

Marzo, un mes bueno para Madrid con rebotes positivos en consumo

Según el estudio realizado por iTB correspondiente al mes de marzo de 2021

El mes de marzo ha sido bueno en consumo para la capital de España, aunque claramente atípico y anómalo, según el estudio iTB de TrueBroker, una de las principales empresas madrileñas inmobiliarias especialistas en Retail. Durante marzo, acontecieron dos fenómenos atípicos. La primera quincena, marcada por el buen tiempo, provocó la salida de sus ciudadanos a las zonas de Madrid más destacadas comercialmente: las tradicionales Prime del Barrio Salamanca, la Zona Centro Local y las NUEVAS emergentes dominantes en esta nueva era, los Barrios Singulares. En la segunda quincena del mes se sumó al buen tiempo el adelanto de turistas nacionales y extranjeros en sus vacaciones de Semana Santa para esquivar el cierre de fronteras.

Pero lo más interesante que se desvela en el informe es que el aumento tan fuerte del consumo se hizo sin que aumentara el multiplicador. Un indicador del iTB muy importante, por el que se puede predecir que cuando se libere el miedo al Covid los primeros meses puede haber un rebote muy fuerte del consumo en torno a un 15% de promedio en Madrid más que antes del Covid, y en algunas calles podría llegar hasta el 180%. Este fenómeno, aunque sea temporal por unos meses, se muestra muy tangible en varias calles de zonas comerciales, a su vez distintas, y tenue pero con rebrote en los Barrios Singulares, y todo esto sin que haya aumentado el multiplicador. Un dato más positivo y significativo, ya que puntualmente este mes de marzo ha sorprendido con datos del consumo en 2/3 de Madrid.

Además, el consumo con respecto al mes anterior por zonas (en los Barrios Singulares, el Barrio de Salamanca y La Zona Centro Local), y por calles (en Fuencarral, Gran Vía, Serrano, Goya y la calle ZETA nº1 de Madrid), mejora tanto en la primera como en la segunda quincena.

En cuanto a la Zona Centro Turística, su área cercana a la puerta del Sol, como la calle Arenal (que destaca por turistas de alto interés cultural), empeoró, mientras que los testigos en torno a El Rastro, La Latina y Lavapiés tuvieron un gran comportamiento en el consumo, con los que hay que ser precavidos. El iTB cree que se trata de zonas que han elegido temporalmente los madrileños, al no poder salir de Madrid, en sus momentos de ocio y vacaciones. Cuando se abran las restricciones, tendrán alternativas fuera de Madrid, a las que creemos podrían emigrar, provocando una evolución no tan favorable de estas zonas. Por otro lado, la llegada de turistas extranjeros permite valorar que también va a aumentar su multiplicador del consumo.

En consumo, el número de personas equivale a la masa monetaria en la economía, y el multiplicador a la velocidad del dinero, que permite predecir con los datos de comportamiento de los madrileños durante el Covid un rebote muy posible en algunas calles de Madrid, donde podría llegar al 180% durante unos meses cuando se libere el miedo del Covid.

Debemos ser cautelosos en nuestras predicciones de los datos positivos del consumo ya que, en contrapartida, la calle Arenal disminuyó en peatones, consumidores y en el multiplicador del consumo en marzo, cayendo el consumo a cifras de 5 meses atrás, mostrando la sensibilidad y fragilidad de una posible recuperación.

Creemos que habrá una recuperación muy desigual tras los meses de rebote, que dejará un Madrid comercialmente muy distinto para siempre, ya que el Covid sólo está acelerando un proceso que el iTB predijo en octubre y noviembre del 2019.

“En general, - señala Pablo Beltran CEO de TrueBroker,- sigue habiendo dos grupos de zonas y calles muy diferenciadas. El Grupo que, desde el inicio, muestra una tendencia continuada a absorber más rápido una posible recuperación, como son los Barrios Singulares, El Barrio de Salamanca y la Zona Centro Local, con unos sorprendentes resultados en marzo que no esperábamos (+1,7%, -5,5% y -12,6%), datos buenos y prometedores, aunque siempre desde la llamada a la templanza, porque en el mes de abril esperamos que los factores que sumaron desaparezcan y podríamos encontrarnos con una contracción. No obstante, aunque suba o baje el consumo, vemos una clara tendencia a la recuperación. Por otro lado, están las otras zonas, que marcan una clara tendencia, aún hoy, 9 meses después del fin del estado de alarma, a recuperarse con mucha dificultad el consumo, como son las Zonas Residenciales (-73,4%). Las Zonas de Oficinas (-50,6%) están ahí en medio, tendiendo a la recuperación, pero aún le falta ritmo y continuidad para permanecer más de un mes por debajo de la barrera del -50%, como hiciera el mes pasado, que nos sorprendió con un -46,6%, aunque ahora con un -50,1% parecen estancadas, sin decantarse por uno u otro extremo”.

“Dentro del grupo de los más rezagados en la recuperación desde que comenzó la serie, - afirma Beltran- un mes más la Zona Centro Turística (-39,6%), segundo mes consecutivo por debajo del -50%, y que marca ya una tendencia a la recuperación, aunque aún con mucho camino por delante. Es la zona donde prevemos más zigzags en su retorno al consumo y la que creemos que, pasado los meses de rebote positivo que pronosticamos, permanecerá finalmente en torno a un 15% por debajo de la cifra precovid”.

Cambio en el liderazgo del consumo por calles

En marzo del 2021, la calle Goya toma el liderazgo del consumo en el Barrio de Salamanca, sustituyendo a la calle Serrano, que lideró desde noviembre 2020, y retoma el liderazgo que tuvo de junio20 hasta octubre20.

Goya, con un sorprendente rebote del consumo del +2,3% con respecto a marzo del 2019, fue a más, a medida que transcurría el mes, con un +23,8% en la segunda quincena. Es ésta ya la segunda ocasión durante el Covid que Goya ha dado un rebote puntual en positivo del consumo.

Pero es más importante señalar que hubo tres calles con algún rebote en positivo de alguna forma del consumo y en tres zonas comerciales distintas. La calle Fuencarral sigue un mes más liderando la recuperación del consumo en la Zona Centro Local, con una caída de tan solo -8,9%, muy cercano a septiembre del 2020, con un -7%, aunque merece la pena señalar el hecho de que en la segunda quincena dio la sorpresa (+12,7%).

En la calle ZETA nº1 de Madrid, TrueBroker lleva midiendo su liderazgo en crecimiento desde el año 2012 y vio que el mes de marzo del 2021 aparece un dato positivo del consumo en ambas quincenas, con un rebote quincenal del +13,2% y +48,4%, y de promedio mensual un +30,8%.

Así pues, grandes datos positivos que muestran que todo apunta a un rebote temporal muy fuerte en el consumo tras el fin de las restricciones, y lo sensible que es el consumo a los mensajes negativos y restricciones, pero mucho más sensible a los mensajes positivos y sobre cuántas ganas tienen las personas por recuperar su libertad.

Datos de contacto:

María Guijarro

622836702

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

Categorías: [Interiorismo](#) [Gastronomía](#) [Moda](#) [Madrid](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>