

JARDUERA TURISTIKOAREN BALANTZEA 2015



- *Desestacionalizazioa, Donostia Turismoko Gida Planaren ardatzetako bat, sendotzen doa. Ostatu-gauak %12,23 igo dira 2015ean aurreko urtearekin alderatuta. Bereziki deigarria da, udatik kanpo, igoera are handiagoa izan dela (adib. +%22 urtarrilan, martxoan eta abenduan).*
- *Gida Planaren bigarren ardatza, nazioartekotzea, indartu egin da ere; hots, ostatu-gauen %52,20 atzerritarrek dira (+%14), eta %47,80 Estatukoak (+%10).*
- *Donostiako turismo-olde altua trakzio-indarra da Gipuzkoako lurraldearentzat. Donostiako, ostatu-gauak (+%14), Gipuzkoako gainerako lurraldearen igoera bikoizten dute (+%7)*
- *Donostia Turismok eskainitako produktuek (SScard, Basquecard, irtenalditxo turistikoak eta argitalpenak) nabarmen egin dute gora; baita weguneko bisitak eta sare sozialen elkarrekintzak ere.*

OSTATU GAUAK GEHIAGO UGARITU DIRA UDA GARAITIK KANPO

Turistak % 12,23 ugaritu dira 2015ean aurreko ekitaldiarekin alderatuta, baina zenbakiak **udadenboralditik kanpo igoera handiagoa** erakusten dute, Donostia Turismoak **urtaroen araberakoa ez den turismoaren** alde egindako apustuaren ondorioz (uztailan eta abuztuan % 9,98ko igoera izan da, eta aldiz, urtarrilean, martxoan edo abenduan, esaterako, % 22 igo da).

Gabonetako turistak erakartzeko merkataritza-kanpainak “*Etorri Gabonetan Donostiara. Egunerokoa kutun bihurtzen den lekua*” eta Donostia Turismoak, elkartutako saltokiekin batera, sustatutako Gabonetako ekitaldien agendak ondo funtzionatu du, eta abenduan % 23ko igoera izan da.

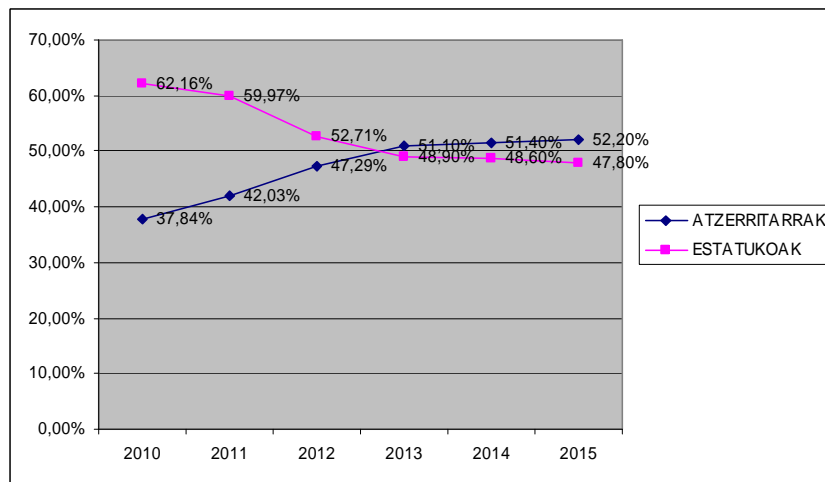
OSTATU- GAUAK		
OSTATU - GAUEN EBOLUZIOA	2015	INCREM. 14/15
URTARRILA / ENERO	51.210	22%
OTSAILA / FEBRERO	48.302	7%
MARTXOA / MARZO	73.417	22%
APIRILA / ABRIL	89.332	7%
MAIATZA / MAYO	109.369	12%
EKAINA / JUNIO	118.710	10%
UZTAILA / JULIO	140.053	11%
ABUZTUA / AGOSTO	152.493	9%
IRAILA / SEPTIEMBRE	120.105	10%
URRIA / OCTUBRE	112.097	12%
AZAROA / NOVIEMBRE	76.267	15%
ABENDUA / DICIEMBRE	74.134	23%
TOTAL / GUZTIRA	1.165.489	12,23%

Donostia City Break turismogune gisa edo Asteburuetarako ihesaldietarako sustatzearen aldeko apustuak (Onlineko eta offlineko kanpainak ihesaldi kulturalak, gastronomikoak, kirolekoak eta abar sustatzeko) ere arrakasta nabarmena izan du, lan-egunetikiko asteburuetarako okupazioa nabarmen ugaritu baita.

2015 hilabetea	Okupazio maila logelako		
	Guztira	Lanegunak	Asteburua
Urtarrila	40,5	36,2	49,7
Otsaila	46,0	39,3	62,8
Martxoa	55,3	48,5	74,7
Apirila	65,8	60,5	80,6
Maiatza	76,8	70,3	90,5
Ekaina	85,1	83,1	90,4
Uztaila	90,2	89,5	91,9
Abuztua	93,5	92,7	95,3
Iraila	87,5	85,3	93,5
Urria	79,5	74,9	89,3
Azaroa	59,4	51,9	80,0
Abendua	53,8	52,1	58,6

TURISMOAREN NAZIOARTEKOTZEAK GORA EGITEN JARRAITZEN DU

Donostian turismoaren nazioartekotzea, Sozietatearen Gida Planean ezarritako helburuetako bat, oraindik ere ugaritzen ari da, garatutako sustapen-ekintzei esker. 2013tik, nazioarteko ostatu-gauen ehunekoa handiagoa da estatu mailakoena baino. Joera hori urtetik urtera igo egiten da, eta hala, 2015ean, % 52,20 izan dira atzerritik datozen ostatu-gauak, eta % 47,80, berriz, Estatukoak.



Estatuko ostatu-gauen kopurua % 10 igo da, eta aldiz, **atzerritik datozen ostatu-gauak, % 14.**

ESTATU BATUETAKO ETA ERRESUMA BATUKO TURISTEN IGOERA NABARMENA

NAZIOARTEKO SAILKAPENA 2015		
1	FRANTZIA	14,9%
2	ESTATU BATUAK	14,7%
3	ERRESUMA BATUA	12,7%
4	AUSTRALIA	6,3%
5	ALEMANIA	5,7%

ESTATUKO SAILKAPENA 2015		
1	MADRIL	23,40%
2	KATALUNIA	19%
3	EUSKADI	15,30%
4	ANDALUZIA	6,80%
5	BALENTZIA	6%



HAZKUNDE NABARMENAK	
Erresuma Batua	39%
EEBB	25%
Australia	18%

Deigarria da Erresuma Batuko (% +39), Estatu Batuetako (% +25) eta Australiako (% +18) turisten igoera, aurreko urtearekiko nabarmen handitu baitira, bereziki gainerako herrialdeetako batez besteko hazkundearekin konparatuz gero (% +13).

Donostian ostatu-gau kopuru osoaren inguruan, top 3 oso berdinduta dago: Frantzia (turista guztien % 14,9 frantsesak dira), Estatu Batuak (% 14,7) eta Erresuma Batua (% 12,7), eta jarraian, Australia (% 6,3) eta Alemania (% 5,7).

DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA

OSTATU-GAUAK DONOSTIA/ SAN SEBASTIÁN	Estado	504498	559120	%11
	Extranjero	533661	608429	%14
OSTATU-GAUAK GIPUZKOAKO BESTE HERRIALDEAK	Estado	560069	585190	%4
	Extranjero	223594	239648	%7

Donostian nazioarteko ostatu-gauen igoerak bikoiztu egiten du Gipuzkoako lurraldearen gainerako zifra (% 14 Donostian eta % 7 Gipuzkoan). Estatuko turisten igoera ere altuagoa da hiriburuan (% 11 Donostian, eta % 4 lurraldearen gainerako zatian). Donostia, beraz, hiri eragile gisa sendotu da Gipuzkoara turismoa erakartzeko garaian.

HAZKUNDEA UDATIK KANPO			
	URTEA	GUZTIRA	%
Sarrera kopurua (uztaila eta abuztua izan ezik)	2012	375380	3,30%
	2013	384483	2,40%
	2014	409741	6,60%
	2015	454543	10,93%

IGOERA DONOSTIA TURISMOKO BEREZKO PRODUKTUEN SALMETAN

% +5 BISITARI DONOSTIAKO TURISMO BULEGOAN

Turistari arreta emateko jarduera urtez urte handitzen da. 2014tik 2015era, igoera % 5,09koa izan da.

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

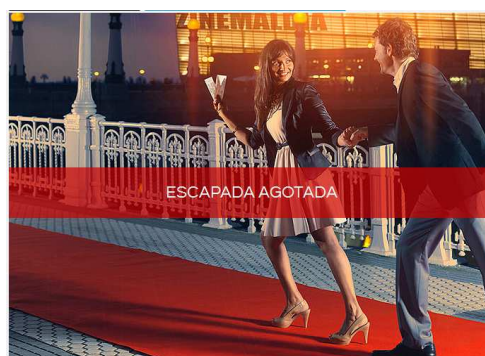
+ 40,95% SAN SEBASTIÁN CARD SALMENTAN

VENTA SSCARD			
NUMERO DE TARJETAS VENDIDAS (UDS)	2014	2015	% 2014-2015
TOTAL	4493	5227	16%
TOTAL TARJETAS VENDIDAS (SSCard + Basquecard)	4563	6432	41%

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

SAN SEBASTIAN CITY BREAK: IHESALDIAK AGORTUTA!

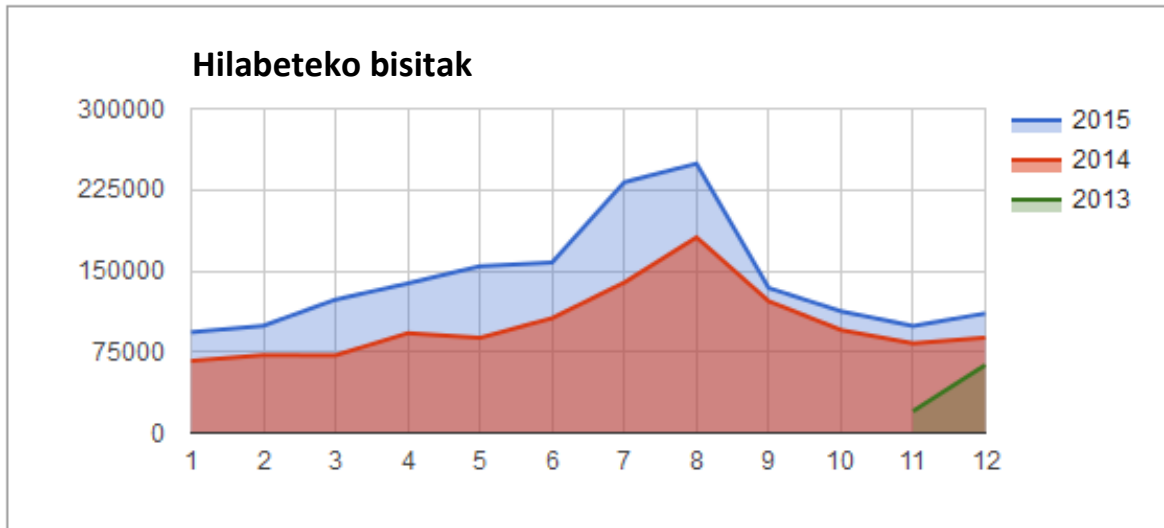
Donostia Turismoak urte osoan zehar asteburuko ihesaldiak eskaintzen ditu, turismoa urtaroen araberakoa izan ez dadin lortzeko. Ihesaldiek hiriko posizionamendu nagusi diren ardatzen inguruko esperientziak eskaintzen dituzte (gastronomia, kultura, hiri erromantikoa eta kiroletako hiria). 2015ean **309 ihesaldi** saldu dira, guztira **119.587 €-ko** balorazio ekonomikoarekin (64 erromantikoak, 30 gastronomikoak, 87 kulturalak eta 118 kiroletakoak). Zinemaldiko, Jazzaldiko, Behobia Donostiako eta Klasikako ihesaldiak **agortu** egin dira.



ESTRATEGIA ONLINE: WEB ETA SARE SOZIALETAN IGOERA

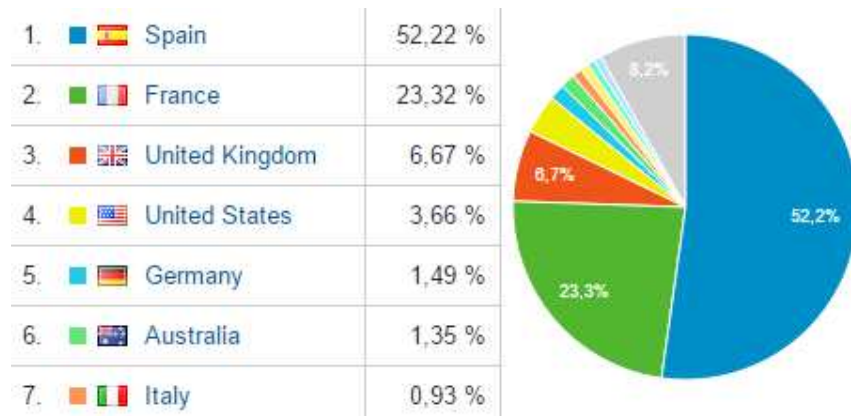
DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAU-REN WEBGUNEAK JASOTAKO BISITAK % 41 IGO DIRA.

2015. urtea **1.702.744 bisitarekin** amaitu da; 2014 urtearekiko % 41eko igoera da hori.



Atzerritik egindako bisitak % 47,8 dira, eta horri gehitu behar zaio Donostiako IPetarik kontsulta kopuru handia egiten dela; turista horiek, hirian bertan egonik, in situ informazioa kontsultatzeko sartzen dira webgunera.

Turista kopuruarekin gertatzen den moduan, webgunerako bisita kopuruan ere **Australia** (% +71), **Erresuma Batua** (% +66) eta **Alemania** (% +64) izan dira 2015ean gehien hazi diren herrialdeak.



KONTSULTA KOPURU HANDIAGOA GAILU MUGIKOR ETA TABLETEN BIDEZ

Gero eta gehiago dira **gailu mugikor eta tabletetatik (% 57,28)** sartzen direnak, webgunera ordenagailu bidez sartzen direnak baino gehiago.



GAILUAK	
Ordenagailua	42,73%
Mugikorra	40,72%
Tablet-a	16,56%

BISITEN ERDIA BAINO GEHIAGO BESTE HIZKUNTZA BATZUETAN EGITEN DA:

Kontsulten erdia baino gehiago beste hizkuntza batzuetan egiten da: Ingelesez eta frantsesez (% 50,43); aldiz, gaztelaniaz eta euskaraz (% 49,55). Uda-garaian, frantsesez egindako kontsultak pixka bat ugariagoak dira ingelesez egindakoak baino.

HIZKUNTZAK	EHUNEKOA
Gaztelania	49,24%
Frantsesa	25,96%
Ingelesa	24,47%
Euskara	0,31%

JARRAITZAILE GEHIAGO ETA ELKARREKINTZA HANDIAGOA SARE SOZIALETAN

SARE SOZIALA	JARRAITZAILEAK	HAZKUNDEA
Instagram	4963	+ 200%
Twitter	6667	+54%
Facebook Estatal	9062	+ 28%
Facebook Internacional	1562	+35%
SARE SOZIALA	JARRAITZAILEAK	HAZKUNDEA
Pinterest	3599 media mes	+150%
Flickr	56580	+35%
Youtube	128156	+200%

Donostia Turismoaren sare sozial guztietan (Instagram, Pinterest, Facebook, Flickr, Twitter, Youtube) ugaritu egin dira jarraitzaileak eta elkarrekintza. Datu batzuk nabarmentzearren, Youtuben 128.156 bideo baino gehiago bistaratu dira 2015ean, eta % 50 baino gehiago atzeritik. Instagramen jarraitzaileak hirukoiztu egin dira, 4.963 jarraitzaile izan arte.

Era berean, nazioarteko Facebookeko ingelesezko kanal berriak % 35 ugaritu ditu jarraitzaileak urtariletik, eta euskarazko-gaztelaniazko Facebookek ere % 28 ugaritu ditu (9.062 atsegin dut lortuta). Twitter % 54 hazi da (6.667 jarraitzaile), eta Pinteresten kasuan, berriz, azken urtean % 150eko igoera izan duela nabarmendu behar da (3.499 jarraitzaile), eta bisiten % 81 atzerrikoak dira (jarraitzaile gehienak AEBkoak dira, % 15).

Azkenik, Donostiako argazkiak deskarga daitezkeen Flickrreko albumeak 2015ean 56.580 bisita jaso dituzte.

OFFLINEKO ESTRATEGIA: KOMUNIKABIDEAK

100 KAZETARI BAINO GEHIAGORI ARRETA EMAN DIEGU ETA 60 ERREPORTAJE BAINO GEHIAGO ARGITARATU DIRA 2015EAN

Aurten, 100 kazetari baino gehiagori eman diegu arreta. Donostia Turismoak lehentasunezko zatiazarritako merkatuetakoak ziren gehienak (Estatu Batuak, Frantzia, Erresuma Batua, Alemania, Herrialde Nordikoak, Japonia...) eta press trip edo komunikabideentzat bereziki diseinatutako bidai ugari antolatu ditugu, hiriaren erakargarritasun turistikoak eta Kulturaren Europako Hiriburutza ezagutarazteko.

2015ean 60 erreportaje baino gehiago argitaratu dira hiriari buruz eta nazioarteko komunikabideei arreta eman zaie, hala nola New York Times, BBC, National Geographic, The Telegraph, The Daily Mail, The Evening Standard, The Sunday Times, Le Monde, Le Figaro, Le Nouvel Observateur, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Le Routard, Elle, TF1, Le Monde, Saveurs eta Vogue, besteak beste.

DONOSTIA, BIDAIA GIDEN TOPEAN

Gainera, nazioarteko zenbait komunikabidek Donostia 2016ean bisitatzeko hiri gisa nabarmendu dute, esaterako, FODOR bidai-gidak (AEBn bidai-gida garrantzitsuena denak eta ia ehun urteko izen on handiena duenak) munduko top 25en artean jartzen du (Europako 5 hiri soilik aukeratuta), Conde Nast Travelerrek, berriz, 2016an nagusituko diren hirien artean azalean nabarmendu du. Hiri gida horietako topean agertzea oso garrantzitsua da, bidaiarien erabakietan eragin handia baitute.



Donostiako Udala
Ayuntamiento de San Sebastián



Fodor's Go List 2016

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

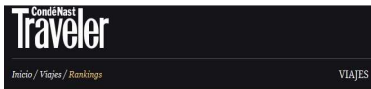


Deimos HR / Shutterstock

SAN SEBASTIÁN

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

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



LAS CIUDADES QUE VAN A TRIUNFAR EN 2016



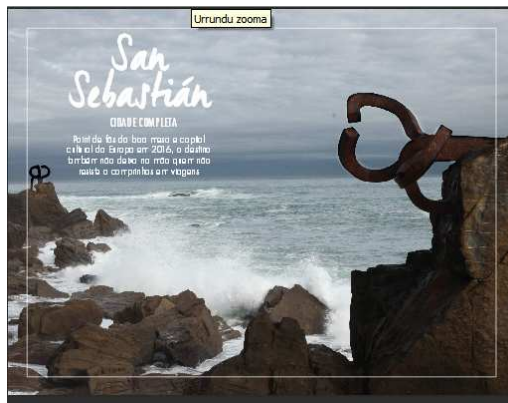
1 de 22 — Las ciudades que van a triunfar en 2016

Foto: Corbis. Texto: Javier Zori del Amo — No es que haya que negarse a viajar en lo que queda de año, ni mucho menos. Sin embargo, hay una serie de urbes que están más que inquietas por lo que les va a deparar los siguientes 360 días. Y es que 2016 será su año, o al menos será una meta para diferentes iniciativas que buscan cambiar el paso o añadir una etiqueta más a sus adjetivos más lógicos. Aquí comienza un viaje al futuro próximo con solo un deseo: que las nominaciones sean válidas y no se limiten a ser solo un nombre en un papel.



San Sebastián La perle basque

Comment ne pas tomber amoureux de cette ville lovée dans l'écrin de sa baie? À sa beauté s'ajoute un goût infini pour la gastronomie et la convivialité.



美食之城：聖塞巴斯提安

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



KURIER Lifestyle Kulturhauptstädte mit Geschichte



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



the guardian

Get Basque to basics

A new cookery school is the latest addition to San Sebastián's culinary scene. By Anje O'Riordan





San Sebastián is a city of contrasts, a mix of old and new, of tradition and modernity. It is a city that has managed to preserve its unique character while embracing the challenges of the 21st century. The city's culinary scene is a testament to its rich heritage, with a long history of excellence in Basque cuisine. The new cookery school is a testament to the city's commitment to preserving and promoting its culinary heritage.

The ESCAPIST

FROM THE EDITORS AND BUREAU OF MONOCLE MAGAZINE
A JOURNAL OF PLACES LESS EXPLORED
SPECIAL EDITION • ISSUE 02 • 2015

ARTISTIC MERIT

Sophie Choisy REPORTS FROM San Sebastián: This city is a Basque beauty that has a troubled past but has still found time to buildings. But through food, theatre and a bit of beach life, a sunny, happier and reconciled place is emerging. PHOTOGRAPHER Sabu Lepus





Population: 186,000
City motto: "Sweet by day, salty and bitter" (Sweet by day, salty and bitter)
Climate: Average winter temperature of 15°C
Basque Country is a region of Spain, a country with a rich history and a unique culture. San Sebastián is a beautiful city with a long history and a unique character. The city's artistic merit is a testament to its rich heritage and its commitment to preserving and promoting its cultural identity.

FAM TRIP EDO AGENTEEN BIDAIK TURISMOGUNEA SUSTATZEKO:

20 fam trip edo alor turistikoko eragile profesionalei zuzendutako bidai antolatu dira; hala nola, agentziak, touroperadoreak etab. Xedea da gure hiria ezagutzera ematea, beraien helmuga eskaintzan sar dezaten. Donostiara bidaiatutako eragileen artean, Escandinavía, Japonia, Errusia, Alemania, Polonia eta beste hainbat herrialdeetako ordezkariak izan dira.

AZOKAK, WORKSHOPAK ETA AISIARI BURUZKO AURKEZPENAK

Donostia Turismo & Convention Bureau-ko ordezkariak 20 azoka eta workshopetan parte hartu dute, aisialdi turismoarekin lotuta (Fitur, World Travel Market, Burdeos So Good, Sevatur, Intur etab.). Helburua da hiria ezagutzera ematea nazioartean.

Bilera- turismoaren promozioari dagokionez, nazioarteko 34 MICE azoka eta workshopetan parte hartu da, Donostia ekitaldi eta bilerak egiteko helmuga estrategiko bezala posizionatzeko (IBTM, IMEX azoka, So Evènement, The Meeting Show London, Meeting & Incentive Fórum ST Petersburg-USA etab.).

BILEREN TURISMOA EDO MICE: KONGRESUEN KOPURUAK GORA EGIN

Urtetik urtera, Negozioen turismoa edo MICE gora egiten ari da Donostian, eta turismoa urtaro guztietara zabaltzen ari da. 2015ean, bileren turismoarekin erlazionatutako 124 ekitaldi antolatu dira (kongresuak, konbentzioak, jardunaldiak...), aurreko urtean baino 24 gehiago. 2015ean, kongresuetako eta bileretako parte-hartzaileen kopurua 27.705etik **33.616**ra igo da (% **+21,33**). 2014tik 2015era, Donostian gaua igarotzen duten pertsonen kopuruak ere gora egin du, 61.878tik **75.668**ra (% **+22,28**).

BILEREN TURISMOA	GUZTIRA	
	URTEA	
Parte- hartzaile kopurua	2014	27.705
	2015	33.614
Parte-hartzaile kopurua + kongresu egunak	2014	61.878
	2015	75668
Ekitaldi kopurua (Kongresuak, konbentzioak, jardunaldiak)	2014	107
	2015	124

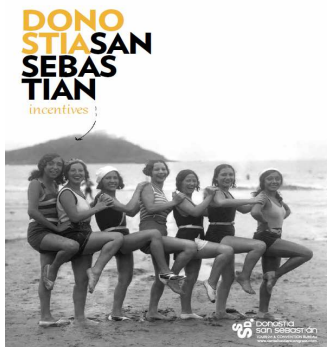
Interesgarria da Euskadiko kongresuetara etortzen diren pertsonen egindako balorazioa. Ibilturrek emandako datuen arabera (2014), **Donostiak lortu du satisfazio-mailarik handiena: 5 puntutatik, 4,9**; ondoren, Bilbok (4,8); eta, azkenik, Gasteizek (4,2). Nolanahi ere, hirurek nota ona lortu dute.

Kongresu horietako asko turismoaren **goi-denboralditik** kanpo egin dira. Kongresu guztien % 78 urtarrietik maiatzera eta irailetik azarora bitartean egiten dira.

Bestalde, **Enbaxadore** proiektuak, Kurasaalarekin elkarlanean egindako programak, gero eta indar handiagoa du. Programa horrek kongresuen antolakuntzan modu proaktiboan lan egiten duten profesional asko saritzen ditu.

2015ean, Donostia Turismo & Convention Bureau-k **23 hautagai-zerrenda** aurkeztu ditu, aurreko ekitaldian (29) baino gutxiago.

DONOSTIAN ANTOLATUTAKO PIZGARRI-BIDAIK ETA AZOKAK



Bestalde, Donostia Turismo & Convention Bureau-k beste bi sustapen-tresna sortu ditu aurrean: alde batetik, enpresei eta agenteei zuzendutako **bideo** bat, oso harrera ona izan duena, eta Donostia Kongresu Hiri gisa sustatzeko giltza izango dena; eta, bestetik, **pizgarrien gida** bat, horrelako bilerek azken urtean izan duten gorakada ikusirik. 2015ean, **26 pizgarri-bidaia antolatu dira**, eta 944 pertsonak parte hartu dute horietan.

Halaber, gurera **169.473** pertsona erakarri dituzten **24 azoka** antolatu dira.

DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAU-K AZOKETAN ETA WORKSHOPETAN IZANDAKO PARTE-HARTZEA

MICEekin lotutako **34 nazioarteko azoka eta workshopetan** parte hartu dugu, Donostia ekitaldiak eta bilerak antolatzeko helmuga estrategiko gisa ezagutarazteko.

HELMUGA TURISTIKOAREN KUDEAKETA

Hiria *top* helmuga gisa ezagutarazteko, estatu-mailan eta nazioartean sustatzeaz gain, ezinbestekoa da hiria bera eta hango agente turistikoak turistak jasotzeko prest egotea. Horretarako, Donostia Turismo & Convention Bureau lanean aritu da bai enpresen lehiakortasuna hobetzeko, bai helmugaren kalitate eta sormen bikainak hautemanarazteko.

DONOSTIA TURISMOAREKIN ELKARTUTAKO ESTABLEZIMENDUAK. BAZKIDEEN EKINTZA-PLANA: TALDEA SENDOTZEN.

2015ean, beste 19 establezimenduk Donostia Turismoarekin bat egin dute, eta establezimendu elkartuen kopurua 279tik **298**ra igo da.

“Taldea Osatzen” Ekintza-Planaren bitartez, Donostia Turismoko bazkideekin taldean lan egin da helmuga erakargarriagoa egiteko. Esaterako, 2015eko gabonetan turistaren harrera hobetzeko plan bat landu da. Hala, Donostia Turismori atxikitutako establezimenduekin kolaborazioan, gabonetarako kanpainia komertziala eta ekitaldien agenda bat prestatu zen, Donostiako kaleak girotzeko.

DONOSTIA, “HELMUGA HOBETZEKO PROIEKTURIK ONENARI SARIA”: 2016EKO HARRERA PLANA

2016 Harrera Planaren testuinguruan garatutako Prestakuntza Plan presentzialaren helburua da bertako sektore ugariak eta herritarrek bisitatzeko gaituztenei egindako harrera hobetzea, bereziki, Europako Kultura Hiriburutzara parte hartzerako etorriko direnena, eta baliabide horiek hiriarren ondare gisa irautea eta bertan bizi garenon egunerokoa erraztea.

2016 Harrera Planaren testuinguruan, herritarrei eta ostalaritzako, ostatueta, zerbitzu publikoetako, garraioko eta aisialdi-eremuetako profesionali bideratutako prestakuntza presentziala eskaini zaie.



Harrera Planaren aurkezpena, Ekitaldi Aretoa, Donostiako Udala.

Zeharkako 14 prestakuntza-jardunaldi egin dira, erdiak euskaraz eta beste erdiak gaztelaniaz.

Donostiak SICTEDek turismogunea hobetzeko proiektu onenari ematen dion sarian 1. finalista izatearen saria lortu du. Hala, turismogunearen hobekuntza-taldeekin garatuta eta adostuta, turismogunearen kalitate osoa hobetzeko taldeko ekimena lortu izana aitortu zaio.

IKT-EN ERABILERA KO JARDUNBIDE EGOKIEN PROGRAMA

IKTen erabileran Jardunbide Egokiak bultzatzeko proiektuaren barruan, prestakuntza-jardunaldi bat egin da, Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologien erabilera hobetzeko programa batekin eta Jardunbide Egoki horiek hobetzeko eta ezartzeko 16 enpresarekin etengabeko lanarekin.

Horrez gain, pertsonalizatutako hobekuntza-planean gomendatutako Jardunbide Egokiak ezarpenarako **38 laguntza-bisita** egin dira.

Otsailaren 25ean, Donostia Turismoa&Convention Bureau Eusko Jaurlaritzak Gasteizko Jardines de Uleta Hotelean antolatutako Kalitate eta Berrikuntza Programen aitopren-ekitaldian izan zen. Bertan, Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoaren Diplomak (SICTED) eta/edo IKTen erabileran Jardunbide Egokiak Programan parte hartzearen eta maila gaitzearen Diploma-ziurtagiriak eman zituzten.

BARNE KALITATEA: KALITATEAREN Q



2015eko otsailaren 12an kalitatearen Q sistemaren auditoretza egin zen, OITen JARRAIPENeko 2. auditoria, hain zuzen ere. Gaitu egin zen eta, beraz, Espainiako Turismo Kalitatearen Institutuak (ICTE) emandako kalitatearen ziurtagiria eta turismo-enpresen zerbitzua, instalazioak eta kudeaketa ziurtatzen dituen kalitate-zigilua **berritu dira**. Turismoaren sektoreko ziurtagiri garrantzitsuena da eta ospe handia ematen dio jasotzen duen erakundeari.