% 0
Arduradunak	5	% 13	2	% 5
Teknikariak	9	% 23	0	% 0
Koordinatzaileak	1	% 3	0	% 0
Administrariak	4	% 10	1	% 3
Agentek	12	% 30	4	% 10

2024ko lanpostu kategoriak



2024ko euskara mailak lanpostuaren arabera

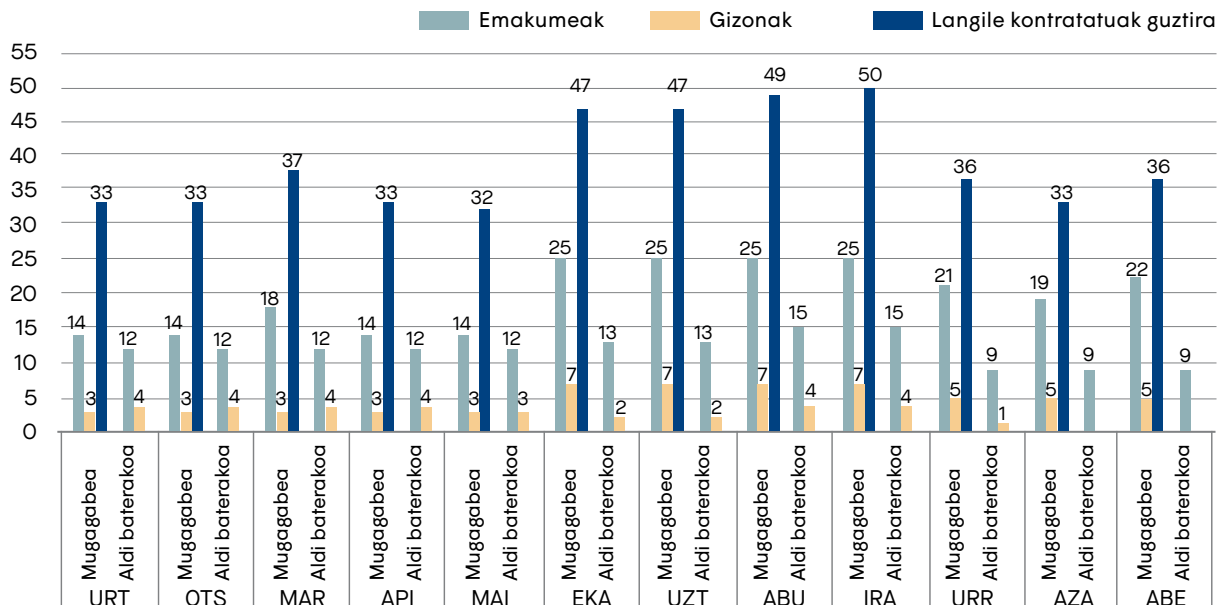


Lan harremanaren mota

Behin-behinekotasun tasa:
% 36,91

Langile kontratatuen kopurua		2024		
		Emakumeak	Gizonak	Langile kontratuak guztira
Urtarrila	Mugagabea	14	3	33
	Aldi baterakoa	12	4	
Otsaila	Mugagabea	14	3	33
	Aldi baterakoa	12	4	
Martxoa	Mugagabea	18	3	37
	Aldi baterakoa	12	4	
Apirila	Mugagabea	14	3	33
	Aldi baterakoa	12	4	
Maiatza	Mugagabea	14	3	32
	Aldi baterakoa	12	3	
Ekaina	Mugagabea	25	7	47
	Aldi baterakoa	13	2	
Uztlaila	Mugagabea	25	7	47
	Aldi baterakoa	13	2	
Abuztua	Mugagabea	25	7	49
	Aldi baterakoa	13	4	
Iraila	Mugagabea	25	7	50
	Aldi baterakoa	14	4	
Urria	Mugagabea	21	5	36
	Aldi baterakoa	9	1	
Azaroa	Mugagabea	19	5	33
	Aldi baterakoa	9		
Abendua	Mugagabea	22	5	36
	Aldi baterakoa	9		

2024ko langile kontratatuen kopurua



Absentismoa

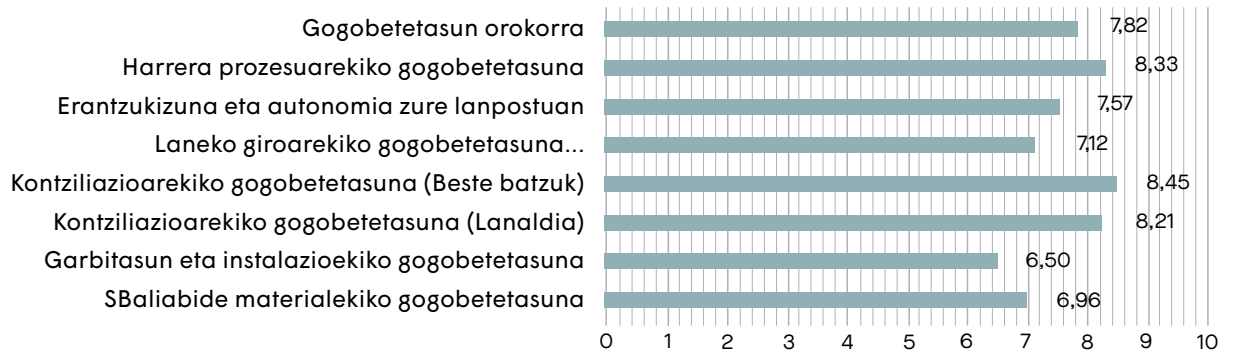
ABSENTISMOA *gaixotasunagatiko aldi baterako ezintasunagatik hartutako baja egunen arabera kalkulatua	2024 % 4,41	GIZONAK *gaixotasunagatiko aldi baterako ezintasunagatik hartutako baja egunen arabera kalkulatua	2024 % 1,05	EMAKUMEAK *gaixotasunagatiko aldi baterako ezintasunagatik hartutako baja egunen arabera kalkulatua	2024 % 5,24
---	--------------------	---	--------------------	---	--------------------

DSSTko langileek egindako
prestakuntza ekintzak

HIZKUNTZAK: INGELESA ETA FRANTSESA
GIMP 2.10
Sortu zeure GPT Adimen Artifizial pertsonalizagarria
AA sortzailea 2024an. Non gauden eta nora goazen
Adimen Artifizialak turismoan duen tokiari buruzko ikastaroa
Langileen zuzendaritza eta taldeen lidergoa
Corporate Compliance
Ergonomia bulegoan: bizkarrari buruzko tailerra
Web auditoretza
Lan Arriskuen Prebentzioa
Genero klausulak kontratazio publikoan
Queer Destination
Marketineko joera berriak
AAri buruzko tailer praktikoak agente turistikoentzat
Erakunde turistikoetan sormena sustatzen
Zibersegurtasun neurriak lanpostuan
Adimen Artifiziala
BISITAK BALIABIDEETARA:
Leizaran
Kanopy (Igueldo)
Oiasso museoa (Irun)
Euskal Itsas Museoa
San Telmoko erakusketa
Albaola
Hondalea
Untzi Museoa

Laneko gogobetetasun maila

Laneko gogobetetasunari buruzko 2024ko inkesta



5.2. Euskara plana

EUSKARAREN NORMALIZAZIOA

Donostia Turismoaren Plan Zuzentzaileak kalitatezko turismo jasangarri eta orekatua sustatzen du, eta haren laneko ardatzetako bat helmugaren nortasuna eta benetakotasuna sustatzearen aldeko apustua da, tokiko kultura, berezitasuna, tradizioak eta antzinako hizkuntza (euskara) azpimarratuz. Horregatik, 2024an, Donostia Turismoak euskararen normalizazio prozesua lantzen jarraitu du, erakundearen kanpoko zein barruko eremuetara zuzendutako ekintzak abian jarritz.

Kanpoko ekintzak:

Hiriek gero eta elkarren antz handiagoa dute; alabaina, bisitariek benetakotasuna bilatzen dute, helmuga bakoitza berezi eta desberdin egiten duen hori. Horregatik, hor aukera bat daukagu gure hizkuntzaren eta kulturaren balioa azpimarratu eta jendartera zabaltzeko.

Hizkuntzari buruzko dibulgazioa

2022an, Donostia Turismoak hizkuntza inaktuaren ELE ebaluazioa egin zuen, Donostiako jarduera turistikoak hizkuntzaren errealitatean eta haren eragin eremuan izan ditzakeen inaktuak aurreikusi, identifikatu eta ebaluatze aldera.

Diagnostiko horren ondorioz, zenbait ekintza proposatu dira jarduera turistikoak izan ditzakeen inaktu negatiboak txikiagotzeko. Horretarako, zenbait jarduketa jarri dira martxan, batetik, euskararen eta haren ezaugarrien berri emateko eta, bestetik, haren egoera soziolinguistikoa eta aurrez aurre dituen erronkak eta aukerak ezagutarazteko:

- Edukia sortu da Donostia Turismoaren webgunean, 4 hizkuntzatan, euskararen egoerari buruz sentsibilizatzen.
- Zenbait artikulua eta onlineko lehiaketa sortu dira 4 hizkuntzatan, Udaleko Euskara departamentuaren laguntzarekin, bisitariek eta herritarrek aukera izan dezaten hiriari, historiari, kulturari eta hizkuntzari buruz modu atseginean ikasteko.



• Blogerako artikulua:

Hizkuntza maileguak: Martxoan argitaratu zen euskarari buruzko lehen artikulua, eta gai hau jorratzen zuen: gure hizkuntzak atzerriko zenbait hizkuntza garrantzitsutan (gaztelania, ingelesa eta frantsesa, esaterako) izan duen eragina.

• Donostian euskara ikasi nahi duzu?:

Uztailean zenbait bideo prestatu ziren blogeko beste sarrera batean, euskara ikasi duten munduko zenbait tokitako pertsonen buruz: Italiakoak, AEBetakoak, Erresuma Batukoak, etab.

• Lehiaketa: Euskara Plazara!

Lehiaketa bat antolatu zen sare sozialetan; horretan, euskarazko hitzak hitz horien esanahia islatzen zuten hiriko zenbait irudiekin lotu behar ziren.

Barne ekintzak:

Donostia Turismoak, sozietate publikoa den aldetik, konpromisoa du euskararen normalizazio sozialarekin. Horregatik, euskara eguneroko jardueretan erabiltzea sustatzen du, haren presentzia eta erabilera areagotzeko.

- Sozietatearen Euskara Plana: plan berria sortze aldera, langileek galdetegi bat bete zuten, diagnostiko faseari hasiera emateko.
- Berdintasun Planaren lantaldea: langileak lantalde honen jardunean inplikatzeko aldera, gehien atsegin dituzten euskarazko hitzak aukeratzeko eskatu zitzairen, "euskal iman" berriak prestatzeko.

Lankidetzak BCBL zentroarekin

Onlineko materiala (*Easy Guide to Euskera*, euskara hiztegia, etab.) bidali zaio kognizioa, garuna eta hizkuntza aztertzen dituen Basque Center on Cognition, Brain and Language (BCBL) diziplinarteko nazioarteko ikerketa zentroari, 2025ean elebitasunari buruz egingo den biltzar batean erabil dezan.

5.3. Berdintasun plana

2024an, Emakumeen eta Gizonen I. Berdintasun Planean jasotako ekintza hauek jarri dira abian.

- Next Rutas Totems proiektua: emakumeen ibilbidea.
- Lilatonaren babesletza.
- Web orriko irudiak eguneratu eta hizkuntza genero ikuspegitik berrikustea.
- Sare sozialetarako ikus-entzunezko edukia eta eduki interaktiboa sortzea, berdintasunaren aldeko egun zehatzetan (Emakumeen Eguna, Lilatoia, Emakume eta Neska Zientzialarien Eguna, Emakumeen aurkako Indarkeria Ezabatzeko Nazioarteko Eguna, etab.).

Gainera, aurtan Donostia Turismoak Negoziazio Batzorde bat osatu du, emakumeen eta gizonen berdintasunerako hurrengo plana zehazten lan egiteko.

Gauzatutako prozesutik, **Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako II. Plana** onartu da. Horretan, **2025 eta 2028** artean hartu beharreko neurriak identifikatu dira.

Zenbait ekintza identifikatu dira eremu hauetan:

- Giza Baliabideak.
- Prestakuntza eta sentsibilizazioa.
- Komunikazioa eta antolamenduen kultura.
- Bizitza pertsonala, familia eta lana bateratzea.
- Laneko osasuna eta sexu jazarpenaren eta sexuagatiko jazarpenaren prebentzioa.
- Gizartearentzako ekintzak eta beste aliantza batzuk.

2024an, Konfidentzialtasun Batzordeak ez du jaso sexuan edo sexu jazarpenean oinarritutako salaketarik.

Jarraian, erakundeak eskaintzen dituen kontziliazio arduratsuko neurriei heldu dieten pertsonen kopurua jasoko dugu:

Kontziliazio arduratsuko neurriak	Zenbat pertsonak heldu dieten 2024an		
Kontziliazio neurriak	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Amatasun eta aitasun baimena	3 (% 9,09)	1 (% 14,29)	4 (% 10,26)
Edoskitze baimena	3 (% 9,09)	1 (% 14,29)	4 (% 10,26)
16 urtetik beherakoen legezko zaintzarako lanaldi murrizketa	4 (% 12,12)	0 (% 0,00)	4 (% 10,26)
Senideak zaintzeko eszedentzia	0 (% 0,00)	0 (% 0,00)	0 (% 0,00)
Borondatezko eszedentzia.	0 (% 0,00)	0 (% 0,00)	0 (% 0,00)
Soldatarik gabeko lizentzia	3 (% 9,09)	0 (% 0,00)	3 (% 7,69)
Malgutasuna denboran eta lantokian	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Sartu eta irteteko malgutasuna	33 (% 100)	7 (% 100)	40 (% 102,56)
Eguerdiko etenaldiaren malgutasuna	33 (% 100)	7 (% 100)	40 (% 102,56)
Oporraldiak zatikatuta hartzeko aukera	33 (% 100)	7 (% 100)	40 (% 102,56)
Familiako larrialdi batengatik lanpostua uztea	0 (% 0,00)	0 (% 100)	0 (% 0,00)
Txanda aldatzeko aukera	12 (% 36,36)	4 (% 57,14)	16 (% 41,03)
Urruneko lana	12 (% 36,36)	1 (% 14,29)	13 (% 33,33)

Gizarte laguntzak	Zenbatek heldu dieten 2024an		
	Emakumeak	Gizonak	GUZTIRA
Medikua	14 (% 42,42)	3 (% 9,09)	17 (% 43,59)
Norberaren ikasketak	5 (% 15,15)	0 (% 0,00)	5 (% 12,82)
Seme-alaben ikasketak	11 (% 33,33)	2 (% 6,06)	13 (% 33,33)
Kontsumo maileguak	1 (% 3,03)	0 (% 0,00)	1 (% 2,56)
Seme-alaben ikasketak	2 (% 6,06)	0 (% 0,00)	2 (% 5,13)

5.4. Ingurumenarekiko konpromisoa

Donostia Turismoan ingurumenaren arazoarekin sentsibilizatuta gaudenez, gure jarduera guztietan ingurumenarekiko errespetua txertatzea erabaki dugu.

Horretarako, konpromisoa hartzen dugu ingurumeneko eta garapen jasangarriko jardunbiderik hoberenak izateko, erakundeak ingurumen arloan duen portaera etengabe hobetze aldera.

Besteak beste, helburu hauek proposatzen dira:



Ingurumeneko politika eta konpromisoa erakundeko langile guztiei jakinaraztea.

Indarreko ingurumen legeria guztia betetzea.

Aktiboki parte hartzea Donostiako Agenda 21en proposamenetan.

Energia- eta baliabide-kontsumoa murriztea, horretarako metodo eraginkorrak sustatuz.

Materialen kontsumoa murriztea, ahal denean bota beharrean berrerabiltzea, eta birziklapena eta material birziklatuen erabilera sustatzea.

Ahal denean, ingurumenari kalte gutxien eragiten dioten ekoizpen materialak erabiltzea.

Paper kontsumoa

	2022	2023	2024
Paper kontsumoa (orriak)	51.500	43.000	37.500
Paper kontsumoa (gramoak)	255.000	212.500	187.000

Elektrizitate kontsumoa (kWh)

2022	2023	2024
39.842	39.052	36.662

Ur kontsumoa (litroak)

2022	2023	2024
181	200	212



6. Foro eta jardunaldietan parte-hartzea

Topaketa: turismo arduratsua, gobernantza eta herritarren partaidetza – Donostia

2024/02/07

Turismo arduratsuari, gobernantzari eta herritarren partaidetzari buruzko topaketa, Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalaren parte hartzearekin mahai inguruan.

Segittur – Donostia

2024/03/13

Segitturren ekonomia zirkularren proiektuari buruzko webinarra, zeinetan Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalak, Donostia Turismoko zuzendariorde Eider Calderónek eta Donostia Turismoko Helmuga Turistikoaren Kudeaketa saileko arduradun Garikoitz Muñozek parte hartu baitzuten.

Aurkezpena: Basque Culinary Centerren Turismo Gastronomikoko Masterra - Donostia

2024/03/15

Basque Culinary Centerren Esperientzia Turistikoaren Kudeaketa eta Diseinuko Masterraren aurkezpena ikasleei. Donostia Turismoko zuzendariorde Eider Calderónek parte hartu zuen, "Helmuga turistiko eta gastronomikoen kudeaketa" gaiarekin.

Erabilera turistikoko etxebizitzei buruzko jardunaldia - Iruñea

2024/06/07

Nafarroan erabilera turistikoko etxebizitzek duten egoerari eta horren inguruan dagoen eztabaida sozialari buruzko jardunaldia.

Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalak parte hartu zuen.

DV Gunea jardunaldia: Eraldaketa digitalaren inpaktua helmugetan eta enpresetan - Donostia

2024/10/16

Jardunaldia DV Gunean, Donostia Turismoko zuzendari Isabel Aguirrezabalaren parte hartzearekin mahai inguruan.

OPC Training day: Zure biltzarrari ahalik eta etekinik handiena ateratzeko gakoak

2024/12/04

Convention Bureau bulegoak biltzarrak erakartzeko dituen planak. Mahai ingurua, Marijo Beltrán de Guevararen parte hartzearekin.

AIM Group - AIMko DMC bezeroei Donostia aurkezteko webinarra

2024/12/11

Donostia MICE helmuga gisa aurkeztea, Marijo Beltrán de Guevararen parte hartzearekin.





7. Sareetako parte hartzea

ICCA - International Congress & Conference Association

Biltzarrak, konbentzioak eta pizgarriak egiteko munduan nagusi diren enpresa, erakunde eta jauregiak ordezkatzeko dituen mundu mailako erakundea.

Horren barnean daude mundu osoko 80 herrialdeko 850 konpainia

City DNA

Europako hiriburuetako Turismo Erakundeen sare bat da, eta ezagutza partekatzea, merkatu eta aukera berriak bilatzeko ikuspegi operazionaletik elkarrekin lan egitea eta helmuga turistikoa kudeatzea du xede. Donostia Turismoak parte hartzen du sarean bertan eta lantalde hauetan: City Cards, TICs, Digital Knowledge, Statistics and Research.

SCB - Spain Convention Bureau

Espainiako Convention Bureaux elkartearen xede nagusia da elkartutako hirientzako sustapen ekintza bateratuak egitea, hala Estatuan nola nazioartean. Donostia Turismoa Elkartearen lantaldeko kide da.

Itourbask – Turismo Bulegoen Euskal Sarea

EAEko turismo bulego nagusiek osatzen duten Turismo Bulegoen Euskal Sarea da.

OPC Basque Country - Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen dituzten enpresen euskal elkartea

Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen espezializatuta dauden eta beren profesionaltasunak, esperientziak, eraginkortasunak, ikaskuntzak, sormenak, berrikuntzak, jasangarritasunak eta abarrek bermatzen dituzten enpresak biltzen ditu. Enpresa erabakitzaileak dira eta, gainera, kalitate handia eskaintzen dute zerbitzu kudeaketan.

Destinos Euskadi

Sare honen xede nagusia da marka honen barneko helmugak sustatzea. Honako hauek osatzen dute: Bilbao Turismo, Gasteizko kongresuen eta turismoaren udal zerbitzua, Bidasoa Activa (Hondarribia, Irun eta Hendaia), Zarauzko turismo bulegoa eta Donostia Turismoa.

Euskaliten laguntzaileak

Bikaintasunerako Euskal Fundazioaren laguntzaileen xedea da euskal erakundeetan Kudeaketa Aurreratuko elementuen aplikazioa sustatzea eta, hala, Euskadiren lehiakortasuna eta garapen jasangarria bultzatzea. Gaur egun 700 enpresa inguruk laguntzen dute, eta horietatik 13 sektore turistikoak dira.

Euskadi Gastronomika

Euskadik bereizgarri ditu gure produktuen bikaintasuna eta gure sukaldarien lan ona. Euskadi Gastronomika Klubak, Basquetourrek bultzatuta, gastronomia ulertzeko modu hori sustatzen du, betekizun- eta konpromiso-irizpide jakin batzuk betetzen dituzten jatetxe, taberna, denda eta beste establezimendu gastronomiko batzuek osatutako sare baten bitartez.

Surfing Euskadi

Basquetourrek sustatutako Surfing Euskadi produktu kluba 70 enpresa eta erakundek osatzen dute, guztiak Euskadin surf turismoaren garapen jasangarri eta antolatua lortzeko inplikatuak. Surferako baldintza ezin hobeak eskaintzen ditu eta beste erakargarritasun turistiko batzuekin lotuta dago, klubeko kide diren enpresen profesionaltasunean oinarrituta.

European Best Destination

Europako erakunde honek Bruselan du egoitza, eta Europan kultura eta turismoa sustatzea du helburu, turismo erakundeekin eta EDEN sarearekin lankidetzan. Europako helmugen aniztasuna eta kalitatea sustatzen ditu.

Euskadi Costa Vasca

Basquetourrek sustatutako sare honek barne hartzen ditu euskal kostaldean dauden helmuga turistiko guztiak, eta erakunde publiko eta pribatuen lankidetzeta eta koordinazioa sustatu nahi ditu kalitatezko turismo eskaintza berezia sortzeko, eskarira egokituz eta ahalik eta gizarte ongizate handiena sortuz.

OMT

Turismoaren arloko nazioarteko erakunde nagusia den aldetik, OMTk turismoa sustatzen du hazkunde ekonomikoaren, garapen inklusiboaren eta ingurumen jasangarritasunaren motor gisa, eta lidergoa eta laguntza eskaintzen dizkio sektoreari, ezagutzak handitu eta turismo politikak mundu osoan sustatzeko.

ADEGI – Gipuzkoako Enpresen Elkartea

Gipuzkoako Enpresen Elkartea enpresa jarduera sustatzen lan egiten duen elkarte pribatu bat da. Aholkularitza eta prestakuntza zerbitzuak eskaintzen dizkie enpresei, eta haien arteko lankidetzeta sare indartsua da. 2024an, 3.057 enpresa elkartu zituen, Gipuzkoan 58.500 pertsona baino gehiago biltzen dituztenak.



8.1. Bidaiarien sarrera

2024an, Donostian 1.029.670 bidaiari sartu direla dago erregistratuta, 2023an baino % 7,23 gehiago.

Bidaiarien sarrera kopuruaren bilakaera

	2020	ALD. 19/20	2021	ALD. 20/21	2022	ALD. 21/22	2023	ALD. 22/23	2024	ALD. 23/24
Estatukoak	181.396	% 60,53	328.894	% 59,41	379.928	% 44,04	388.662	% 40,47	397.838	% 38,64
Atzeritarrak	118.306	% 39,47	224.732	% 40,59	482.669	% 55,96	571.620	% 59,53	631.832	% 61,36
GUZTIRA	299.702	-% 59,53	553.626	% 84,73	862.597	% 55,81	960.282	% 11,44	1.029.670	% 7,23

Iturria: EUSTAT

Aipatu behar da igoera egon dela behe denboralditzat jotako hilabeteetan: urtarrilean % 12,08 eta azaroan % 9,33. Abenduan % 2,73 murriztu da, baina ez du eraginik izan ostatu gauen kopuruan; beraz, sarrera kopuruak behera egin arren, batez besteko egonaldi luzeagoak izan dituzte.

Bidaia-arien sarrera

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dif. 19/24	Dif. 23/24
Urtarrila	39.074	42.259	10.546	40.102	52.058	58.347	% 49,32	% 12,08
Otsaila	41.968	47.029	8.353	52.921	58.326	63.336	% 50,91	% 8,59
Martxoa	56.272		21.579	55.714	72.471	91.195	% 62,06	% 25,84
Apirila	66.222		21.352	76.377	85.215	91.711	% 38,49	% 7,62
Maiatza	68.912		29.129	79.211	89.947	95.560	% 38,67	% 6,24
Ekaina	70.917	7.705	47.859	77.917	87.879	88.381	% 24,63	% 0,57
Uztaila	73.025	55.768	73.140	89.833	94.064	98.299	% 34,61	% 4,50
Abuztua	76.132	63.111	87.582	91.146	97.836	105.068	% 38,01	% 7,39
Iraila	71.468	36.440	68.462	81.948	90.199	94.797	% 32,64	% 5,10
Urria	74.726	28.873	77.699	88.758	92.671	98.689	% 32,07	% 6,49
Azaroa	52.,913	6.698	58.234	64.177	70.321	76.883	% 45,30	% 9,33
Abendua	48.836	11.819	49.691	64.493	69.295	67.404	% 38,02	-% 2,73
GUZTIRA	740.465	299.702	553.626	862.597	960.282	1.029.670		

Iturria: EUSTAT

8.2.
Ostatu gauak

Ostatu gauetan % 9,51ko igoera orokorra erregistratu da, 2023arekin alderatuta.

Ostatu gauen kopuruaren bilakaera

	2020	ALD. 19/20	2021	ALD. 20/21	2022	ALD. 21/22	2023	ALD. 22/23	2024	ALD. 23/24
Estatukoak	340.490	% 61,07	645.252	% 60,07	728.864	% 41,71	738.633	% 37,93	769.315	% 36,07
Atzerritarrak	217.046	% 38,93	428.905	% 39,93	1.018.677	% 58,29	1.208.880	% 62,07	1.363.468	% 63,93
GUZTIRA	557.536	-% 63,43	1.074.157	% 92,66	1.747.541	% 62,69	1.947.513	% 11,44	2.132.783	% 9,51

Iturria: EUSTAT

Hilabetei begiratzen badiegu, aipagarriak dira martxoan izandako igoerak (Aste Santua), eta urtarrilean eta azaroan izandakoak, zeinak behe denboralditzat jotzen baitira, baina % 14,38ko eta % 15,96ko igoerak izan baitituzte, hurrenez hurren.

Ostatu gauak

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Aldea 19/24	Aldea 23/24
Urtarrila	71.263	78.469	15.769	67.904	91.547	104.710	% 46,93	% 14,38
Otsaila	69.996	80.039	13.331	89.865	100.661	110.139	% 57,35	% 9,42
Martxoa	102.448		34.025	100.702	129.733	171.490	% 67,39	% 32,19
Apirila	132.523		36.537	145.117	167.292	176.952	% 33,53	% 5,77
Maiatza	143.059		48.109	157.353	180.206	199.849	% 39,70	% 10,90
Ekaina	153.080	12.435	87.473	172.479	183.961	194.335	% 26,95	% 5,64
Uztaila	174.329	105.154	155.274	210.812	219.876	237.615	% 36,30	% 8,07
Abuztua	186.562	135.124	201.107	211.737	230.927	249.636	% 33,81	% 8,10
Iraila	155.466	68.053	142.867	179.221	198.808	211.068	% 35,76	% 6,17
Urria	148.086	48.721	147.195	177.205	188.581	200.196	% 35,19	% 6,16
Azaroa	99.577	11.397	105.128	116.990	130.002	150.747	% 51,39	% 15,96
Abendua	88.275	18.144	87.342	118.156	125.919	126.046	% 42,79	% 0,10
GUZTIRA	1.524.664	557.536	1.074.157	1.747.541	1.947.513	2.132.783		

Iturria: EUSTAT

Behe denboraldikotzat jotako hilabeteetan gertatutako igoera horren ondorioz, udako denboralditik kanpoko igoera udakoa baino % 1,85 handiagoa izan da.

Udako denboralditik kanpoko bilakaera

	Urtea	GUZTIRA	%
Ostatu gauak, uztaila eta abuztua kenduta	2012	708.839	% 4,28
	2013	730.831	% 3,10
	2014	772.659	% 5,72
	2015	872.943	% 12,98
	2016	959.777	% 9,95
	2017	987.399	% 2,88
	2018	1.077.163	% 9,09
	2019	1.163.773	% 8,04
	2020	317.258	-% 72,74
	2021	717.766	% 126,24
	2022	1.206.836	% 68,14
	2023	1.496.710	% 24,02
	2024	1.645.532	% 9,94

Iturria: EUSTAT

Udako denboraldiko bilakaera

	Urtea	GUZTIRA	%
Ostatu gauak uztaila eta abuztua	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	360.861	% 7,24
	2020	240.278	-% 33,42
	2021	356.381	% 48,32
	2022	422.549	% 18,57
	2023	450.803	% 6,69
	2024	487.251	% 8,09

Iturria: EUSTAT

Hazkunde horrek agerian jartzen du **bilakaera positiboa** egon dela hala Estatutik datorren turismoan nola nazioartekoan. Nolanahi ere, **nazioarteko turismoaren bilakaera askoz ere handiagoa** izan da, **atzerriko turistena** eta Estatuko alde handitu egin baita (**ostatu gauen % 64 eta %36**, hurrenez hurren).

- Nazioartekoak: % 13 inguruko igoera, 2024an 1.363.468 ostatu gau eta 2023an 1.208.880 izan baitziren.
- Estatukoak: % 4ko igoera, 2024an 769.315 ostatu gau eta 2023an 738.633 izan baitziren.

8.3.

Batez besteko egonaldia

2024an bisitarien batez besteko egonaldia handitu da; hain zuzen ere, 2023an 2,25 gau ziren eta 2024an, berriz, 2,31 gau; nagusiki, nazioarteko turisten egonaldiak gorakadak bultzatu du hori.

8.4.

Okupazio maila

Okupazio mailari dagokionez, hileko datuak adierazi ditugu; horietan ikus daitekeen moduan, okupaziorik handiena dagoen hilabeteetan, abuztua kenduta, okupazioak behera egin du 2023aren aldean, eta gainerako hilabeteetan, berriz, gora egin du.

Horren arrazoia logelen eskaintza handitzea izan da, ikusi baitugu zenbaki absolutuetan ostatu gauek gora egin dutela hilabete guztietan.

Donostiako okupazio maila logelako, hilabetearen eta asteko egunaren arabera

Hilab.	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Aldea
Urtarrila	48,6	55,1	17,6	36,0	45,7	49,7	4,0
Otsaila	53,1	61,0	18,0	52,1	54,5	55,6	1,1
Martxoa	65,1	42,0	32,8	50,3	62,1	70,6	8,5
Apirila	77,9	-	29,9	68,3	74,5	76,2	1,7
Maiatza	84,3	-	35,0	74,9	80,6	79,6	-1,0
Ekaina	89,0	28,4	47,6	81,5	83,6	80,9	-2,7
Uztaila	90,8	55,8	72,0	90,5	90,8	90,4	-0,4
Abuztua	93,5	66,1	89,5	89,8	91,3	92,5	1,2
Iraila	90,2	40,1	74,5	87,3	89,6	88,9	-0,7
Urria	86,2	24,7	72,1	81,0	83,0	82,8	-0,2
Azaroa	67,8	13,3	57,1	57,0	62,5	64,0	1,5
Abendua	55,6	19,7	43,2	53,7	54,7	52,0	-2,7

Iturria: EUSTAT

Ondorengo taula honetan, okupazioak lanegunetan eta asteburuetan zer nolako joera izan duen ikus daiteke; hala, goranzko joera mantendu da behe denboraldiko hilabeteetan, eta beheranzkoa udakoetan.

Donostiako okupazio maila logelako, hilabetearen eta asteko egunaren arabera Grado de ocupación

Hilab.	Lanegunak							Asteburuak						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Aldea	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Aldea
Urtarrila	43,9	50,8	15,3	29,7	40,4	44,5	4,1	61,8	65,4	22,4	51,5	60,7	64,6	3,9
Otsaila	45,2	52,3	17,1	43,8	45,9	48,5	2,6	72,8	80,0	20,0	72,7	75,9	74,2	-1,7
Martxoa	57,3	40,4	28,5	43,7	55,7	65,5	9,8	81,5	46,9	44,9	69,3	77,8	81,5	3,7
Apirila	75,0	-	28,8	63,5	70,5	72,2	1,7	85,9	-	32,4	77,9	83,8	87,3	3,5
Maiatza	81,9	-	29,1	70,2	78,3	77,8	-0,5	90,3	-	49,0	88,2	87,3	84,1	-3,2
Ekaina	87,2	25,8	42,2	79,8	81,4	79,8	-1,6	93,1	35,6	62,0	86,2	88,8	83,4	-5,4
Uztaila	89,6	51,5	68,5	90,0	89,8	89,5	-0,3	94,2	66,4	79,4	91,6	93,2	92,9	-0,3
Abuztua	93,3	64,0	88,5	89,2	91,0	92,8	1,8	93,7	71,2	92,5	91,5	92,2	91,8	-0,4
Iraila	88,4	34,3	70,5	86,3	89,0	87,9	-1,1	95,1	55,7	85,3	89,7	90,9	91,6	0,7
Urria	84,1	19,9	66,6	78,5	80,7	80,7	0,0	92,3	34,7	83,6	87,2	89,6	88,9	-0,7
Azaroa	60,4	13,7	51,1	50,8	56,5	55,9	-0,6	82,4	12,0	73,9	74,1	78,9	80,0	1,1
Abendua	48,9	19,4	41,4	49,9	49,8	46,7	-3,1	74,3	20,4	47,7	61,8	65,0	67,0	2,0

Iturria: EUSTAT

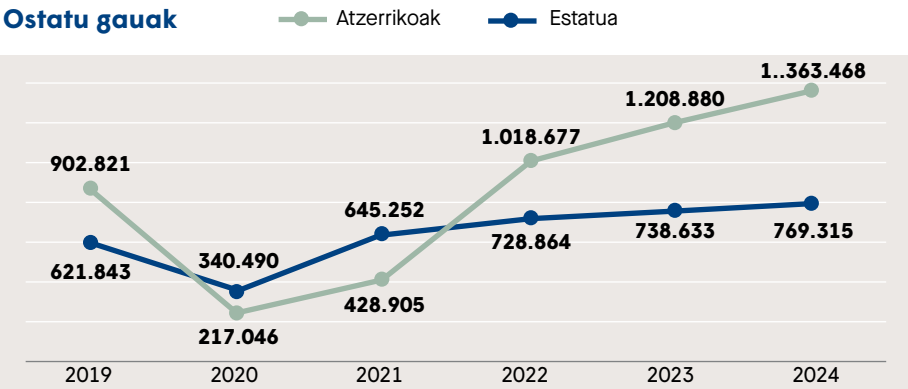
8.5. Enplegua

2024ko abenduaren 31n, **15.712 pertsona ari ziren turismo sektorean lanean**; hau da, biztanleria aktiboaren % 17. Aurreko urteko egun berean 15.491 langile zeuden sektore horretan, biztanleria aktiboaren % 17,5.

8.6. Helmugaren nazioartekotzea

Donostiako turismoa nazioartekotzeari dagokionez, pandemia aurreko joera mantendu da, eta atzerriko bisitarien eta Estatuko turisten arteko arrakala handitu da: atzerritarrek egin dute ostatu gauen % 63,93, eta Estatukoek % 36,07.

Ostatu gauak



Iturria: EUSTAT

→ Nazioarteko bisitariak (% 63,93) nagusitu dira Estatukoek (% 36,07) gainetik

Ostatu gauak. Estatuko eta atzerriko bisitarien ehunekoa urteka, aukeratutako hilabeteetan

	2020	Ald. 19/20	2021	Ald.20/21	2022	Ald. 21/22	2023	Ald. 22/23	2024	Ald. 23/24
Estatukoak	340.490	% 61,07	644.766	% 60,06	727.598	% 60,06	738.633	% 37,87	769.315	% 36,93
Atzerritarrak	217.046	% 38,93	428.767	% 39,94	1.018.677	% 39,94	1.208.880	% 62,13	1.363.468	63,93%
GUZTIRA	557.536	% 100,00	1.073.533	% 100,00	1.746.275	% 100,00	1.947.513	% 100,00	2.132.783	% 100,00

Iturria: EUSTAT

Aurreko urtean gertatu zen moduan, frantziarrak izan dira ostatu gauen sailkapenaren buru, Madrildik, Bartzelonatik, AEBetatik eta Erresuma Batutik etorritako turisten aurretik. Ondoren alemaniarrek daude, baita Euskadiko bisitariak eta Herbehereetatik, Valentziatik eta Andaluziatik datozenak ere.

2024ko ostatu gauak			
Estatukoak (% 36,07)		Nazioartekoak (% 63,93)	
Madril	% 27,57	Frantzia	% 17,63
Katalunia	% 17,70	Estatu Batuak	% 15,47
EAE	% 10,18	Erresuma Batua	% 11,56
Valentziako Erkidegoa	% 6,29	Alemania	% 6,92
Andaluzia	% 6,25	Herbehereak	% 4,74

Iturria: EUSTAT

8.7. Donostia, lurraldeko hiri eragilea

2024an, Donostiak turismoa Gipuzkoara erakartzeko orduan duen indar eragilea handitu du, 2023eko datuen aldean. Gipuzkoara datozenen % 67k (2023an % 65ek) Donostia bisitatzen du, eta % 33k lurraldearen gainerako tokiak. Nazioarteko turismoari begiratzen badiogu, Gipuzkoara datozen turista atzerritarren % 81ek (2023an % 79k) Donostia bisitatzen du.

		2022	2023	2024	ALDEA %
Ostatu gauak Donostian	Estatua	728.864	738.633	769.315	% 1,34
	Atzerria	1.018.677	1.208.880	1.363.468	% 18,67
		1.747.541	1.947.513	2.132.783	% 92,66
Ostatu gauak Gipuzkoan	Estatua	663.487	707.944	698.449	% 6,70
	Atzerria	293.926	327.124	329.842	% 11,29
		957.413	1.035.068	1.028.291	% 8,11

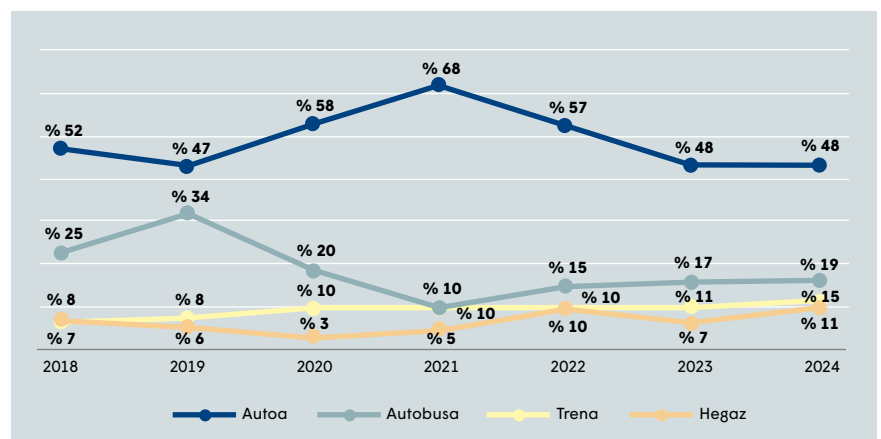
Iturria: EUSTAT

→ Gipuzkoara
datozen
nazioarteko
turisten %
81ek Donostia
bisitatzen du

8.8. Hirira iristeko garraiobideak

Ondorengo taula honetan, Donostiako turismo bulegoetan artatutako bisitarien hirira iristeko erabilitako garraiobideak azaltzen dira, ehunekotan. Hirira iristeko orduan, autoaren erabilerak behera egin du (agian pandemiaren ostean bisitak nazioartekotu direlako), baina hegazkinak ere behera egin du; alabaina, pixka bat gora egin dute garraiobide jasangarriagoek, hots, autobusak eta trenak.

2024ko garraiobideak



Iturria: ITOURBASK

Donostiara iristeko garraiobidea

	2022	2023	2024
Autoa	% 57,29	% 47,68	% 47,79
Autobusa	% 15,34	% 17,03	% 19,13
BIO hegazkina	% 7,43	% 10,52	% 10,12
Trena	% 9,71	% 12,51	% 11,45
Oinez	% 3,57	% 3,83	% 3,09
Autokarabana	% 3,37	% 3,46	% 3,05
EAS hegazkina	% 1,86	% 2,46	% 3,71
Beste batzuk	% 0,46	% 1,57	% 0,64
BIAR hegazkina	% 0,54	% 0,67	% 0,74
Bizikleta	% 0,42	% 0,28	% 0,25

Iturria: ITOURBASK

8.9.
Bisitarien
tipologia
eta profila

2024an, 2.819 inkesta egin zaizkie hiriko bisitariei, bisitarien profila osatzeko datuak lortzeko.

Inkesta horietan lortutako datuek diotenez, inkestatuen % 40,97k bidaiako gau guztiak Donostian igarotzen dituzte, % 27,46k gauren bat, % 11,39k ez du gaurik pasatzen hirian, baina bai eragin eremuan, eta % 20,18 txangozaleak dira (beren ohiko bizilekuan egiten dute lo).

Hau da turistaren profila:

- Bisitari gehienak 25 eta 44 urte bitartekoak dira eta, ondoren, 45 eta 54 urte bitartekoak.
- % 50,3 gizonak eta % 49,7 emakumeak dira.
- Hiriko bisitari gehienek familia errenta ertaina dute (% 45,9), baita familia errenta ertain-altua ere (% 30,4).
- Jatorria: jatorrizko hiru merkatu nagusiak Madrilgo Erkidegoa, Katalunia eta Frantzia dira, hurrenkera horretan.
- Turistak bikotean (% 53,7) eta taldean (familia eta/edo lagunak, % 28,6) etortzen dira.

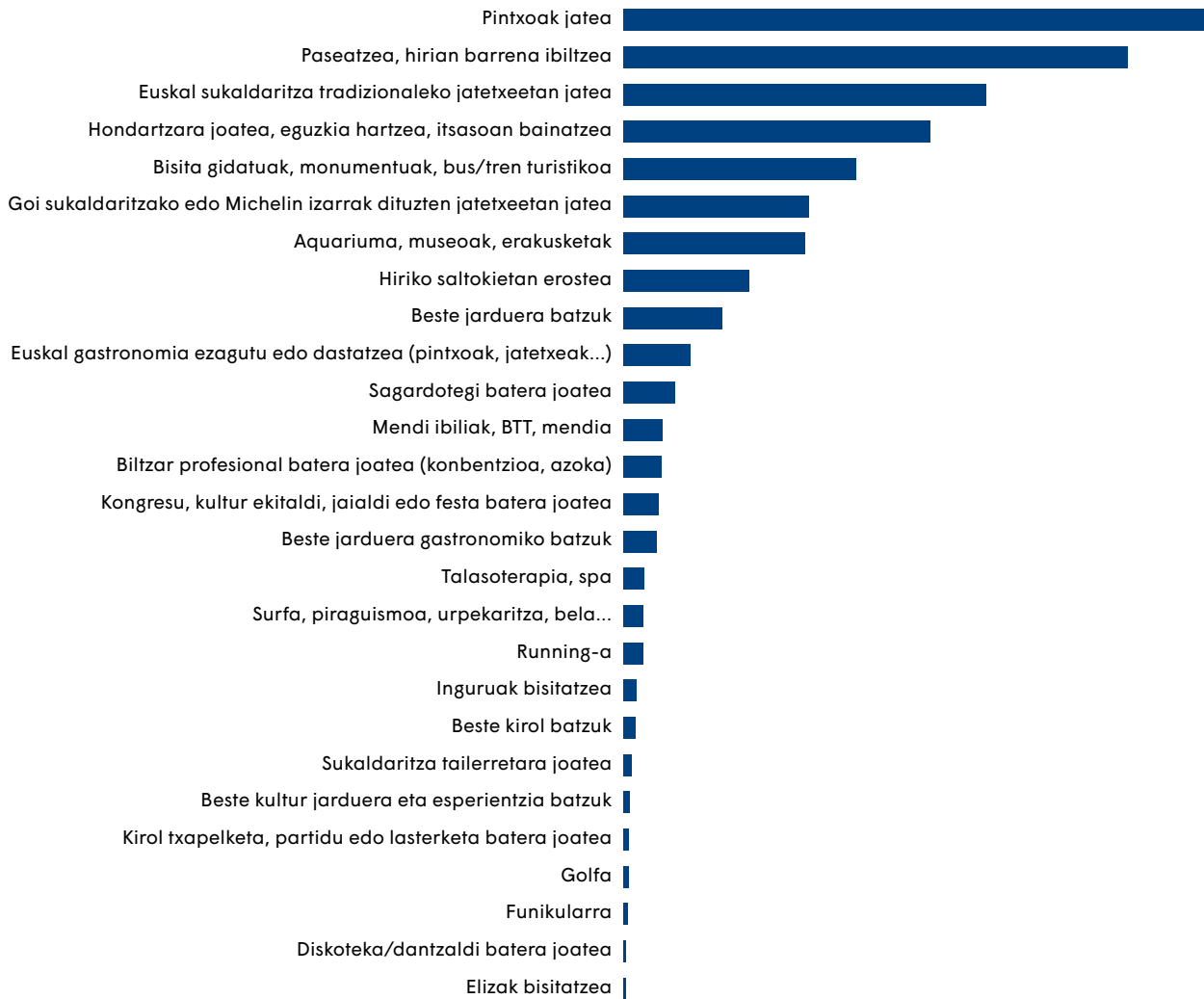
Honela bidaiatzen dute:

- Garraiobiderik erabiliena ibilgailu pribatua da (% 56,6) eta, ondoren, hegazkina (% 38).
- Ostatu mota erabiliena lau izarreko hotela da eta, ondoren, hiru izarrekoa.
- 2024an, 2.819 inkesta egin zaizkie hiriko bisitariei, bisitarien profila osatzeko datuak lortzeko.
- Inkesta horietan lortutako datuek diotenez, inkestatuen % 40,97k bidaiako gau guztiak Donostian igarotzen dituzte, % 27,46k gauren bat, % 11,39k ez du gaurik pasatzen hirian, baina bai eragin eremuan, eta % 20,18 txangozaleak dira (beren ohiko bizilekuan egiten dute lo). Gehien erabilitako ostatu mota hiru izarreko hotela da (% 15,3) eta, ondoren, lau izarreko hotela (%14,6) eta apartamentu turistikoaren alokairua (% 13,1).
- Gaua hirian igarotzen duten turisten % 23,5ek 2 egun igarotzen ditu hemen; halaber, gau bat igarotzen dutenak (% 21,4) eta 4 eta 7 egun bitartean igarotzen dituztenak (% 20,4) ere dezente dira. Turisten % 16,4k 3 ostatu gau egiten ditu. Ostatu gauen batez bestekoa handitu da aurreko urtearen aldean; izan ere, bigarren taldean zeuden 3 gau igarotzen zituztenak (% 19,7), eta hirugarrenean 4 eta 7 ostatu gau bitartean egiten zituztenak (% 19).

Hona hemen turistek bisitatzeko dituzten arrazoi nagusiak:

- % 81ek hiria ezagutzea: hiriaren edertasuna eta itsas ondoan paseatzea.
- % 5,8k kultur ekitaldi edo biltzar batera joatea.

Egindako jarduera nagusiak



8.10. Bisitarien gogobetetze tasa

Gogobetetasun orokorra

2024an Donostian gaua igaro zuten turisten balorazioa pixka bat igo da, 8,9tik 9ra. Esan daiteke igoera txiki horren atzean, helmugako turismo enpresen profesionaltasunaz eta ezagutzaz gain, Donostia Turismoa eta Udala hiriko jarduera turistikoa kudeatzeko eta kalitate handiagoko turismo esperientzia emateko ezartzen hasi diren ekintzak daudela: bisitari taldeen tamaina mugatzea, kaleetan megafoniaren erabilera debekatzea, ibilgailuen etorrera hobeto kudeatzea udan, etab.

Hobekien baloratutako alderdiak:

- Helmugan izandako harrera (8,9)
- Abegikortasuna eta tratua (8,9)
- Ingurunearen kontserbazioa (8,9)
- Hiriko ostatuak (8,8)
- Jatetxe zerbitzuak (8,8)
- Hiriko segurtasuna (8,8)
- Interes turistikoa duten guneen irisgarritasuna (8,7)
- Informazio turistikoa (8,6)

Okerren baloratutako alderdia:

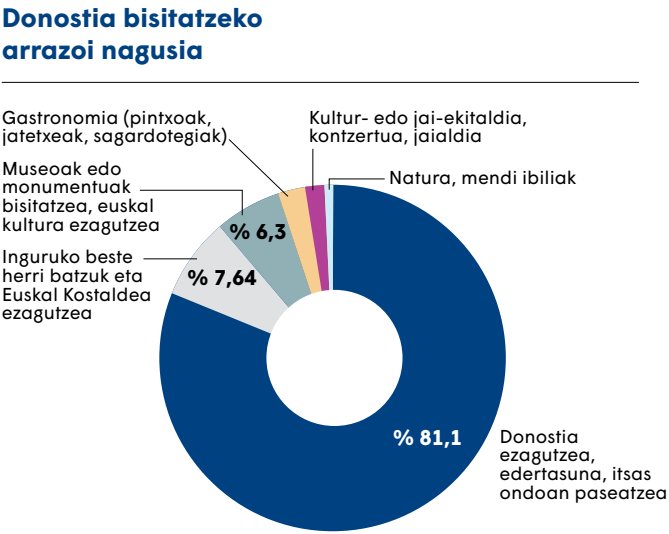
- Kalitate/prezio erlazioa (7,7)

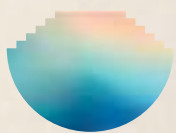
Gogobetetze-maila orokorra	Emakumea	Gizona
9,0	9,0	8,9

Egunean egindako batez besteko gastua **142,99 eurokoa** da.

Gehien egiten diren jarduerak, garrantziaren arabera:

1. Pintxoak jatea
2. Hirian barrena paseatu edo ibiltzea
3. Euskal sukaldaritza tradizionaleko jatetxeetan jatea
4. Hondartzara joatea, eguzkia hartzea, itsasoan bainatzea
5. Monumentuen bisita gidatuak, bus/tren turistikoa
6. Goi sukaldaritzako edo Michelin izarrak dituzten jatetxeetan jatea





**Donostia
San Sebastián**

sansebastianturismoa.eus