

Pasar un fin de semana en Donostia siempre es un placer. Con la promoción organizada por el Centro de Atracción y Turismo durante la temporada baja, la estancia sale más arreglada de precio. Descuentos en hoteles, comercios y espectáculos son aprovechados por muchos madrileños y también por vascos de clase media-alta.



Donostia, punto de atracción turística



Gente de muy diversas procedencias se pasea por La Concha. (Foto Jesús Mari).

La promoción, con descuentos en hoteles y comercios, ha aumentado la ocupación hotelera durante la temporada baja

Turismo de fin de semana, capital Donostia

Mikel G. Gurpegui

DONOSTIA. Entran en su habitación de hotel mientras el sol se echa el último chapuzón del viernes en la bahía. Bosteza él su cansancio por las horas al volante desde Madrid. Abre la boca ella al asomarse a la ventana en el alto del monte Igeldo. Mucho San Sebastián. Una abultada carpeta de folletos sobre la mesilla. Un fin de semana a la donostiarra se abre ante ellos.

Son dos de las 5.600 personas que en los tres últimos años han visitado Donostia aprovechando la promoción especial del fin de semana. Descuentos en hoteles, entrada gratis en discotecas y el casino son las ventajas de este «paquete turístico» que ha conseguido mejorar la ocupación hotelera en Donostia durante la temporada baja.

Gregorio Ordóñez, concejal delegado de Turismo, es el padre de la idea. Padre adoptivo que en 1987 trasladó el esquema que conoció en Bruselas a este txoko del Cantábrico. Según él, la campaña ha sido la fórmula mágica para levantar «un sector turístico que estaba derrumbado moralmente, al que le faltaba fe en las posibilidades de la ciudad».

La propuesta funcionó. El Gobierno vasco lanzó el fin de semana en Euskadi. Las comunidades del norte del Estado promovieron el fin de semana en la España verde. «No nos importa que nos copien, porque en el fondo nos hacen publicidad gratis. San Sebastián es el gran atractivo turístico de Euskadi y del Cantábrico».

Reserva directa

Nuestra pareja ya está tendido en mano. Pecado mortal visitar Donostia y no sucumbir a los encantos de la mejor gastronomía del Estado. Buen menú, señor.

En los restaurantes Ake-larre, Arzak, Easo (el del María Cristina), Nicolasa, Patxiku Quintana, Panier

Fleuri, Rekondo, Txomin, Urepel, Upela o Urbano se dejarán unos billetes en acariciar su paladar. Si muestran su tarjeta de turista «findesemanero», la copichuela será de regalo.

La cartulina, blanca con el cuadrado donostiarrísimamente azul, es la que hay que presentar para obtener los descuentos o los detalles especiales. La facilita el hotel, en el que han hecho su reserva de week-end directamente, como hace el 80 por ciento de los usuarios, o bien mediante agencia, como el 20%.

Periodistas invitados

Han cenado. Inevitables potes en la Parte Vieja. «Pelotazos» en Reyes Alcohólicos, perdón, Católicos, la zona de pubs situada tras la catedral. Nuestra pareja sigue con ganas de marcha. Han de hacerlo. Hay que adentrarse en alguna de las discotecas que tienen la bahía como telón de fondo. Enseñan la tarjetita y el portero se echa a un lado.

Puede que entre hip-hop y cha-cha-chá se encuentren con algún periodista. Cien informadores son invitados cada año por el Centro de

Atracción y Turismo a pasar un fin de semana a la donostiarra. Nada de dispendio. «Cuando vuelven a su ciudad escriben unos artículos sobre San Sebastián siempre elogiosos. Si pagásemos esos espacios como publicidad nos costaría muchísimo más», explica Ordóñez.

La promoción se apoya en los medios de comunicación. Además de las invitaciones puntuales, en las presentaciones de la campaña realizadas en diversas ciudades siempre se busca el eco en los medios informativos

locales.

Cuestión de clase

La noche fue larga. El sirimiri matutino humedece las ventanas del hotel Monte Igeldo. Son 4.500 más IVA por persona y día en una habitación doble del cuatro estrellas más solicitada por los visitantes de fin de semana. También prefieren el María Cristina, de primera categoría, que con esta promoción sale a 8.500 más IVA en lugar de las 13.500 habituales.

De los once establecimientos hoteleros acogidos

a la promoción, el que más barato resulta es el Codina, 2.700 pesetas más IVA por noche. El paquete turístico, que incluye acceso gratuito al casino, no está pensado para personas de ingresos modestos. «El turismo donostiarra es de clase media-alta, está claro. El de baja no tiene ahora espacio —afirma el concejal—. Tenemos que hacer un esfuerzo para cubrir el tremendo déficit de hoteles de dos estrellas que hay, pero sin dejar de apostar por el turismo de calidad típico de Donostia». La capital guipuzcoana sigue ofreciendo el trato individualizado y los servicios de calidad frente al turismo de sol y masas.

Todas las posibilidades

De boutique en boutique. Bolsas. Van de tiendas. Un diez por ciento descuentan «por donostiarrismo» los doscientos comercios apuntados en la lista que incluye esa carpeta de folletos que los visitantes han recibido al llegar.

Otras ventajas de la promoción son pagar media entrada en el frontón de Galarreta, tener invitación para el hipódromo o abonar un 10% menos en los aparcamientos subterráneos.

Según señala Ordóñez, «más que el que algunos servicios sean más baratos, el acierto de la campaña es que ofrece unidas en un paquete todas las posibilidades que ofrece Donostia. El banderín de enganche es la propia ciudad, que se vende sola aún con un mal vendedor».

Domingo tarde. Se acabó. Nuestra pareja guarda en sus maletas las fotografías que sacaron en el Peine de los Vientos, bajo la estatua del Sagrado Corazón que ahora cumple cuarenta años, sobre la fría arena de La Concha. Se van contentos, como el 96 por ciento de los usuarios de la promoción. Prometen volver. Muchos lo hacen. Hasta el 26 de mayo, en una temporada baja cada vez menor, están a tiempo.

Los vascos, segundos usuarios de la promoción

M. G. G.

Vencer el miedo

Madrid, Madrid, Madrid. La capital del Estado ha vuelto a ser el principal punto de emisión de turistas a Donostia. También con la promoción fin de semana. En la temporada 89-90, exactamente 1.045 madrileños han hecho uso de los descuentos, 200 más que en la campaña anterior. Por contra, el turismo catalán ha bajado de 327 a 189 visitantes en 1989-90, mientras que la cuarta posición queda para los aragoneses.

Los extranjeros apenas utilizan la promoción. Lógico, puesto que sus viajes suelen durar más que un fin de semana. Sin embargo, los responsables municipales miran hacia Francia. «En esta cuarta edición, nos vamos a volcar con Toulouse y Burdeos. El tren de alta velocidad va a hacer que puedan estar en Donostia en dos horas —indica Gregorio Ordóñez—. Si hasta ahora no han venido ha sido por miedo desde la quema de coches. Tenemos que hacer un esfuerzo para vencer ese miedo, como se ha conseguido con Madrid».

También en Madrid,



Elegancia y calidad, presentadas en los carteles del siglo pasado.

como en las dos ciudades galas, se realizarán el próximo febrero actos de promoción del fin de semana a la donostiarra. En Bilbao, aunque «el turismo vizcaíno es importante para nosotros», de momento no. Alguno se acuerda de que fue en la

Gran Vía bilbaína donde la tamborrada infantil que suele acudir a las ciudades en que se promociona la campaña fue recibida no con los habituales aplausos sino con bocinazos. Otro episodio de nuestra relación de amor/odio.