



LA CAMPAÑA DE NAVIDAD GENERÓ EN SAN SEBASTIÁN UN IMPACTO ECONÓMICO DE 22,5 MILLONES DE EUROS

- Según el estudio de Ikertalde, 250.000 de las visitas recibidas se realizaron exclusivamente por la campaña de Navidad realizada por el Ayuntamiento a través de Fomento San Sebastián.
- Marisol Garmendia: “San Sebastián se consolida como referente de la Navidad que crea riqueza y empleo en la ciudad y supone un fuerte impulso para el pequeño comercio y la hostelería. La campaña realizada desde Fomento ha aportado 18 euros por cada euro invertido”.

La campaña de Navidad organizada por el Ayuntamiento, a través de Fomento San Sebastián, ha generado impacto económico directo de 22,5 millones de euros, de ellos 22,1 millones corresponden a ingresos generados vía gasto de la ciudadanía y por atracción de visitantes. En términos de contratación, durante el mes de diciembre se realizaron 1.933 contratos en los sectores de comercio y hostelería, que dieron lugar a la creación de 1.395 empleos y suponen el 28% de la contratación realizada en la ciudad en este período.

La concejala de Economía y Empleo Local, Marisol Garmendia, ha destacado que “San Sebastián se ha consolidado como un referente de la Navidad en todo el Norte de España. Las fiestas, además de ser fechas de disfrute para los donostiarras, son un importante factor de creación de riqueza y empleo para nuestra ciudad. La campaña de Navidad supone más del 20% de la facturación anual del pequeño comercio y es también un importante impulso a la hostelería, sectores en los que trabajan 16.000 donostiarras. En esta campaña, se contrató a 1.395 personas o lo que es lo mismo: uno de cada cuatro empleos generados en nuestra ciudad en este período. Son cifras que respaldan la campaña realizada desde Fomento que ha aportado a nuestra economía local 18 euros por cada euro invertido”.

El número total de visitas contabilizadas en los 38 días de campaña por los contadores de paso instalados en puntos estratégicos fue de 2.240.000, lo que hace una media de 59.000 diarios. Según el estudio de Ikertalde, un 65% de estas presencias, es decir dos de cada tres, son de donostiarras. El 35% restante son visitantes que proceden de fuera de la ciudad; más de la mitad guipuzcoanos (18%), Alava y Bizkaia aportan un 6%, el mismo porcentaje que el resto de España (6%), y los internacionales representan el 5%. Del total de visitas, 250.000 se realizaron exclusivamente por la campaña de Navidad, dato que resulta muy significativo sobre su impacto y repercusión. A pesar de la magnitud de estas cifras, la afluencia total tuvo un ligero descenso del 8% debido a las precipitaciones que multiplicaron por tres los registros de 2023.

Entre las actividades con mayor aceptación cabe destacar: el récord del evento de inauguración al que asistieron 18.500 personas, a pesar de la lluvia; el mercado de Navidad, que recibió 462.458 visitas, y el Mapping de Alderdi Eder al que se acercaron 144.000 visitantes.

Los datos del estudio realizado se han obtenido a través de las 1.500 entrevistas realizadas entre visitantes, comerciantes, hosteleros y puestos de mercado, que se complementaron con los conteos realizados en las distintas zonas de campaña y entrevistas a agentes relevantes del comercio y la hostelería.

La Campaña de Navidad en cifras

- Impacto económico

El impacto total estimado de la campaña ha sido de 22,5 millones de euros, de ellos 22,1 millones por las compras asociadas a la campaña de Navidad realizada por Fomento y el resto a otros ingresos generados en la economía donostiarra.

Las ventas totales del comercio local durante la Navidad se estiman en 211,2 millones, que representa un 21% de la facturación anual. De esta cantidad, 80,8 millones, el 38%, corresponde al gasto realizado por los visitantes.

El mercado de Navidad tuvo unas ventas totales de 879.000 €, un 17% más que en la campaña anterior.

El gasto medio por persona y día fue de 69 euros (57€ en el caso de los donostiarras y 91 € entre los visitantes).

Durante el mes de diciembre de 2023 se firmaron 1.933 contratos y se crearon 1.395 empleos; 604 en el comercio local y 791 en la hostelería.

- **Actividades**

Récord de asistencia a la Inauguración 18.500 personas.

Visitas al mercado (Urumea y Pza. R. Labayen): 462.458 visitas.

Videomapping: 144.000 personas (34 pases, 9 días) .

Más de 70.000 personas visitaron la Noria; 14.000 el tren;12.000 el trineo.

Conciertos Orfeón Donostiarra (Alza y Riberas): 1.000 personas.

DonoSTEAM 2.249 participantes en (9 días).

Actividades en la playa con el Fortuna 457 participantes (8 días).

55 puestos en el mercado de Navidad

51 acciones en el mercado (coros, talleres, etc.): 2.215 asistentes.

5 entidades en las casetas solidarias (Aita Mari, Zaporeak, Mi dulce guerrero, Ucrania Euskadi, Gromada y Aspace)

BAE 20 paseos con 17 residencias (80 personas participantes 36 voluntarios).

- **Valoración**

Un 73% de las y los donostiarras piensa que la Campaña de Navidad tiene un fuerte impacto y favorece el comercio y la hostelería.

Más del 80% de los encuestados señalan que el mercado de Navidad contribuye de forma importante al ambiente navideño en la ciudad.

El 93% de los 55 expositores que participan en el mercado de Navidad ha valorado muy positivamente la campaña realizada.

Más de 70 impactos en medios locales y nacionales: DV, Noticias de Gipuzkoa, EITB, SER, Onda Cero, RTVE, A3, T5 y La Sexta, etc.