

# Nota del Gasto en consumo en la ciudad de Madrid\*

## febrero de 2023

24 de marzo de 2023

El **gasto total estimado** en el mes de febrero de 2023 ascendió a 1.253 millones de euros, lo que supone una caída del 8,3% con respecto al mes anterior. Respecto al mismo mes del año 2022 se ha registrado un aumento de gasto del 11,2%, sin descontar el efecto de la inflación.

### 1.- GASTO TOTAL ESTIMADO Y TICKET MEDIO

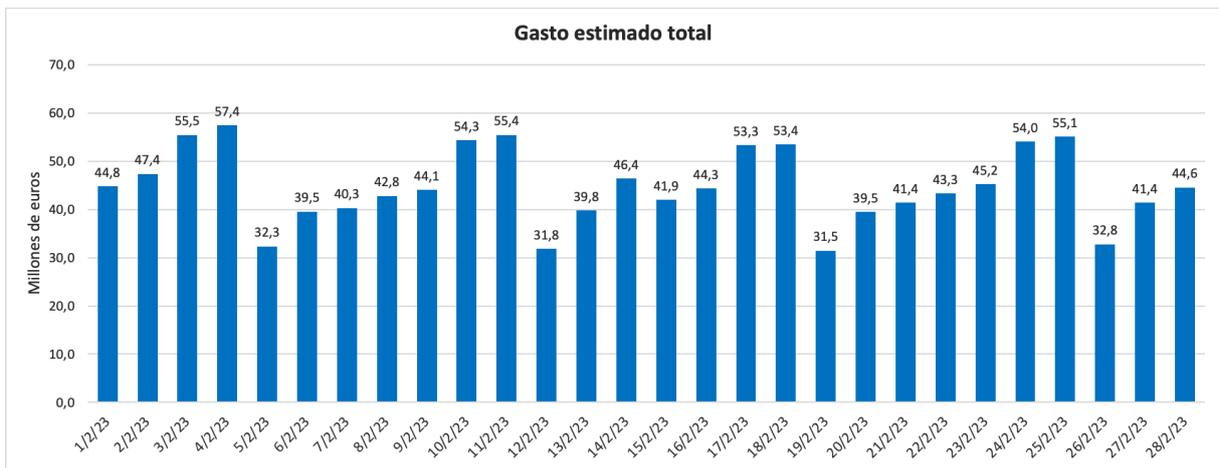
El **gasto total estimado en el mes de febrero de 2023** ascendió a 1.253 millones de euros, lo que supone una caída del 8,3% con respecto al mes anterior. **Respecto al mismo mes del año 2022** se ha registrado un aumento de gasto del 11,2%, sin descontar el efecto de la inflación.

El **gasto diario estimado** fue de 44,7 millones de euros.

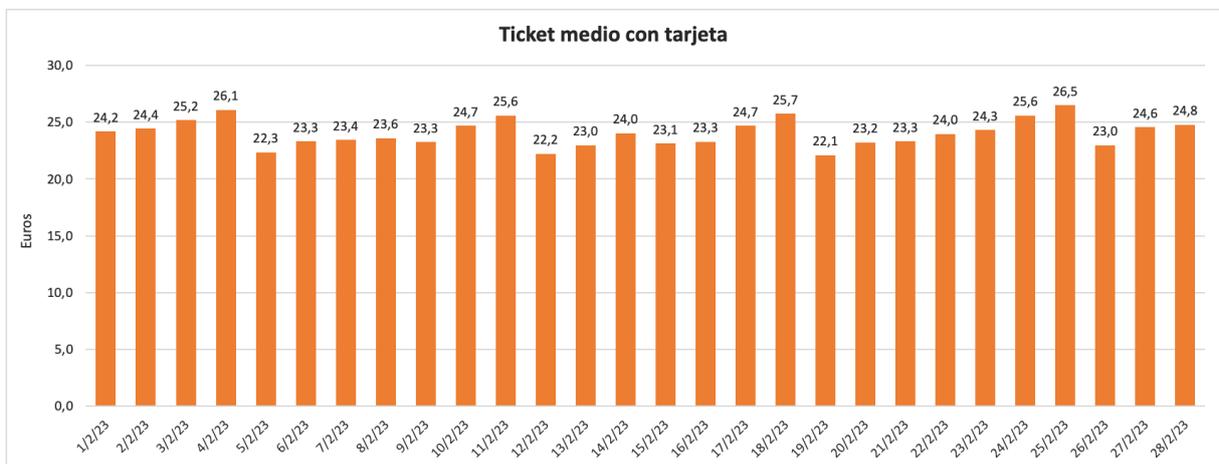
El **valor del ticket medio** en el mes ascendió a 24,2 euros, inferior al del mes anterior (con una caída del 5,4%) y al del mismo mes del año anterior (con una caída del 2,1%).

	Febrero de 2023 (euros)	Variación porcentual (con mes anterior)	Variación porcentual (con mismo mes año anterior)
<b>Ticket medio</b>	24,2	-5,4%	-2,1%
<b>Gasto total estimado</b>	1.253.377.620	-8,3%	11,2%
<b>Gasto diario estimado</b>	44.763.486	1,5%	11,2%

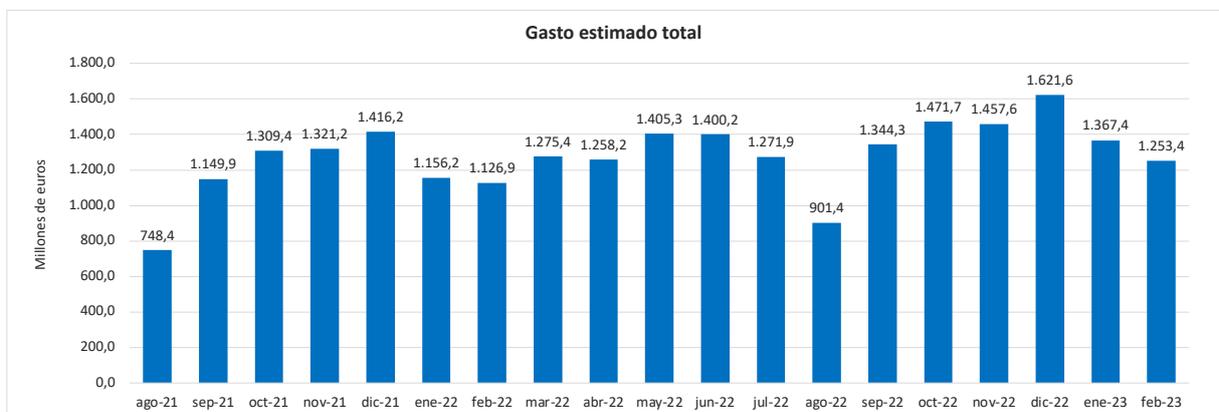
**La distribución del gasto total estimado en los distintos días del mes** presenta un característico patrón repetitivo. El gasto tiende a crecer de forma progresiva en los días laborables hasta alcanzar un máximo en los viernes y sábados, para caer fuertemente los domingos. Este mes no tuvo festivos que alteraran este ritmo semanal.



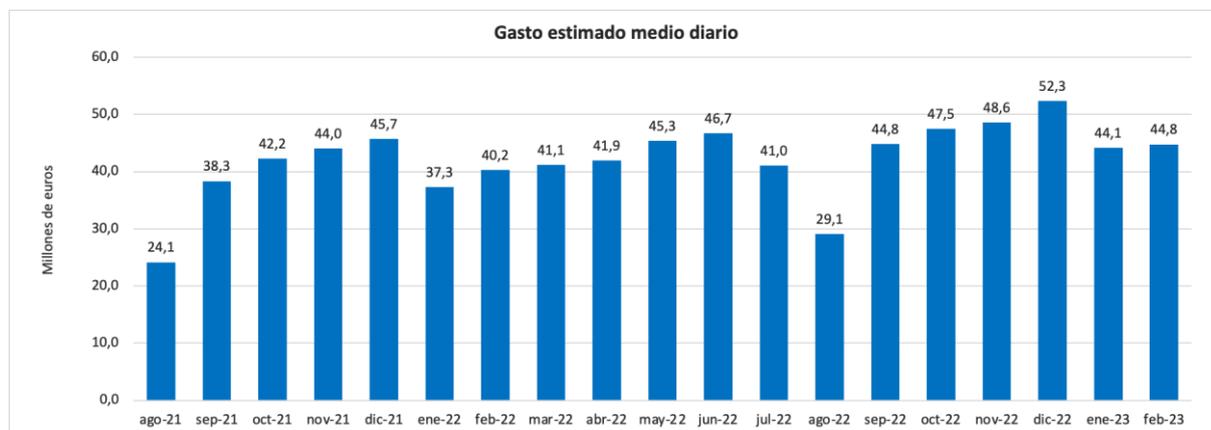
El **valor del ticket medio según días del mes** alcanza su máximo los viernes y sábados y su mínimo los domingos y festivos. Por lo demás, el valor del ticket medio se mantuvo estable en las distintas semanas del mes.



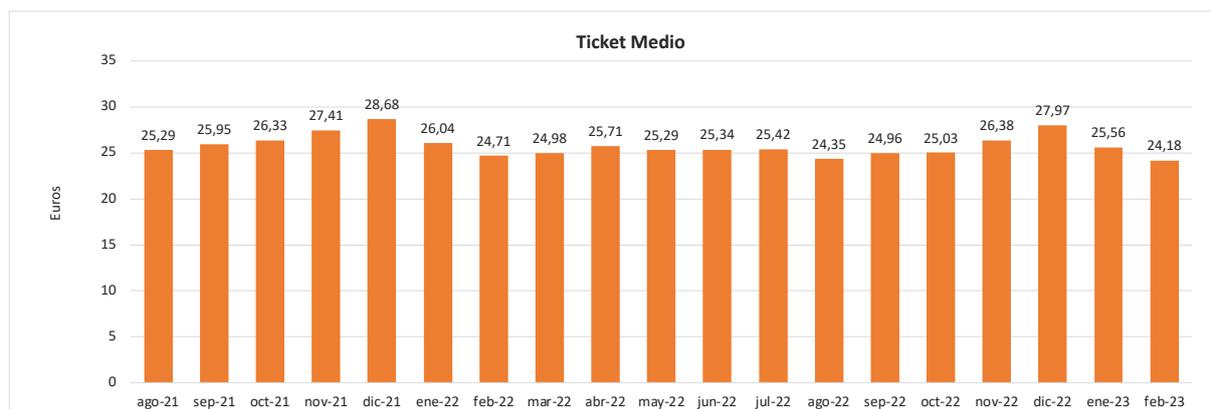
**Comparando el mes de febrero de 2023 con los catorce meses anteriores**, se constata un comportamiento cíclico. El gasto tiende a crecer a medida que se acercan las navidades y las vacaciones de verano, mientras que experimenta una drástica reducción en el mes de agosto.



El **gasto medio diario según meses** permite observar unas tendencias más claras, al neutralizar el efecto del distinto número de días de los meses: el promedio del gasto diario crece desde agosto hasta diciembre, para caer en enero y volver a crecer hasta junio, crecimiento que se ve interrumpido por los meses de vacaciones de verano, especialmente el mes de agosto.



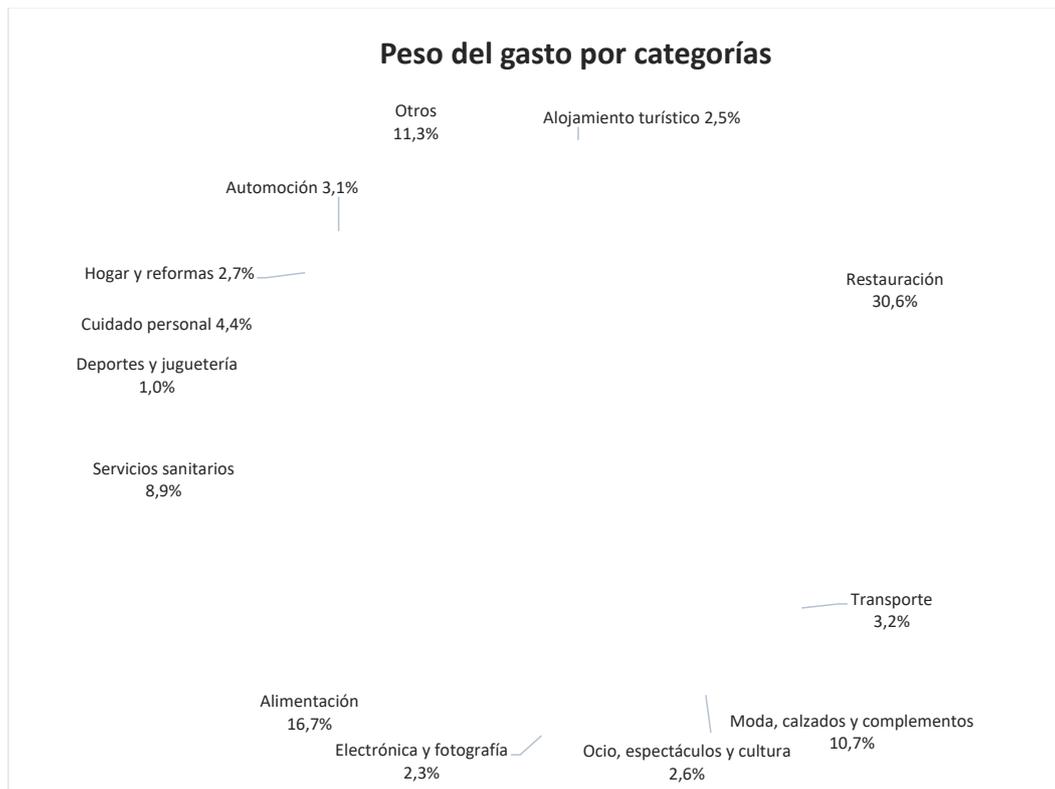
Finalmente, **el valor del ticket medio con tarjeta según meses** crece a medida que se acercan las navidades, desde agosto hasta diciembre, mientras que el resto del año presenta un comportamiento mucho más estable.



## 2.- GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN CATEGORÍAS DE GASTO

En el mes de febrero de 2023, **las categorías con mayor peso en el total del gasto** fueron las de Restauración (30,6%), Alimentación (16,7%) y Moda, calzado y complementos (10,7%), alcanzando entre las tres el 58,0% del gasto total.

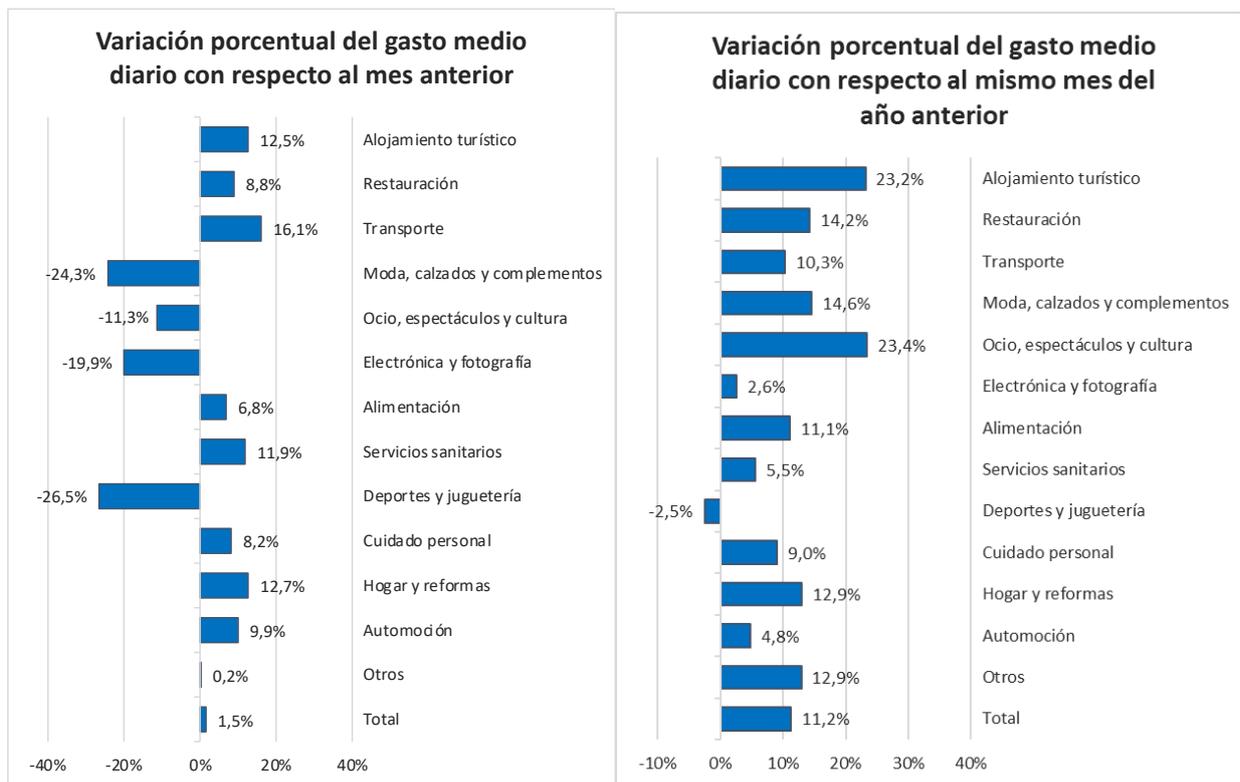
El valor del **ticket medio** fue considerablemente más alto en Moda, calzado y complementos (51,2 euros) que en Alimentación (17,1 euros) y Restauración (17,9 euros).



### 3.- VARIACIÓN DEL GASTO POR CATEGORÍAS DE GASTO

En **comparación con el mes anterior**, el comportamiento fue dispar según categorías. En cuanto a las categorías con mayor gasto, se produjo una caída de un 24,3% en Moda, calzado y complementos una vez concluidas las rebajas de febrero, mientras que Alimentación y Restauración registraron subidas de un 6,8% y un 8,8%, respectivamente.

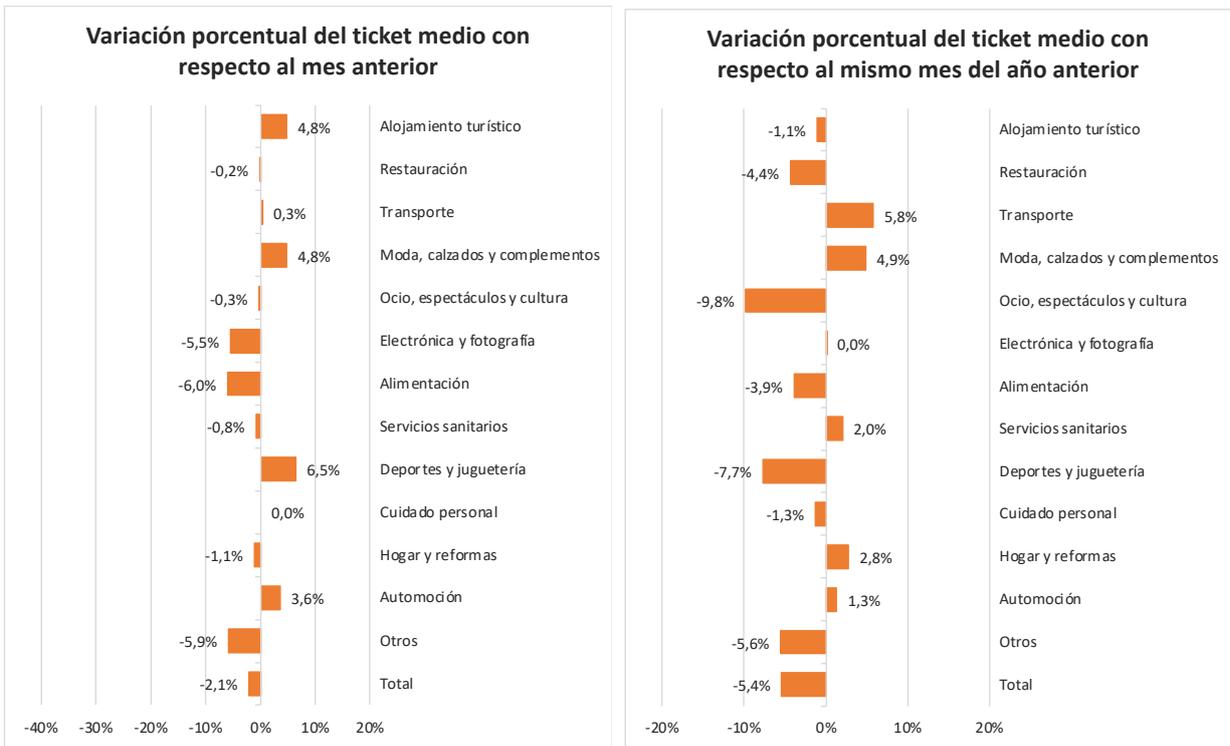
En **comparación con el mismo mes del año anterior**, se observa que las categorías con mayor crecimiento porcentual del gasto fueron las de Alojamiento turístico (23,2%) y Ocio, espectáculos y cultura (23,4%), lo que refleja un cambio de hábitos de consumo entre ambas fechas vinculado a la mejora de la situación de la pandemia. También se situaron por encima de la media Restauración (14,2%) y Moda, calzado y complementos (14,6%), mientras que Alimentación (11,1%) registró un crecimiento próximo a la media.



#### 4.- VARIACIÓN DEL TICKET MEDIO POR CATEGORÍAS DE GASTO

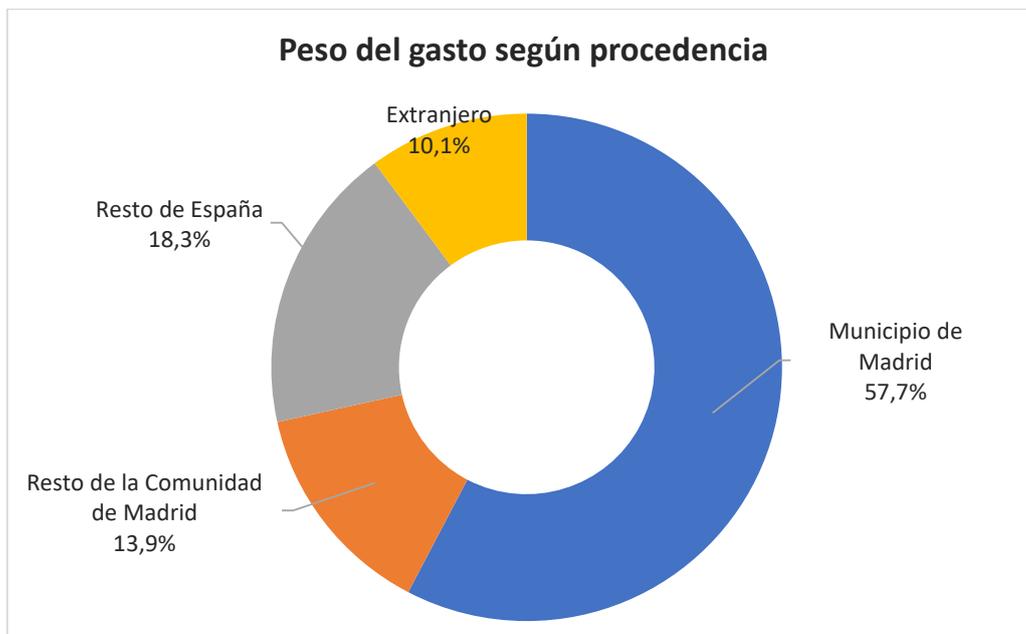
Centrando la atención en las principales categorías de gasto, en comparación al **mes anterior**, el **ticket medio con tarjeta** bajó un 6,0% en Alimentación, mientras que subió un 4,8% en Moda, calzado y complementos y se mantuvo prácticamente estable en Restauración (-0,2%).

Y, en comparación con el **mismo mes del año anterior**, el **valor del ticket medio** aumentó en Moda, calzado y complementos (4,9%), mientras que bajó en Alimentación (-3,9%) y en Restauración (-4,4%).

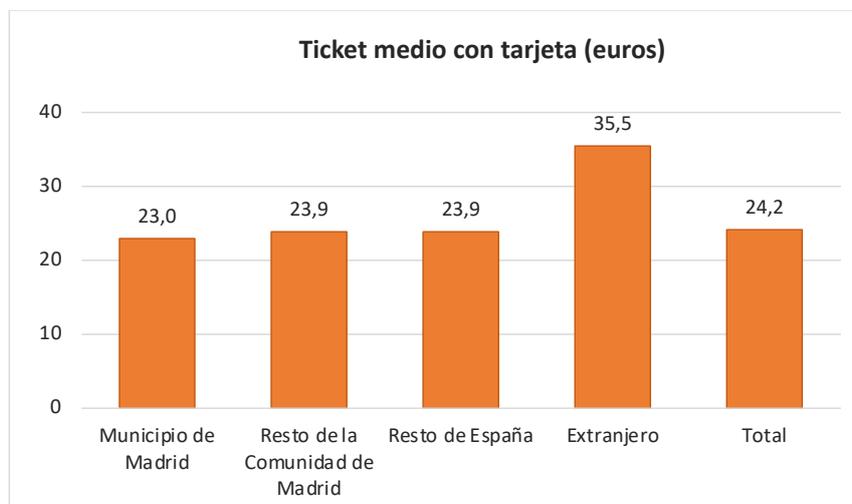


## 5. GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

El **peso del gasto de los residentes en el municipio de Madrid** sobre el gasto total en el municipio fue del 57,7%. Las compras de los habitantes del resto de la Comunidad de Madrid supusieron un 13,9% del gasto total, mientras que los visitantes nacionales y extranjeros aportaron un 18,3% y un 10,1% del gasto total, respectivamente.



El **valor del ticket medio con tarjeta de los visitantes extranjeros** (35,5 euros) fue muy superior a la media (24,2 euros), mientras que se mantuvo cerca de ella en el resto de las categorías de procedencia.



## 6. VARIACIÓN DEL GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

**Con respecto al mes anterior**, se constata una recuperación del gasto de los visitantes nacionales (5,2%) y sobre todo de los extranjeros (9,1%), mientras que cae el de los residentes del resto de la Comunidad de Madrid (-1,8%) y el de los locales se mantiene prácticamente estable (-0,1%). Si la comparación se hace con respecto al **mismo mes del año anterior**, se constata una muy notable recuperación del turismo extranjero (34,0%), que había resultado especialmente afectado por la pandemia.

	<b>Gasto medio diario en euros</b>	<b>Variación porcentual (con mes anterior)</b>	<b>Variación porcentual (con mismo mes año anterior)</b>
Mes	Febrero de 2023	Enero de 2023	Febrero de 2022
Municipio de Madrid	25.818.127	-0,1%	8,4%
Resto de la Comunidad de Madrid	6.201.774	-1,8%	12,0%
Resto de España	8.208.609	5,2%	9,4%
Extranjero	4.534.976	9,1%	34,0%
Total	44.763.486	1,5%	11,2%

**El valor del ticket medio** baja en todos los grupos con respecto al mes anterior. Si la comparación se hace con respecto al mismo mes del año anterior, también cae en todos los colectivos excepto en el de turistas extranjeros, que experimenta una subida del 11,9%.

	<b>Ticket medio diario en euros)</b>	<b>Variación porcentual (con mes anterior)</b>	<b>Variación porcentual (con mismo mes año anterior)</b>
Mes	Febrero de 2023	Enero de 2023	Febrero de 2022
Municipio de Madrid	23,0	-6,5%	-3,3%
Resto de la Comunidad de Madrid	23,9	-8,1%	-5,3%
Resto de España	23,9	-6,0%	-1,7%
Extranjero	35,5	-4,5%	11,9%
Total	24,2	-5,4%	-2,1%

## 7. PAISES Y PROVINCIAS CON MAYOR GASTO REALIZADO

Desglosando a los **turistas extranjeros** por nacionalidades, se observa que **el colectivo con mayor volumen de gasto**, con gran diferencia, es el de Estados Unidos (19,1% del gasto total), seguido de Francia (8,6%) y Reino Unido (7,4%). El valor del **ticket medio más elevado** correspondió a China (149,9 euros), muy por encima de los demás países.

<b>Países *</b>	<b>Ticket medio (euros)</b>	<b>Peso sobre el total del gasto de extranjeros</b>
Estados Unidos	37,7	19,1%
Francia	24,7	8,6%
Reino Unido	30,9	7,4%
Italia	23,6	5,4%
México	36,1	5,3%
Portugal	37,9	4,7%
Alemania	28,3	3,9%
China	149,9	3,2%
Suiza	57,3	3,0%
Irlanda	32,2	2,3%
Otros		37,3%

\* Top 10 de países con mayor gasto.

Por lo que respecta a los **visitantes nacionales**, las provincias que aportaron un **mayor volumen de gasto** fueron Barcelona (13,4%), Toledo (4,5%) y Valencia y Las Palmas (ambas con un 4,0%). El **ticket medio más alto** correspondió a Barcelona (32,2 euros), seguida de Vizcaya (30,1 euros).

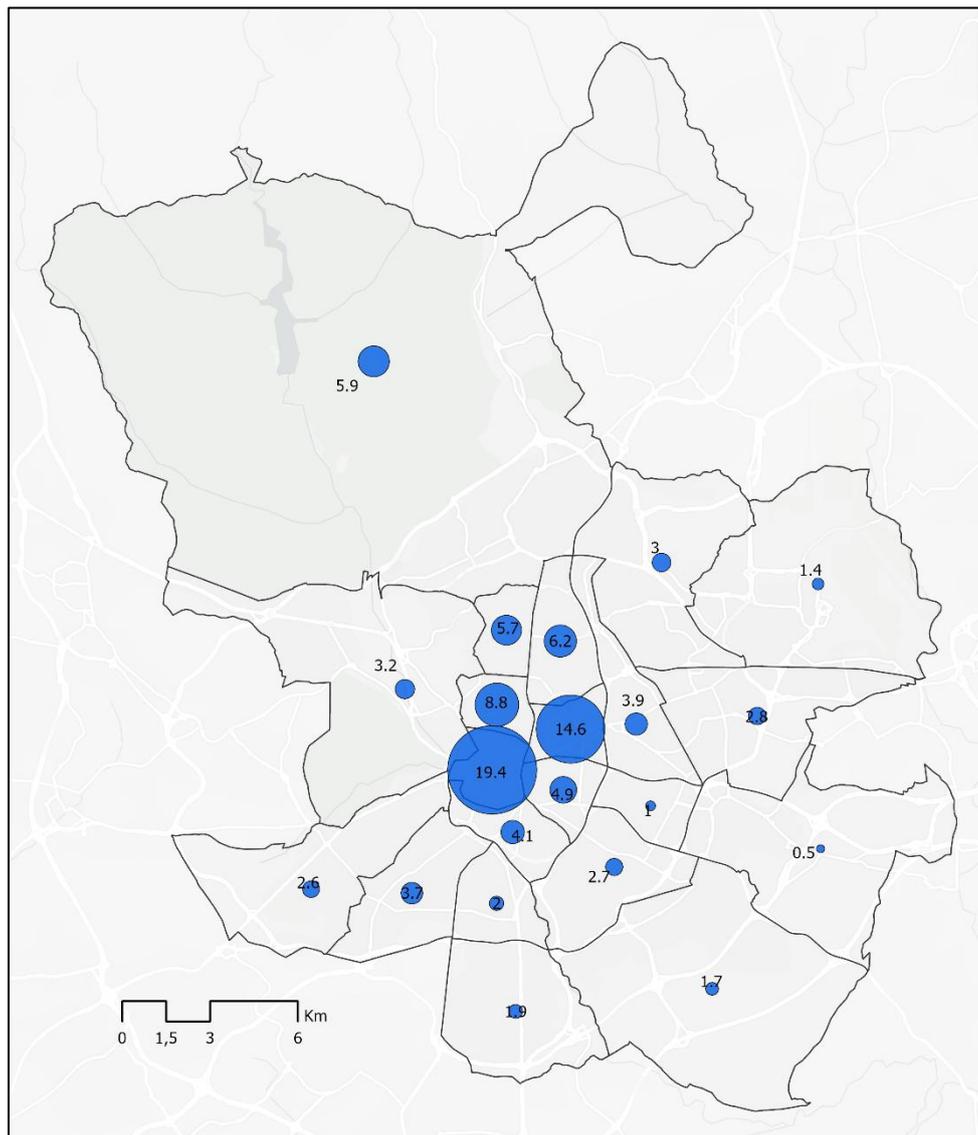
<b>Provincia *</b>	<b>Ticket medio (euros)</b>	<b>Peso sobre el total del gasto desde otras provincias</b>
Barcelona	32,2	13,4%
Toledo	23,1	4,5%
Málaga	26,0	4,0%
Las Palmas	29,3	4,0%
Sevilla	25,0	3,9%
Las Palmas	28,1	3,9%
Alicante	26,8	3,6%
Cádiz	23,5	3,4%
Santa Cruz de Tenerife	28,9	3,1%
Vizcaya	30,1	3,0%
Resto	-	53,3%

\* Top 10 de provincias con más gasto.

## 8. GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN DISTRITOS

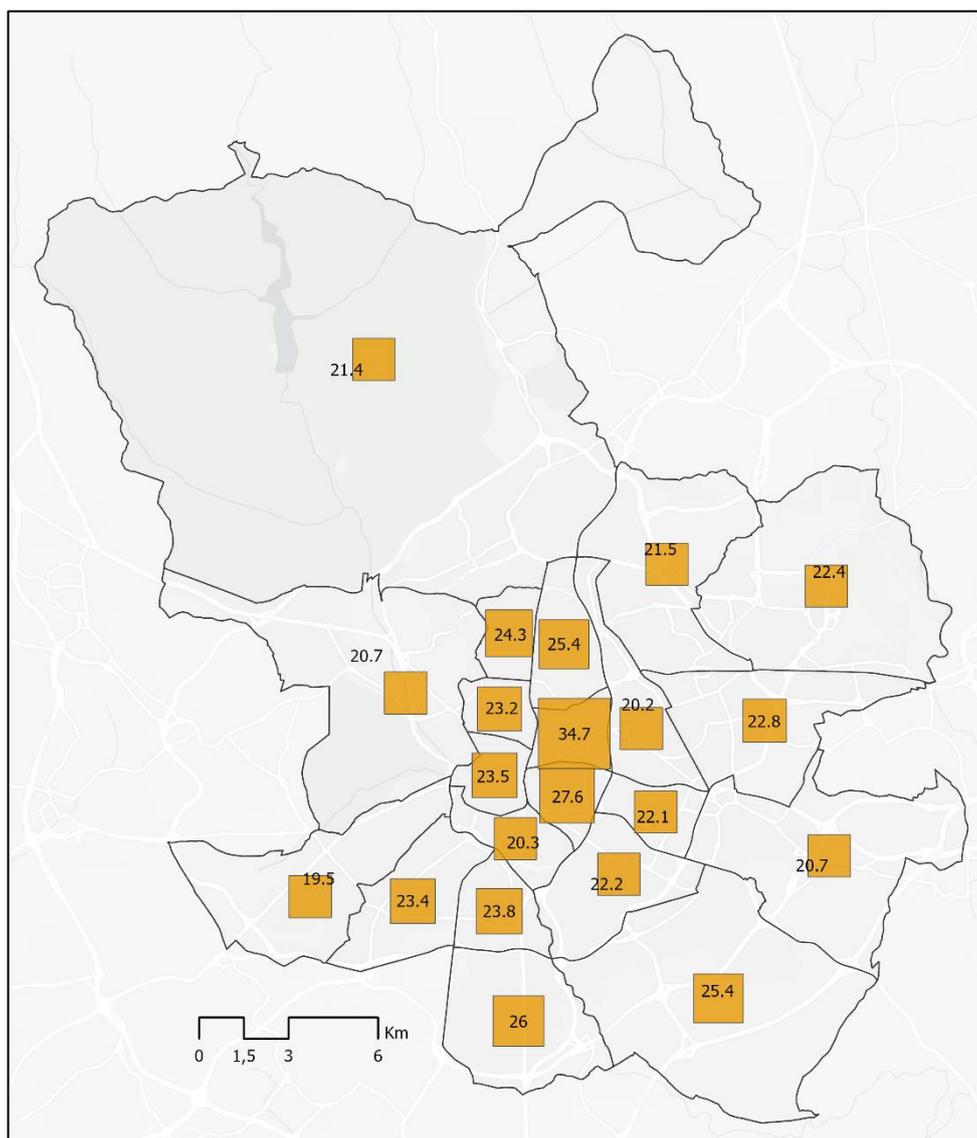
Los distritos centrales concentraron la mayor parte del gasto total del municipio (63,8%), destacando sobre todo el distrito Centro (19,4%), seguido por Salamanca (14,6%) y Chamberí (8,8%).

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



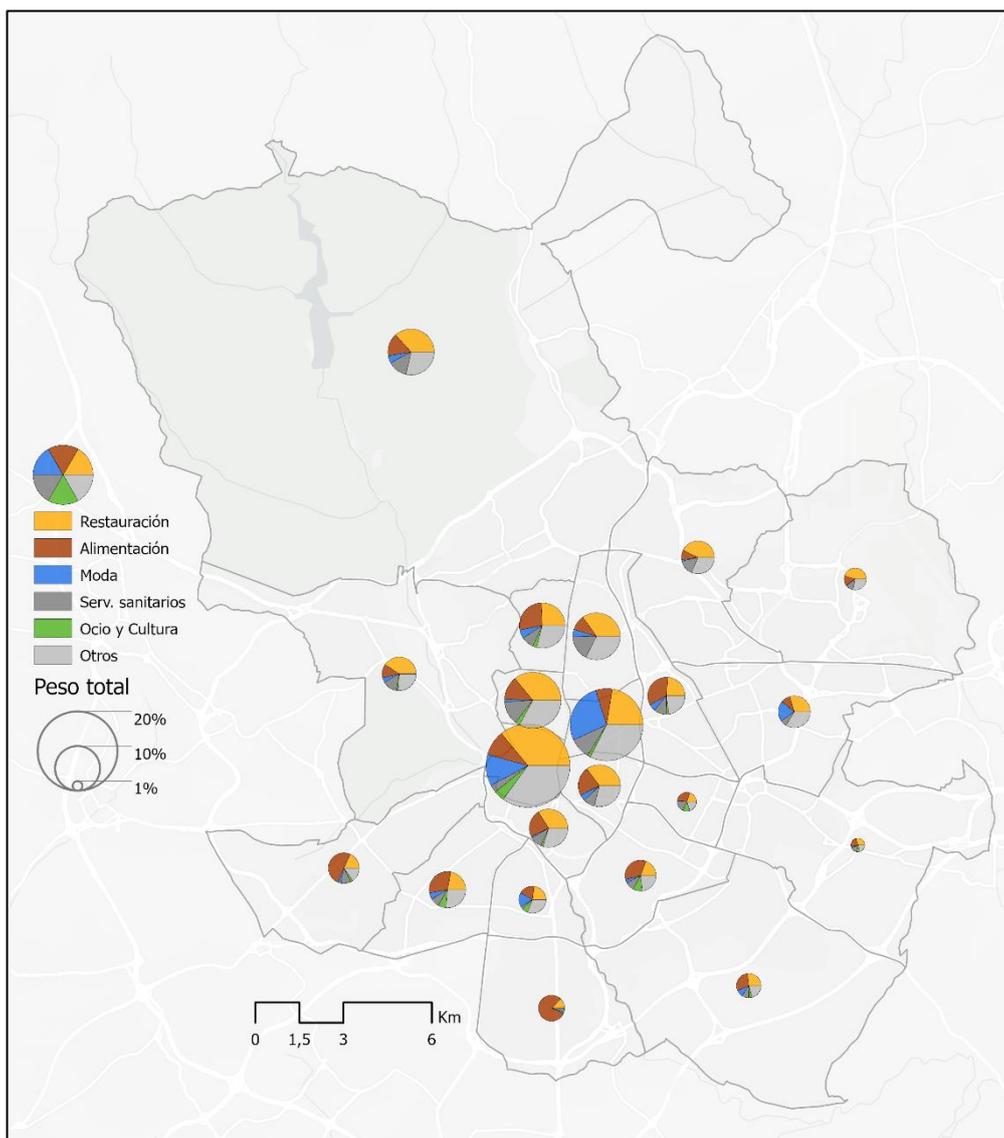
En cuanto al **ticket medio por distritos, el distrito de Salamanca (34,7 euros) registró un valor muy superior** al de los demás distritos, la mayor parte de los cuales se sitúan en la horquilla de los 20-30 euros.

### Ticket medio (euros) según distritos



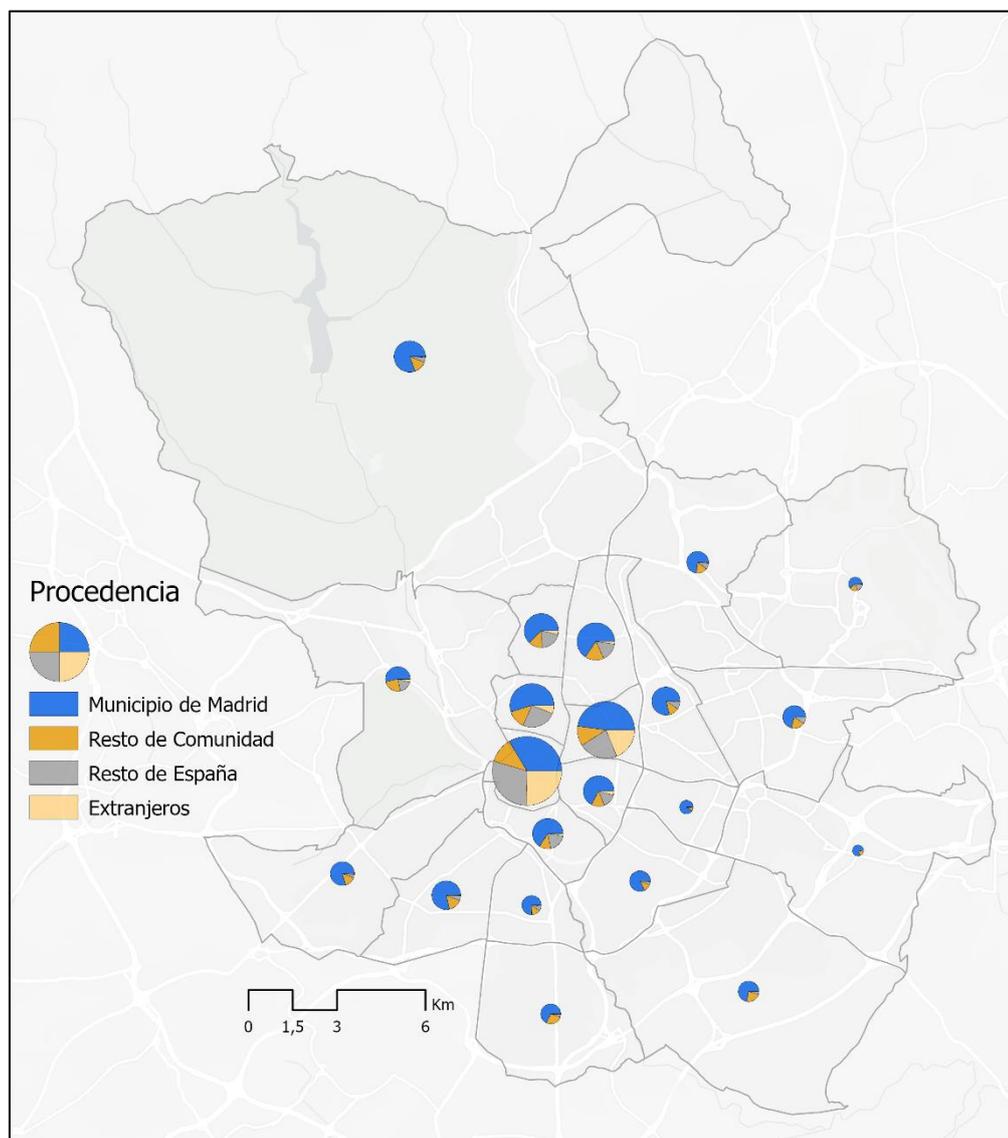
Centrando la atención en los distritos que registran un mayor volumen de gasto (los distritos centrales), se observa que son Salamanca y Centro los que tienen **mayor peso** en Moda, calzado y complementos (27,1% y 12,2%, respectivamente), Chamberí y Chamartín en Servicios Sanitarios (17,2% y 13,5%, respetivamente) y Centro en Ocio y cultura (4,1%).

### Distribución del gasto por categorías según distritos



En cuanto al **peso del gasto estimado según procedencia y distritos**, Centro y Salamanca son los distritos que tienen un mayor porcentaje de gasto de visitantes extranjeros (25,3% y 18,9%, respectivamente). En todos los distritos centrales y en el de Moncloa-Aravaca el peso del gasto de los visitantes nacionales es muy considerable (superior a 14%). Finalmente, en la mayor parte de los distritos periféricos el gasto de los locales es claramente dominante.

### Peso del gasto estimado por distritos según procedencia



\* *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 Geoblinc.*