

# consumo en la ciudad de Madrid\*

2023 Puente de la Constitución - Inmaculada  
(Semana del 4 al 10 de diciembre de 2023)

27 de diciembre de 2023

El **gasto total estimado** en la semana del "Puente de la Constitución - Inmaculada" de 2023 (del 4 al 10 de diciembre) ascendió a **365,0 millones de euros**, con un descenso del **10,0%** con respecto a la semana anterior. Respecto a la semana del mismo puente del año anterior se ha registrado un aumento de gasto del **13,1%**, sin descontar el efecto de la inflación.

## 1.- GASTO TOTAL ESTIMADO Y TICKET MEDIO

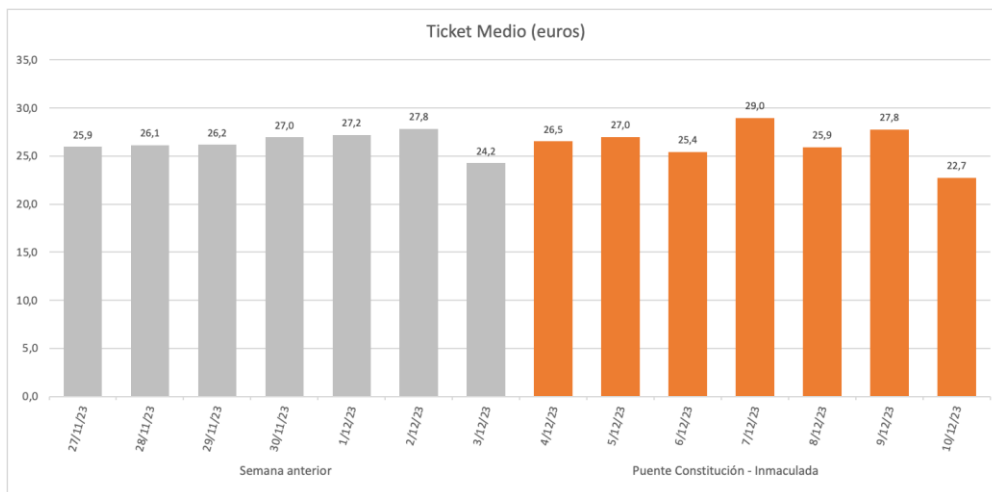
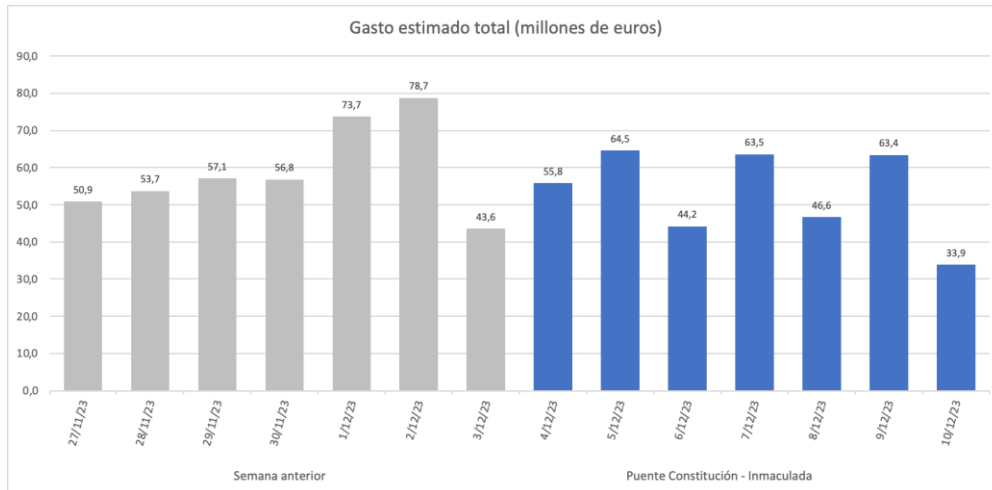
El **gasto total estimado** en la semana del "Puente de la Constitución - Inmaculada" de 2023 (del 4 al 10 de diciembre) ascendió a 365,0 millones de euros, con un descenso del 10,0% con respecto a la semana anterior. **Respecto a la semana del mismo puente del año anterior** se ha registrado un aumento de gasto del 13,1%, sin descontar el efecto de la inflación.

El **valor del ticket medio** en la semana del Puente de la Constitución - Inmaculada de 2023 ascendió a 26,4 euros, en línea con el de la semana anterior (-0,1%), pero claramente inferior al del mismo puente del año anterior (-3,1%).

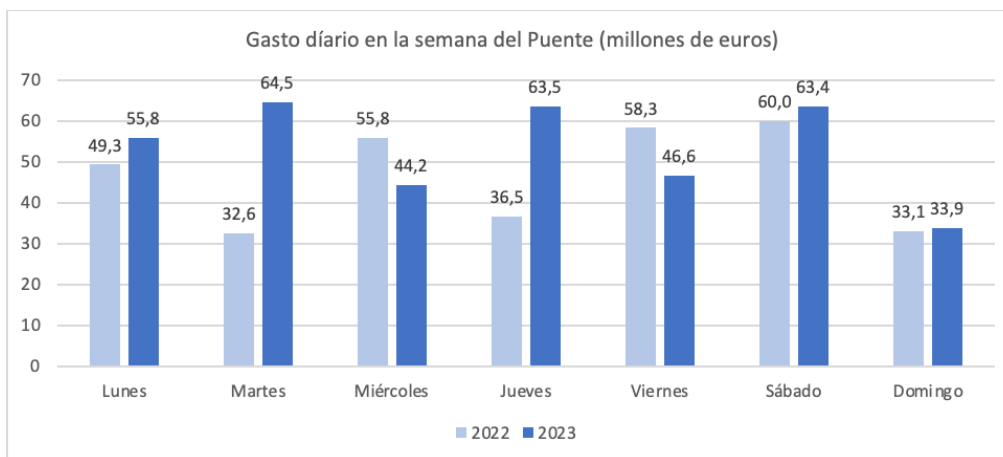
Municipio de Madrid	Puente 2023 (del 4 al 10/12)	Variación porcentual Puente 2022 (del 5 al 11/12)	Variación porcentual Semana anterior (del 27/11 al 3/12)
<b>Ticket medio</b>	26,4*	-3,1%	-0,1%
<b>Gasto total estimado</b>	365,0**	13,1%	-10,0%

\*euros; \*\* Millones de euros

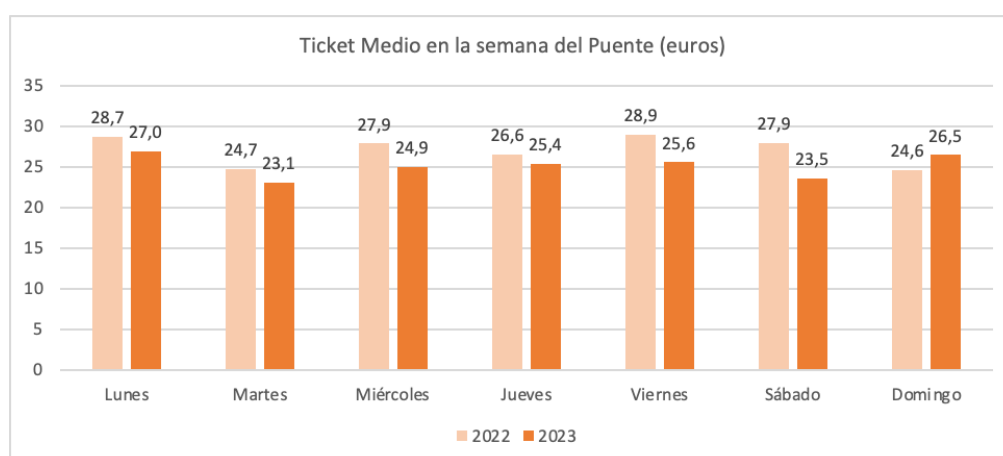
Si se analiza **el consumo a lo largo de los distintos días** de ambas semanas, se observa que en la semana anterior los patrones de consumo son los habituales, con una importante subida el viernes y el sábado y una fuerte caída el domingo. En la semana del puente este patrón característico se ve alterado por los días de la Constitución y la Inmaculada (miércoles y viernes), que por su carácter festivo registran una fuerte caída del gasto con respecto al miércoles y viernes de la semana anterior. Así mismo, el sábado y el domingo cae el gasto con respecto a los mismos días de la semana anterior. Solo el lunes y el martes de la semana del puente tienen más gasto que los mismos días de la semana anterior, sin llegar a compensar la caída experimentada en los demás días de esa semana. El **valor del ticket medio** también se ve afectado por las dos festividades, bajando en ambos casos con respecto a la semana anterior, lo que es coherente con la tónica habitual de que el ticket medio presente un valor más bajo en domingos y festivos que en días laborables.



**Si se compara la evolución del gasto total estimado en los distintos días de la semana del puente de diciembre de 2023 y 2022, se observa cómo ambas evoluciones van descompasadas, debido al efecto calendario, ya que en 2022 los días 6 y 8 cayeron en martes y jueves, respectivamente, mientras que en 2023 lo hicieron en miércoles y viernes. Por lo tanto, en 2023 tenemos más gasto en martes y jueves y menos gasto en miércoles y viernes.**



\* 6 y 8 de diciembre de 2022 fueron martes y jueves. En 2023 el 6 y 8 fueron miércoles y viernes



\* 6 y 8 de diciembre de 2022 fueron martes y jueves. En 2023 el 6 y 8 fueron miércoles y viernes

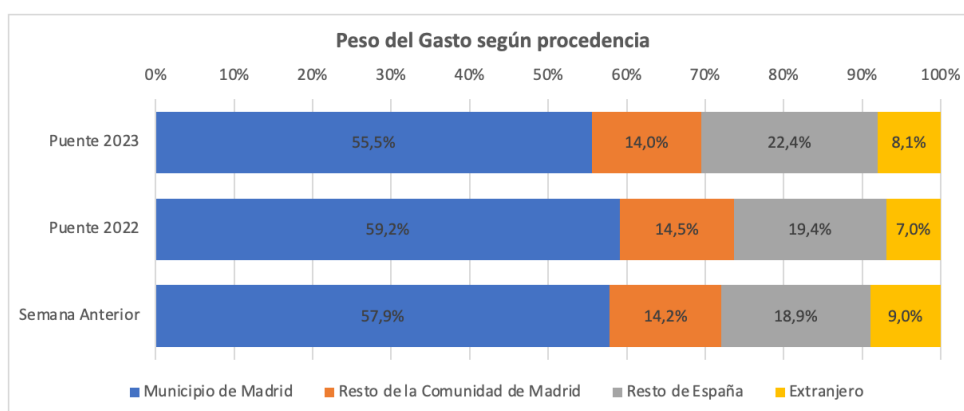
## 2.- VARIACIÓN DEL GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

La caída de gasto registrada en la semana del puente de la Inmaculada-Constitución **con respecto a la semana anterior** también está muy relacionada con el comportamiento de madrileños y turistas. Así, a la vez que se registraba en Madrid una gran afluencia de turistas aprovechando los días del puente, se produjo un éxodo masivo de madrileños, lo que se refleja en patrones de gasto opuestos para unos y otros. Así, mientras que entre los residentes en el municipio de Madrid y en el resto de la Comunidad redujeron su gasto en un 13,6% y un 11,5%, respectivamente, los visitantes del resto de España aumentaron su gasto en un 6,5%. Por su parte, el gasto de los extranjeros cayó en un 19,3%.

**Con respecto a la semana del puente del año anterior**, todos los colectivos registraron un incremento de gasto, pero sobre todo los turistas, tanto los nacionales (30,8%) como los extranjeros (31,2%).

	<b>Gasto estimado (en millones de euros)</b> Puente 2023	<b>Variación porcentual</b> con el Puente 2022	<b>Variación porcentual</b> con la Semana Anterior
Municipio de Madrid	202,7	6,2%	-13,6%
Resto de la Comunidad de Madrid	51,0	8,9%	-11,5%
Resto de España	81,8	30,8%	6,5%
Extranjero	29,5	31,2%	-19,3%
Total	365,0	13,1%	-10,0%

**En términos de aportación porcentual de cada colectivo al gasto total**, el carácter turístico del puente se refleja en el mayor peso del gasto de los turistas nacionales y extranjeros con respecto a la semana anterior, que en conjunto pasan del 27,9% al 30,5%. Con respecto al mismo puente del año anterior, la reactivación del turismo se evidencia cuando se considera que la proporción de gasto conjunto de turistas nacionales y extranjeros ha pasado del 26,4% al 30,5%.



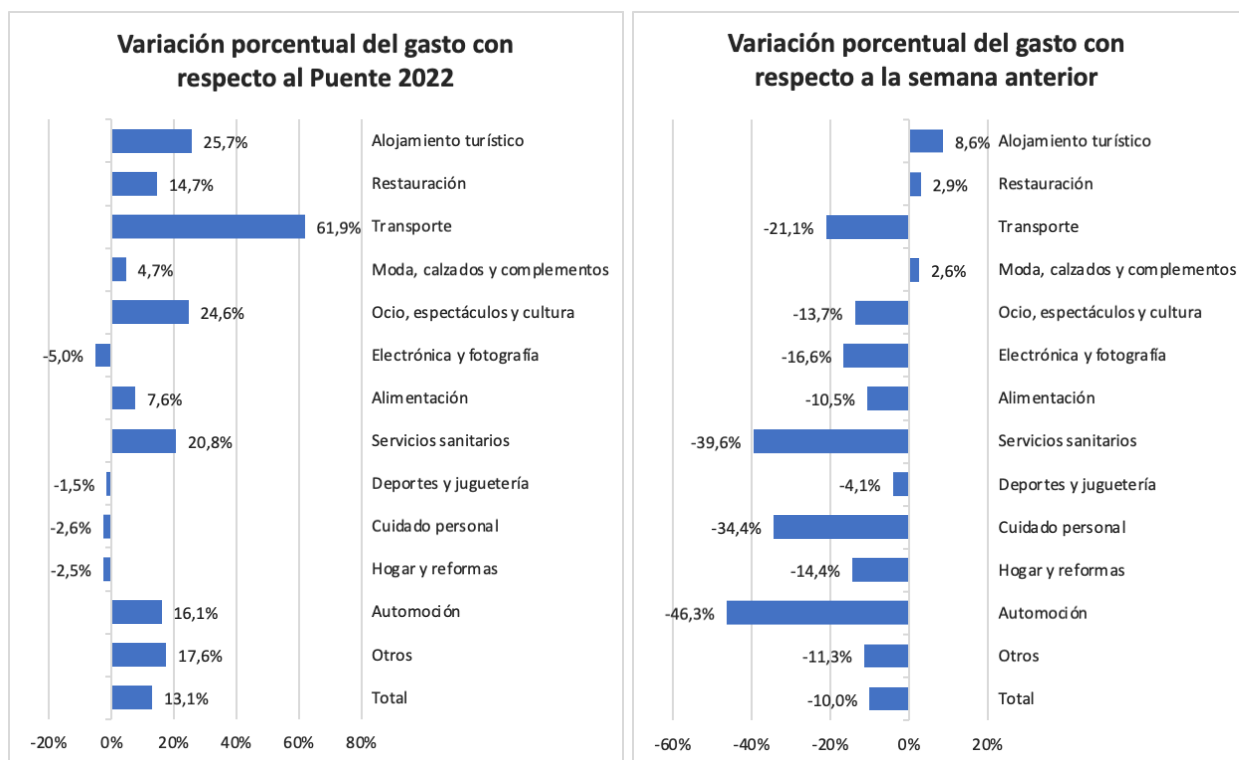
**El valor del ticket medio** cayó en todos los colectivos en comparación con el puente del año anterior, excepto en el caso de los turistas nacionales, con un aumento del 1,8%. También los turistas nacionales registraron el mayor aumento (3,7%) en relación a la semana anterior.

	<b>Ticket medio diario en euros</b> Puente 2023	<b>Variación porcentual</b> con Puente 2022	<b>Variación porcentual</b> con Semana anterior
Municipio de Madrid	25,2	-5,6%	-2,9%
Resto de la Comunidad de Madrid	27,4	-1,7%	2,5%
Resto de España	27,5	1,8%	3,7%
Extranjero	32,8	-10,7%	-7,3%
Total	26,4	-3,1%	-0,1%

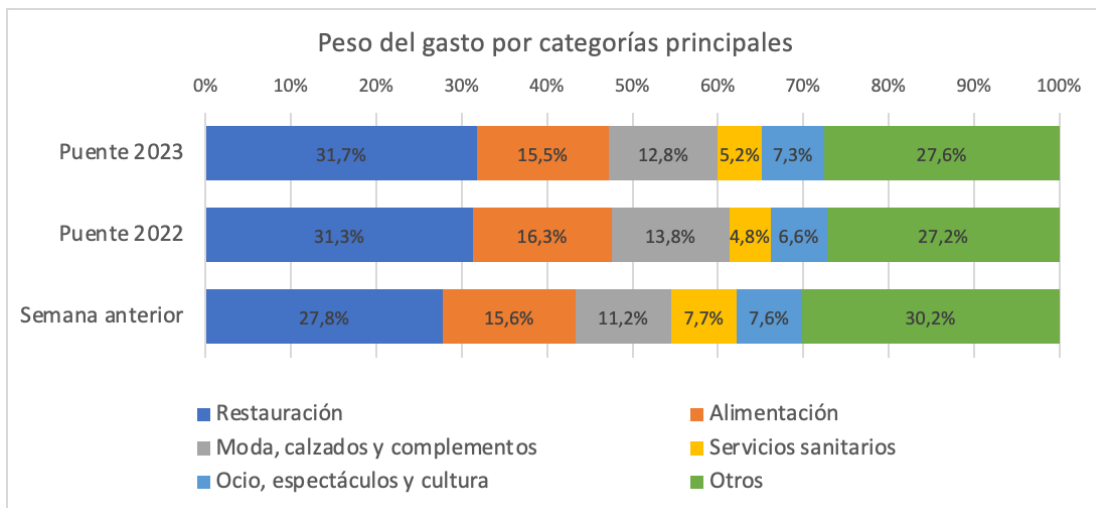
### 3.- VARIACIÓN DEL GASTO Y EL TICKET MEDIO POR CATEGORÍAS DE GASTO

La estructura del consumo evolucionó de forma coherente a lo descrito anteriormente. **En comparación con la semana anterior**, el gasto se redujo en todas las categorías, excepto en Alojamiento Turístico (con un aumento de un 8,6%), Restauración (2,9%) y Moda, Calzados y Complementos (2,6%), categorías todas ellas muy relacionadas con el turismo. Los mayores descensos se produjeron en Servicios Sanitarios (-39,6%), Cuidado Personal (-34,4%) y Automoción (46,3%), más ligadas al consumo de los residentes.

**Con respecto a la semana del puente del año anterior**, el gasto creció en casi todas las categorías, pero sobre todo en las relacionadas con el consumo turístico, como Alojamiento Turístico (25,7%), Restauración (14,7%), Transporte (61,9%) y Ocio, Espectáculos y Cultura (24,6%).



**En términos de aportación porcentual de cada categoría al gasto total**, el impacto del puente en la estructura del gasto se manifiesta sobre todo en que la Restauración pasa de representar un 27,8% en la semana anterior a un 31,7% en la semana del puente. También la categoría Moda, Calzado y Complementos aumenta su peso, al pasar de un 11,2% a un 12,8%.



En comparación con **la semana anterior**, el **ticket medio** cayó en casi todas las categorías, excepto en las de carácter más turístico, como Alojamiento turístico (con un aumento de un 21,0%), Restauración (14,3%) y Transporte (7,3%). **Con respecto al puente del año anterior**, los mayores incrementos en el ticket medio se produjeron en Transporte (20,9%) y Alojamiento turístico (11,4%).



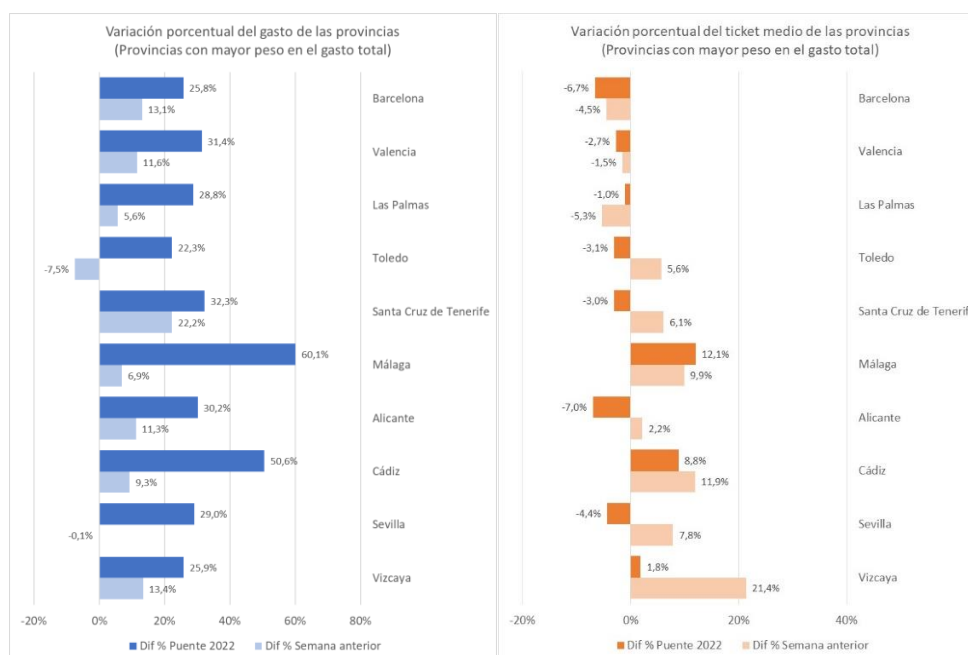
#### 4.- PROVINCIAS CON MAYOR GASTO REALIZADO

Desglosando al colectivo de los **visitantes nacionales**, Barcelona (14,2%) fue la provincia que aportó un mayor volumen de gasto. Destacaron también Valencia (4,4%) y Las Palmas (4,2%). El **ticket medio más alto** correspondió a Vizcaya (34,4 euros).

Provincia *	Ticket medio (euros)	Peso sobre el total del gasto desde otras provincias
Barcelona	31,0	14,2%
Valencia	31,3	4,4%
Las Palmas	30,4	4,2%
Toledo	25,5	4,0%
Santa Cruz de Tenerife	33,0	3,8%
Málaga	28,5	3,7%
Alicante	27,7	3,7%
Cádiz	26,2	3,3%
Sevilla	25,9	3,3%
Vizcaya	34,4	2,8%
Resto	-	52,6%

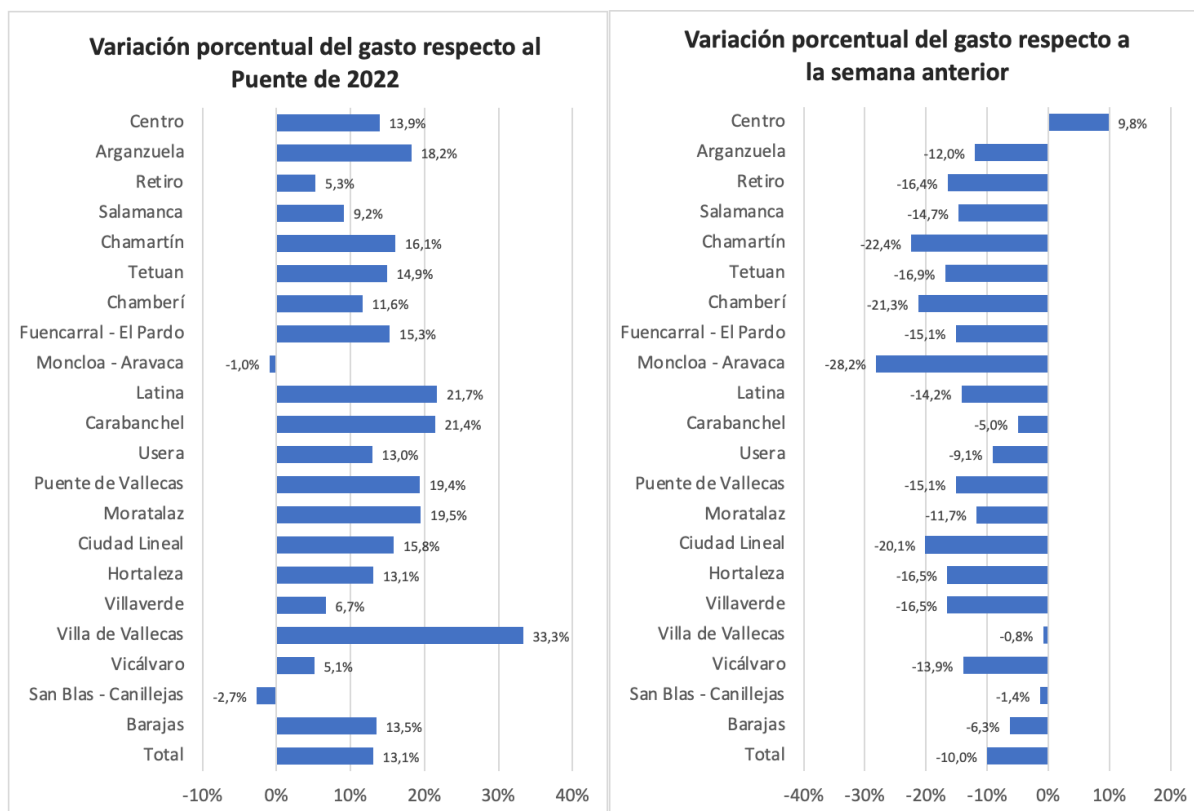
\* Top 10 de provincias con más gasto.

**En cuanto a los cambios** con respecto a la semana anterior, la provincia de Santa Cruz de Tenerife fue con diferencia la que más creció (22,2%), mientras que en relación a la semana de puente del año anterior lo fueron Málaga (60,1%) y Cádiz (50,6%). Estas dos últimas provincias también fueron las que mayor aumento registraron en el ticket medio, junto con Vizcaya en el caso de la comparación con respecto a la semana anterior.



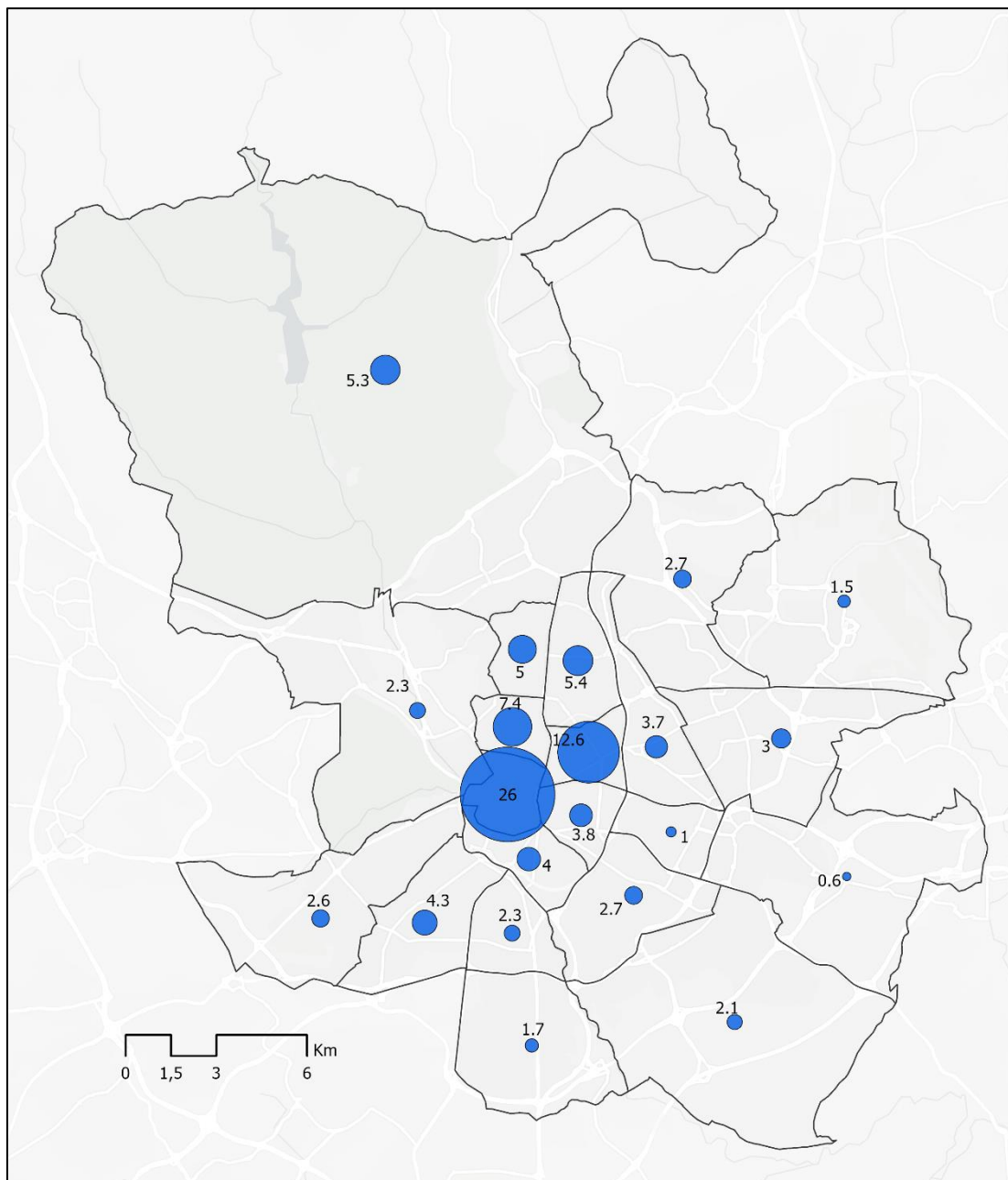
## 5.- GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN DISTRITOS

**El impacto de la semana del puente de la Constitución-Inmaculada es muy variable según distritos.** Tan solo el distrito Centro aumenta el gasto con respecto a la semana anterior, lo que refleja la fuerte concentración del gasto de los turistas del puente en este distrito. Todos los demás distritos registran un gasto menor que en la semana anterior, como consecuencia del éxodo masivo de sus residentes y de su menor atractivo para los turistas del puente. Sin embargo, **con respecto al puente del año anterior**, casi todos los distritos registraron un aumento del gasto.



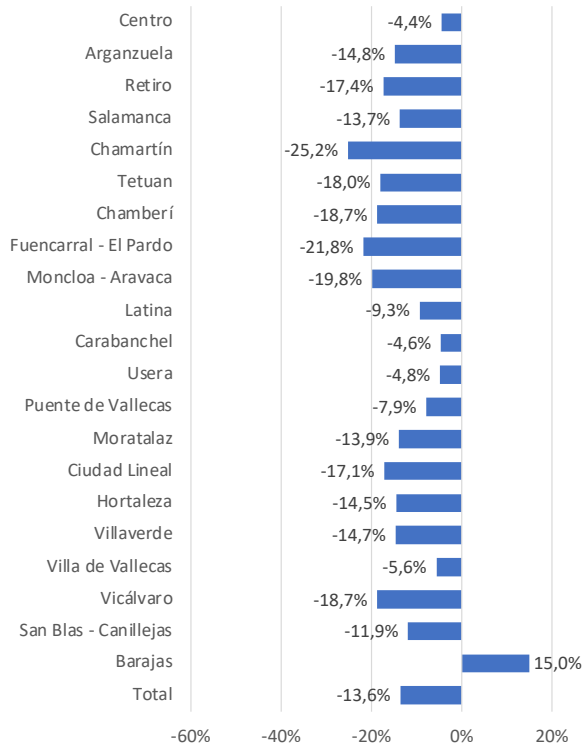
**El aumento del gasto en el distrito Centro en la semana del puente no hizo sino aumentar el peso de este distrito en el gasto total del municipio, llegando a alcanzar el 26,0% del gasto total, cuando en la semana anterior solo llegaba al 21,3%.**

### **Peso del gasto estimado (%) según distritos**

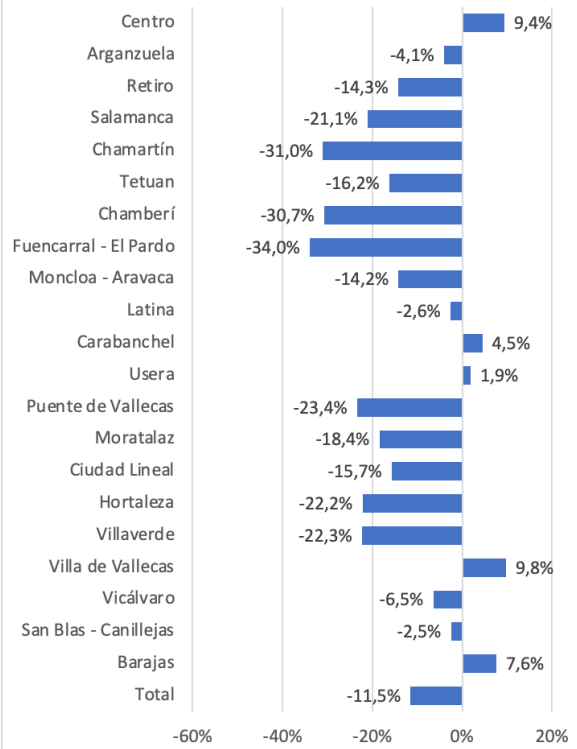


Por otro lado, es interesante constatar que con respecto a la semana anterior, y focalizando la atención en los distritos centrales, el gasto de los locales cayó en todos ellos (aunque menos en Centro) y el de los residentes en otros municipios de la Comunidad (excepto en Centro). Y lo que es más relevante desde el punto de vista del impacto del puente en el consumo, en el distrito Centro creció fuertemente el gasto de los turistas nacionales (32,4%), mientras que caía en el resto de los distritos centrales.

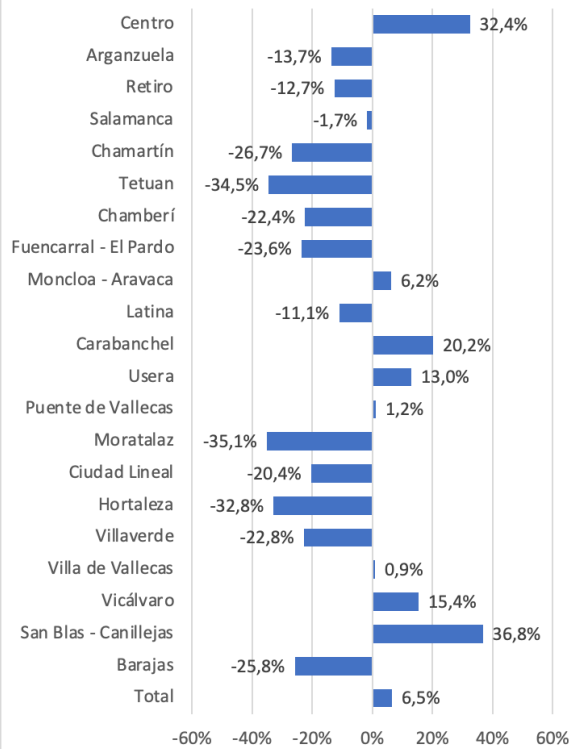
Variación porcentual del gasto de los residentes en el municipio de Madrid respecto a la semana anterior



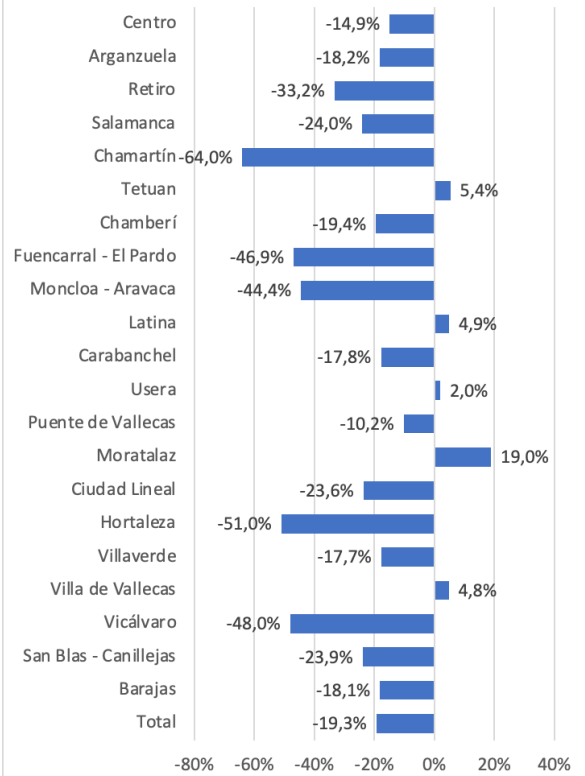
Variación porcentual del gasto de los residentes en el resto de la Comunidad de Madrid respecto a la semana anterior



Variación porcentual del gasto de los residentes en el resto de España respecto a la semana anterior

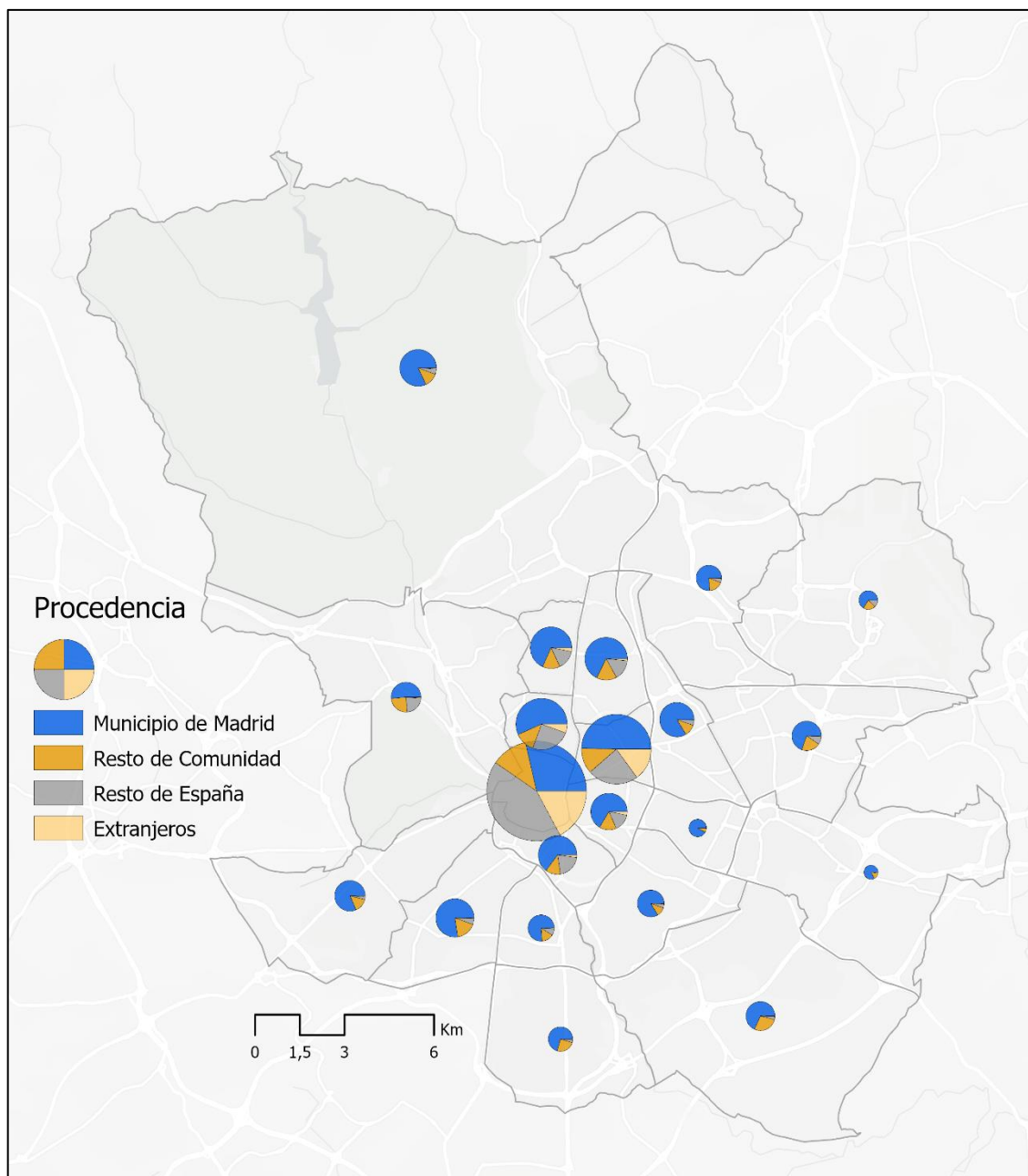


Variación porcentual del gasto de los extranjeros respecto a la semana anterior



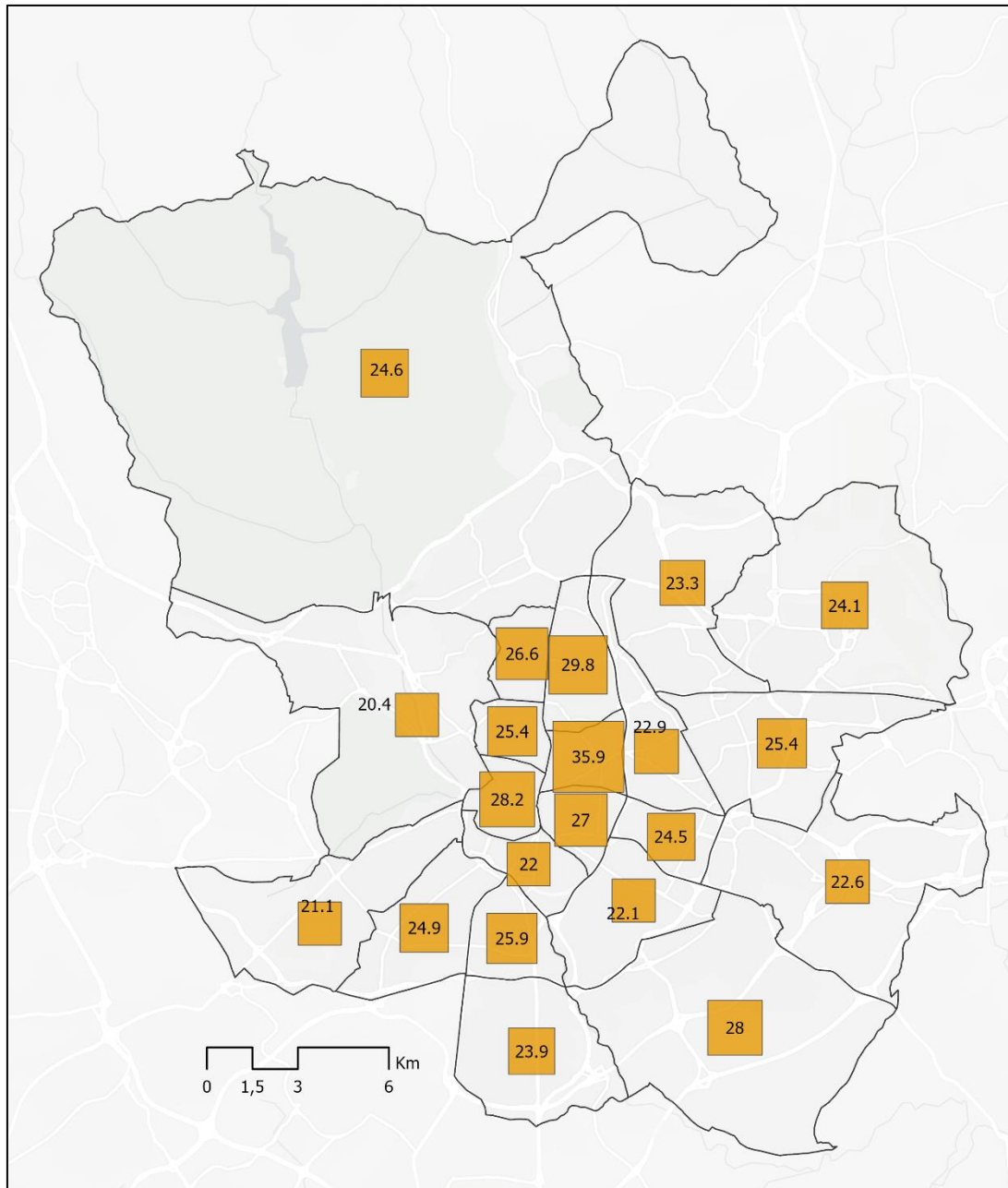
Teniendo en cuenta la evolución anterior, en el pasado puente el gasto de los turistas nacionales en el distrito Centro alcanzó 42,4% del gasto total del distrito, cuando en la semana anterior solo llegó al 34,4%. Como se muestra en el mapa, este porcentaje se encuentra muy por debajo en los demás distritos.

### Distribución del gasto estimado por distritos según procedencia

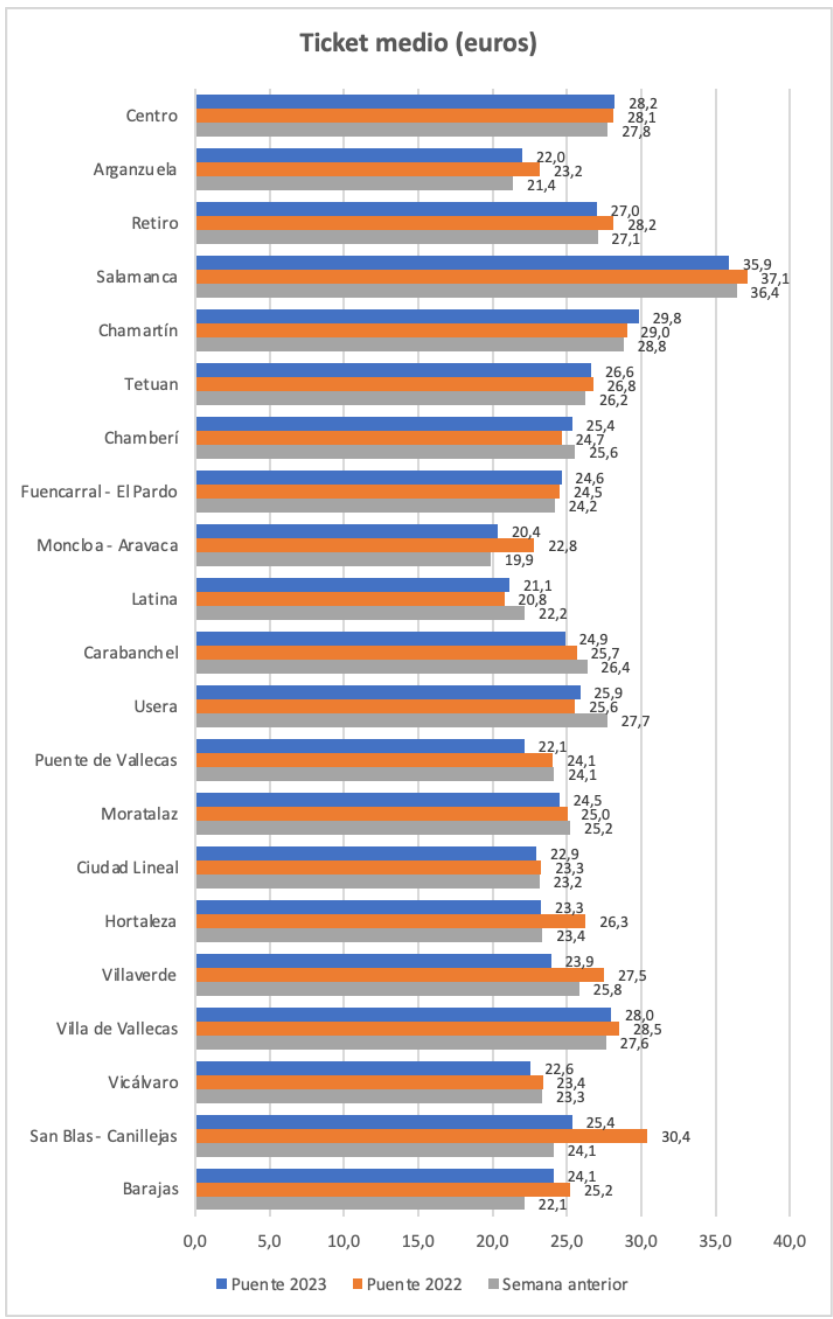


En cuanto al **ticket medio por distritos**, como es habitual **el distrito de Salamanca (35,9 euros)** registró un valor muy superior al de los demás distritos, que se situó en la horquilla de los 20-30 euros, en función de su estructura comercial.

### Ticket medio (euros) según distritos



**El valor del ticket medio** creció ligeramente por efecto del puente en el distrito Centro. En los demás distritos la evolución fue muy variable. Si la comparación se hace con respecto a la semana del puente del año anterior, se constata un descenso en la mayor parte de los distritos, si bien el ticket medio se mantuvo estable en Centro.



## RESUMEN GENERAL

- El gasto total estimado en la semana del "Puente de la Constitución - Inmaculada" de 2023 (del 4 al 10 de diciembre) ascendió a 365,0 millones de euros, lo que supone un descenso del 10,0% con respecto a la semana anterior.
- A la vez que se experimentaba una mayor afluencia de turistas nacionales aprovechando los días del puente, se produjo un éxodo masivo de madrileños. Mientras que los residentes en el municipio de Madrid y en el resto de la Comunidad registraron una caída de gasto del 13,6% y el 11,5%, respectivamente, los visitantes del resto de España aumentaron su gasto en un 6,5%. El aumento de gasto de los turistas nacionales no compensó la reducción de gasto de los madrileños y la presencia de dos días festivos en la semana.
- En comparación con la semana anterior, el gasto se redujo en todas las categorías, excepto Alojamiento turístico (con un aumento de un 8,6%), Restauración (2,9%) y Moda, Calzados y Complementos (2,6%), categorías todas ellas muy relacionadas con el turismo.
- El impacto positivo de la semana del puente sobre el gasto se concentró en el distrito Centro, mientras que los demás distritos registraron descensos con respecto a la semana anterior.
- Respecto a la semana del mismo puente del año anterior, el gasto total en el municipio aumentó en un 13,1%, sin descontar el efecto de la inflación. Todos los colectivos aumentaron su gasto, pero sobre todo los turistas, tanto los nacionales (30,8%) como los extranjeros (30,8%).

\* *Gasto realizado en la ciudad de Madrid en bienes no duraderos.*

*Fuente: Elaboración a partir de información estadística de datos, disociados o anonimizados irreversiblemente, tras haber sido sometidos a un proceso de agregación, de una parte de las transacciones con tarjetas emitidas por BBVA en TPVs de cualquier entidad y/o realizadas en TPVs físicos de BBVA, proporcionados por Geoblink.*

*Estos datos han sido elevados a la totalidad del gasto en tarjetas bancarias y posteriormente a la totalidad del gasto realizado en bienes no duraderos (tarjetas bancarias y efectivo).*