

La afluencia del público en las calles de Madrid en agosto se redujo en un 54% respecto al mismo mes del 2019 Pre-Covid

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

La afluencia de público en las calles de Madrid en agosto se redujo un 54% respecto al mismo mes de 2019 -Pre-Covid- a causa de la salida masiva de la ciudad durante las vacaciones, según el Índice TrueBroker (iTB), correspondiente al mes de agosto. En general, se mantiene el estancamiento experimentado en el mes de julio, tanto del consumo como de la afluencia de las personas en la ciudad de Madrid.

A pesar de estas cifras, las calles de la Zona Centro Local recuperaron en el mes de agosto un consumo similar al del mes de agosto de 2019 (Pre-Covid) “con un 40% menos de peatones en sus calles” comenta Pablo Beltrán, CEO de Truebroker, “gracias a la mejora generalizada del estado de ánimo, reflejada en el aumento del multiplicador del consumo en esa área”.

Según el estudio, llama la atención el comportamiento cíclico que están teniendo la Zona Centro Local, la Zona Centro Turística y, en menor medida, los Barrios Singulares, donde hay momentos coincidentes en el tiempo en los que mejora el estado de ánimo de los consumidores y otros en los que baja sin llegar a consolidar un estado de ánimo positivo. Por su parte, en el resto de la ciudad: Barrio Salamanca, Zonas Residenciales y de Oficinas, la tendencia es lineal en el tiempo sin síntomas de mejora clara.

El estancamiento del consumo observado en Madrid este verano se detecta también en las caídas anuales y semestrales, donde se observa la paralización de la recuperación del consumo que se venía midiendo en los últimos 5 meses a un ritmo de recuperación medio de 4 puntos porcentuales por mes, y que comenzó a ralentizarse en junio y julio (al iniciar antes los madrileños sus vacaciones) para pararse por completo en agosto.

La caída de consumo en los Barrios Singulares (-26%) y la calle ZETA nº1 (-25%) respecto a las cifras Pre-Covid, rompiendo la racha consecutiva de 4 meses (de marzo a junio) de rebote en positivo del consumo respecto a 2019, se debe al hecho claro de tratarse de una “nueva” zona comercial de ocio y refugio de los madrileños que, al marcharse de vacaciones, ha desplazado su consumo a los lugares de destino.

En la Zona Centro Turística se mantiene un nivel similar de caída del consumo (-46.6%) al del mes de julio. Dentro de ella se han producido dos comportamientos muy distintos. El primero en el área pegada a la Puerta del Sol, que ha sufrido una fuerte caída del consumo a pesar de tener una afluencia de

público similar, destacando la calle Espoz y Mina con una caída del consumo del -82%. El segundo en el área cercana a Opera, Rastro y Mercado de San Miguel, donde ha mejorado el consumo respecto al mes anterior, destacando la Cava Baja, con un rebote en positivo del consumo del +13.6% respecto a agosto de 2019 (Pre-Covid).

Las calles Gran Vía-Callao y Fuencarral peatonal han liderado la recuperación en agosto, con un rebote en positivo del 15.1% del consumo en la primera quincena, respecto a las cifras de antes del Covid, y del +7% en el conjunto del mes -prácticamente el mismo consumo de antes del Covid, con un +0.9% y -0.1%- a pesar de haber tenido un 36% y un 44% menos de peatones en sus calles.

Tradicionalmente la Zona Centro en verano mantiene un buen nivel de peatones y consumidores y el Barrio de Salamanca suele quedar desierto de personas y consumidores en los meses de julio y, especialmente, en agosto. Sin embargo, este año se comportó mejor el Barrio Salamanca en afluencia de peatones (-33.4%), con una caída menor que la Zona Centro (-40.3%) pero con un nivel de consumo menor en el Barrio Salamanca (-36.7%) que en la Zona Centro (+0.4%), debido al mejor estado de ánimo.
