

El comercio madrileño mejora su estado de ánimo, pero todavía tiene un 31% menos de viandantes

Según el estudio realizado por iTB correspondiente al mes de octubre de 2021, el consumo en Madrid empeora un 6% con respecto al mes de septiembre

En octubre, las calles de Madrid registraron un 3,5% menos de afluencia de público y un -6% en consumo que en el mes de septiembre, según la última entrega del Índice TrueBroker, iTB. Dos de las tres Zonas Prime de Madrid (Barrio de Salamanca y Zona Centro Local), mantienen sus valores respecto al mes anterior, con un rebote positivo del consumo del +10,4% y del +36,7% respectivamente, aunque aún con una ligera caída de peatones (-3,1% y -15,4% respectivamente) al mismo mes previo a la Covid19. Por su parte, la tercera Zona Prime, la Zona Centro Turística, experimentó una gran recuperación en el consumo, pasando de -22% de septiembre al -4,9% en octubre. Una gran mejoría, pero todavía en negativo, aunque muestra cómo la recuperación se va extendiendo poco a poco desde el epicentro comercial de la ciudad hacia la periferia.

El estudio refleja una ligera pero notable recuperación en las Zonas de Oficinas, aunque sin ningún signo de recuperación sostenida y con una gran caída tanto de la afluencia de público (-40,9%) como del consumo (-57,4%) respecto a las cifras pre-pandemia. Estos datos confirman que aún hay muchas personas teletrabajando, lo que lastra a la ciudad de Madrid, mientras que las Zonas Residenciales se mantienen inmutables, con la misma caída del consumo del mes anterior (-73%), y una afluencia similar de personas en sus calles, con un -66%.

En cuanto a los Barrios Singulares, que han marcado el liderazgo durante todo el Covid (siendo la primera zona en conseguir un rebote positivo del consumo sostenido), desde el mes de junio se ha notado un claro trasvase de los peatones y consumidores de estas zonas a la Zona Centro Local. Con ello se está trasladando el rebote positivo del consumo con respecto a antes del Covid, quedando los Singulares de nuevo en negativo, y la Zona Centro Local en positivo, con un rebote del consumo del +36,7%, liderado por las calles Gran Vía-Callao (+45,4%) y Fuencarral Peatonal (+28,1%).

Para Pablo Beltrán, CEO de TrueBorker, “este trasvase de los Barrios Singulares a la Zona Centro Local es un indicador claro de que los madrileños han perdido el miedo a salir a la calle y de que, en el futuro, los Barrios Singulares emergerán como los Nuevos Protagonistas del consumo”.

A pesar de que se nota esta vuelta a la confianza a “salir a la calle”, todavía queda mucho por hacer según Beltrán, “ya que en octubre el volumen de viandantes fue un 31% menor que hace dos años y el consumo total en la ciudad sigue un 24,5% por debajo de las cifras pre Covid”.

Meses para la recuperación del mercado inmobiliario

En cuanto a los meses que restan para la recuperación y cómo se producirá, se puede adelantar que desde hace 8 meses cada mes mejoran las cifras de peatones y consumo acumulado en la ciudad de Madrid pero, sin embargo, la caída acumulada en Madrid en los últimos doce meses es mayor en octubre, y arroja un -41% de peatones y un -37% de consumo.

Según el iTB, la caída acumulada anual en Madrid pasó del -58,6% en marzo en el número de peatones al -41,6% en octubre, y en el consumo del -51,4% al -37,2%. Así mismo, el acumulado

semestral, en octubre fue de -39,4% en peatones frente al -41,6% anual, y en el consumo, el semestral acumulado de octubre fue del -30,1% frente al anual de -37,2%. Es decir, mejorando mes a mes, pero aún a un nivel muy insuficiente y con mucho acumulado por recuperar.

Aunque en algunas calles hay rebotes positivos del consumo en octubre: Gran Vía-Callao (45,4%), Fuencarral Peatonal (+28,1%), Serrano (+13,9%), Goya (+6,9%), Cava Baja (+51,4%), Espoz y Mina (+16,8%)... (en algunas mantenidos durante 2 y 3 meses consecutivos), no es menos cierto que en otras, que habían marcado el techo con un récord de hasta 4 meses consecutivos en positivo, han pasado a sufrir en los últimos 4 meses una caída continua, pasando de +30,8% a -51,1%.

Otro tema a tener en cuenta es que hay algunas calles de Madrid que han tenido unos meses de rebote, pero aún insuficiente, ya que el acumulado de 12 meses está aún en negativo, si bien el resto de calles y ciudades de España, más retrasadas en su recuperación que Madrid, aún no han comenzado a estar siquiera en rebote positivo todas ellas.

En Madrid, sólo la Zona Centro Local ha tenido un rebote positivo en el acumulado semestral de octubre, con un +11,8% en el consumo, pero su dato anual de octubre ha dado negativo (-10,2%). Es decir, mejora positiva de los últimos 6 meses, pero negativa si se valoran los últimos doce meses, "qué decir de los 20 meses que llevamos desde que se inició el confinamiento", añade Beltrán.

Recuperación de precios

Las calles y zonas con rebote positivo no pueden todavía ver una traslación de sus precios al alza. En este sentido, TrueBroker prepara un estudio sobre la recuperación de precios. "Podemos adelantar -indica el CEO de TrueBroker- que cuantas más tiendas tengan una marca en una ciudad, un país, una región o en el mundo, más lastrada y dañada está por el Covid, a pesar de los ERTE y la fuerte reducción de gastos. Las empresas más perjudicadas son las empresas globales".

El gran peso en la demanda de los locales de las ciudades y calles más comerciales por parte de las marcas globales ha hecho que hayan sido una de las dos tipologías más perjudicadas en la desocupación de locales y caída de los precios, junto a las categorías comerciales Residenciales (categoría C) y de Oficinas (categoría D). Ésa es la causa de que los Nuevos Protagonistas en la contratación de m² y los más capacitados para pagar antes mayores precios sean empresas más pequeñas y con menos red de tiendas.

Según Beltrán, desde el mes de septiembre se está produciendo el cierre de un gran número de locales en calles Prime por parte de las grandes marcas globales, que se espera continúe.

Esto agrava una realidad sobre la que TrueBroker investiga hace años, analizada en el libro "El Retail tras la Era Global. Una visión más allá del consumo", y es que, desde el año 2005, las empresas globales han pasado de contratar el 95% de los locales comerciales en las Zonas Prime a sólo un 45% en el año 2019 antes del Covid, a tan solo un 14% en el año de Covid. Se constata así que las empresas globales llevaban contrayéndose y sufriendo una fuerte pérdida de cuota de mercado en Occidente desde el año 2005, que el Covid ha acelerado.

Datos de contacto:

María Guijarro
622836702

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Madrid](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>