



- Por cada euro invertido por el Ayuntamiento en la campaña de Navidad, se han generado 18 euros para la economía local
- Los 2,5 millones de visitas a la navidad de San Sebastián, suponen un récord de asistencia, un 30% más que en 2021 y un 18% más que en 2019

Este año, la Concejalía de Impulso Económico que encabeza Marisol Garmendia, encargó a Fomento San Sebastián un estudio que determinase el impacto económico que la Navidad tiene en la ciudad. **“Las conclusiones arrojan resultados excelentes, ya que el impacto económico directo que la campaña navideña genera en la ciudad se cifra en 22 millones de euros”** ha señalado la concejala socialista.

Para Garmendia, **“la repercusión es importantísima especialmente en el pequeño comercio donostiarra ya que las navidades suponen el 24% del total anual del volumen de negocio. Estamos, sin duda, ante una inversión pública que redunde en beneficio de la economía de la ciudad, que ha sido este año Capital Europea de la Navidad, con un esfuerzo añadido por parte del Ayuntamiento y los patrocinadores. Un dato significativo, por cada euro que el Ayuntamiento ha invertido en la campaña de Navidad, se han generado 18 euros para la economía local”**.

El estudio lo ha elaborado el grupo consultor Ikertalde a través de encuestas presenciales a la ciudadanía, comerciantes y hosteleros, casetas del Gabonetako Azoka, sistemas de conteo en diferentes puntos de la ciudad, datos de movilidad de operadoras telefónicas y datos ofrecidos por el transporte público.

IMPACTO ECONÓMICO

- ✓ Se estima un impacto producido por la Campaña de Navidad de **22 millones de euros** como consecuencia de la capacidad de atracción que ha generado.
- ✓ En Navidad, **el comercio y la hostelería consiguen un volumen de negocio que suma 200,9 millones de euros**. De esa cantidad, el 60% corresponde al comercio y el 40% a hostelería y servicios personales. Para el comercio donostiarra, la Navidad es el 24% del total del año y para la hostelería el 17%. El estudio destaca que de esos 200,9 millones, 22 son consecuencia directa de la Campaña de Navidad, 121 millones en el comercio y 80 millones en hostelería y servicios.
- ✓ **El gasto medio por persona y día ha sido de 73 €** (66 € en el caso de los donostiarras y 85 € en el de los visitantes, alcanzando los 140 € si son de fuera de la CAV).
- ✓ El gasto comercial y hostelero efectuado por cada donostiarra ronda los 764 € (120 millones en total) y los 448 € en el caso de los visitantes (80 millones en total).
- ✓ En diciembre se realizaron 2.202 contratos en comercio y hostelería (29% del total de contrataciones del mes).

VISITANTES

La pasada Navidad ha sido también un éxito de público y de aceptación

- ✓ Los 12 contadores de paso fijados en 8 puntos estratégicos contabilizaron **2.592.628 visitas, un récord de afluencia**, que supera en un 30% los datos de 2021 y en un 18% los de 2019, antes de la pandemia.
- ✓ **Las casetas del Paseo del Urumea, han registrado 388.775 visitas**, un 50% más que en 2021 y más del doble que en 2019.
- ✓ Del total de visitas, **un 62% fueron donostiarras y un 38% visitantes** (22% guipuzcoanos y 16% de fuera de la provincia).
- ✓ **Un 9% de las visitas incluyeron pernoctaciones**, con una media de 2,3 noches. El tipo de pernoctación fue variada: hotel y apartamento turístico (62,7%), segunda residencia (4,1%) o vivienda de familiares y amigos (31%).

El estudio constata que para un 72% de las personas encuestadas la campaña de navidad es factor fundamental para el crecimiento económico de la ciudad. Las acciones más reconocidas por los encuestados fueron la iluminación (91%), la noria y el resto de las ferias (84%) y el mercado de Navidad (75%).



ACCIONES Y NAVIDAD SOLIDARIA

En el estudio de Ikertalde se habla de la **percepción positiva de donostiarras y visitantes de la programación de la campaña**, incluyendo acciones ya clásicas como el acto de inauguración, o novedades como el videomapping o los paseos en barca.

La Navidad de San Sebastián en cifras:

- Se han desarrollado 17 paseos en triciclo con la colaboración de Bizikletaz Adinik Ez. Han participado 80 personas de 17 residencias y Centros de Día, con la inestimable participación de 36 voluntarios y voluntarias.
- 40 paseos en barco en los que han tomado parte 320 personas de ONG's y otras entidades
- 5 entidades han tenido su hueco en la caseta solidaria del Mercado: Aita Mari, Zaporeak, EcoKafea, Ucrania Euskadi y Aspace
- Nombramiento de embajadoras de la Capitalidad Europea de la Navidad a 4 clubes deportivos femeninos (Real Sociedad, IDK, Bera Bera y Txuri Urdin).
- Se han desarrollado 48 actividades en la carpa del Mercado (coros, talleres, demostraciones...) con 1.397 personas como asistentes.
- 36 pases del Videomapping en San Telmo durante los 9 días de duración.
- Más de 400 personas han sido beneficiarias de las entradas de cine solidarias en Garbera.

Los 55 expositores del mercado de navidad han valorado positivamente el impulso comercial generado desde el ayuntamiento. El 88% considera que la campaña de Navidad tiene un efecto muy positivo en la activación comercial de la ciudad.

La estimación del total de facturación de los expositores ubicados en el Mercado de Navidad, se sitúa en torno a los 900.000 €, lo que supone un incremento del 25% respecto a la facturación del 2021.

REPERCUSIÓN MEDIÁTICA Y REDES

La Capitalidad Europea de la Navidad tuvo **más de 90 impactos informativos** no solo en medios locales, sino nacionales (RTVE y EITB, A3, T5 y La Sexta) e internacionales, como el caso de Telenord (Italia) al compartir capitalidad con Génova.

La campaña tuvo 1,8 millones de impresiones en redes, con más 650 publicaciones, así como cientos de fotografías de usuarios. Los hitos más fotografiados fueron los puestos del mercado, la iluminación navideña, incluido el videomapping en el Museo San Telmo, las atracciones y la inauguración.