

# consumo en la ciudad de Madrid\*

2024 Puente de la Constitución - Inmaculada  
(Semana del 2 al 8 de diciembre de 2024)

23 de diciembre de 2024

El gasto total estimado en la semana del "Puente de la Constitución - Inmaculada" de 2024 (del 2 al 8 de diciembre) ascendió a 401,4 millones de euros, con un incremento del 3,2% con respecto a la semana de referencia. Respecto a la semana del mismo puente del año anterior se ha registrado un aumento de gasto del 10,0%, sin descontar el efecto de la inflación.

## 1.- GASTO TOTAL ESTIMADO Y TICKET MEDIO

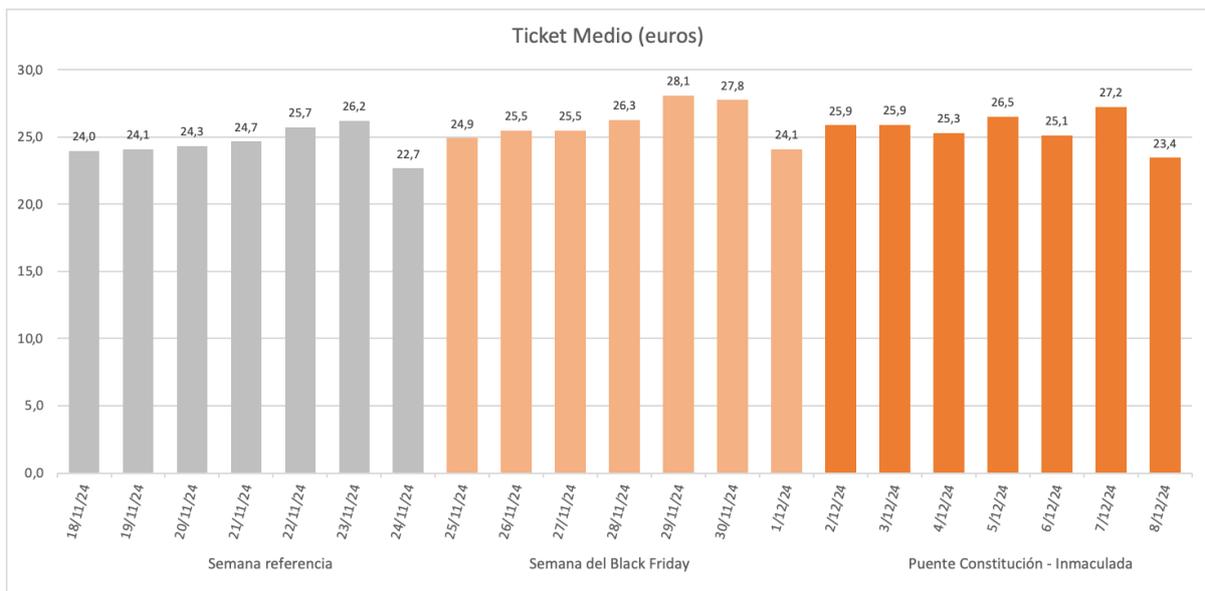
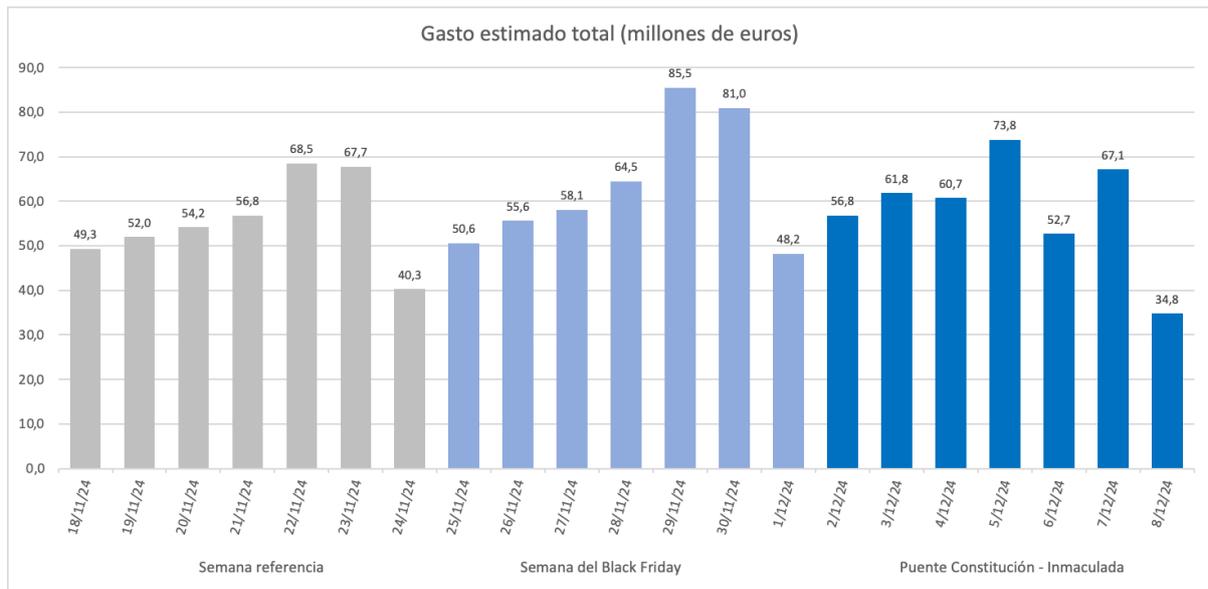
El **gasto total estimado en la semana del "Puente de la Constitución - Inmaculada" de 2024** (del 2 al 8 de diciembre) ascendió a 401,4 millones de euros, con un incremento del 3,2% con respecto a la semana de referencia. **Respecto a la semana del mismo puente del año anterior** se ha registrado un aumento de gasto del 10,0%, sin descontar el efecto de la inflación.

El **valor del ticket medio** en la semana del Puente de la Constitución - Inmaculada de 2024 ascendió a 25,7 euros, un 4,1% más que en la semana de referencia, pero un 2,8% menos que en la semana del mismo puente del año anterior.

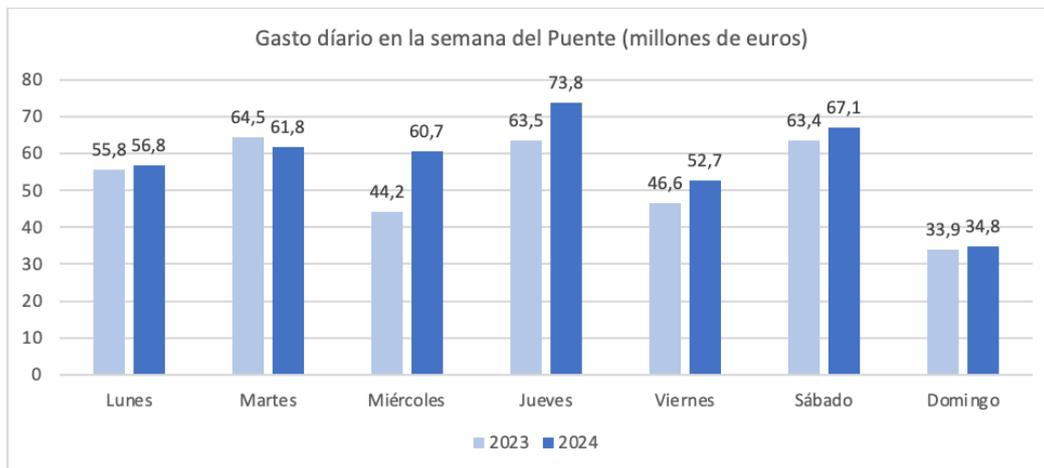
Municipio de Madrid	Puente 2024 (del 2 al 8/12)	Variación porcentual Puente 2023 (del 4/12 al 10/12)	Variación porcentual Semana de referencia (del 18/11 al 24/11)
<b>Ticket medio</b>	25,7*	-2,8%	4,1%
<b>Gasto total estimado</b>	401,4**	10,0%	3,2%

\*Euros, \*\*Millones de euros

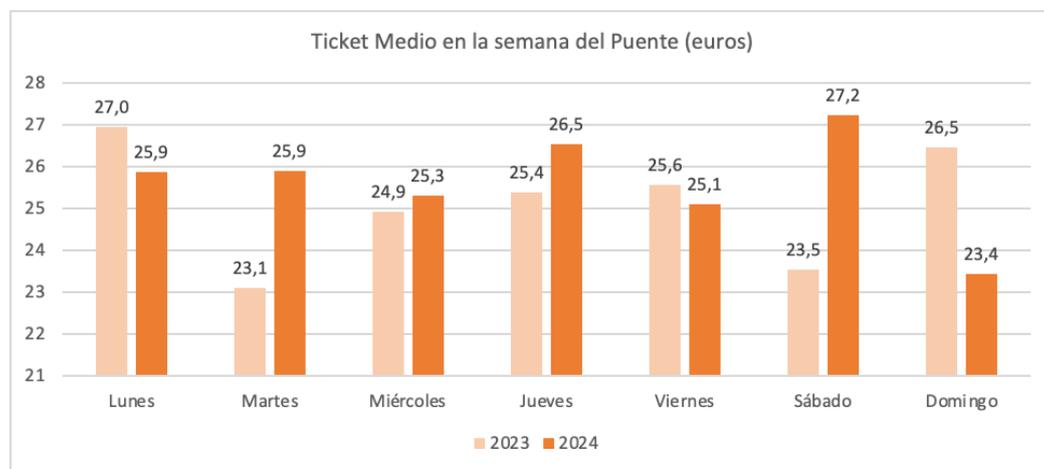
Si se analiza **el consumo a lo largo de los distintos días** de la semana del puente y las dos anteriores, se observa que en la semana de referencia los patrones de consumo son los habituales, con una importante subida el viernes y el sábado y una fuerte caída el domingo. En la semana del puente ese patrón característico se ve alterado por el día de la Constitución (viernes), que por su carácter festivo registró una fuerte caída del gasto con respecto al viernes de la semana de referencia. El **valor del ticket** medio también se vio afectado por la festividad de la Constitución, bajando con respecto a la semana de referencia, 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 2024, se observa cómo ambas evoluciones van descompasadas, debido al efecto calendario, ya que en 2023 los días 6 y 8 cayeron en miércoles y viernes, respectivamente, mientras que en 2024 lo hicieron en viernes y domingo. Por lo tanto, en 2024 tenemos más gasto el miércoles, al no ser festivo. En los días que propiamente corresponden al puente en 2024 (viernes, sábado y domingo) el gasto fue mayor en 2024 que en 2023.**



\* En 2023 el 6 y 8 fueron miércoles y viernes / En 2024 el 6 y 8 fueron viernes y domingo



\* En 2023 el 6 y 8 fueron miércoles y viernes / En 2024 el 6 y 8 fueron viernes y domingo

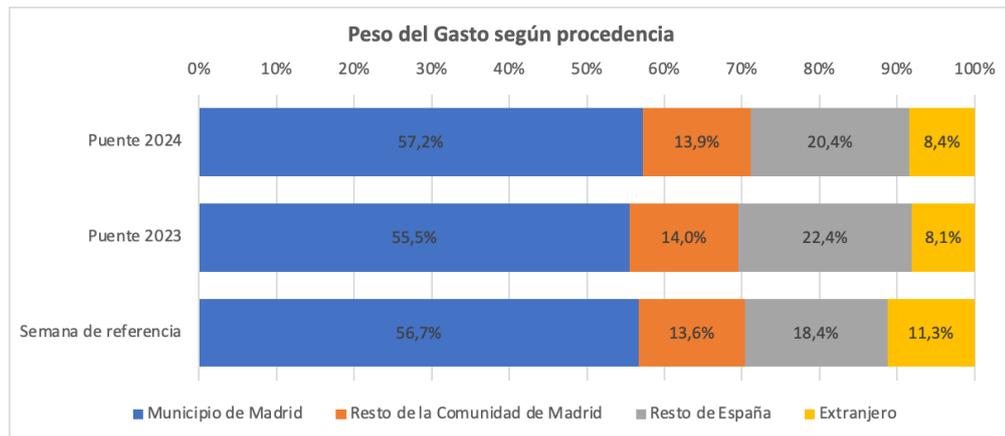
## 2.- VARIACIÓN DEL GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

**Con respecto a la semana de referencia**, destaca especialmente el aumento de gasto de los visitantes nacionales (14,6%), que acudieron masivamente a Madrid en este puente, mientras que el gasto de los extranjeros cayó en un 22,9%, lo que es coherente de la habitual caída de gasto de este colectivo en los meses de invierno. Por su parte, los residentes en el municipio de Madrid y en el resto de la Comunidad aumentaron su gasto en un 4,1% y un 5,6%, a pesar de que parte de ellos se fueron de puente.

**Con respecto a la semana del puente del año anterior**, la comparación es difícil, debido a que el puente el año 2023 fue más largo que el de 2024 y que la semana del puente tuvo un festivo más en 2023. Todos los colectivos registraron importantes incrementos de gasto, de entre un 9,7% (residentes en el resto de la Comunidad) y un 14,6% (turistas extranjeros), excepto los visitantes del resto de España, cuyo incremento fue de tan solo un 0,3%. El importante incremento de gasto de locales y residentes en el resto de la Comunidad y el débil crecimiento del gasto de los visitantes nacionales se puede relacionar con la menor duración del puente de 2024: los primeros salieron menos de puente, con lo que gastaron más en Madrid; y los segundos dispusieron de menos días de gasto en Madrid.

	<b>Gasto estimado (en millones de euros)</b> Puente 2024	<b>Variación porcentual</b> con el Puente 2023	<b>Variación porcentual</b> con la Semana de referencia
Municipio de Madrid	229,7	13,3%	4,1%
Resto de la Comunidad de Madrid	56,0	9,7%	5,6%
Resto de España	82,0	0,3%	14,6%
Extranjero	33,7	14,6%	-22,9%
Total	401,4	10,0%	3,2%

**En términos de aportación porcentual de cada colectivo al gasto total**, la importancia del puente para el turismo nacional se refleja en el mayor peso del gasto de los visitantes nacionales en relación a la semana de referencia, pasando del 18,4% en la semana de referencia al 20,4% en la semana del puente. Sin embargo, con respecto al mismo puente del año anterior, el turismo nacional pasa de aportar el 22,4% del gasto total en 2023 al 20,4% en 2024, en coherencia con lo indicado anteriormente (la menor duración del puente en 2024).



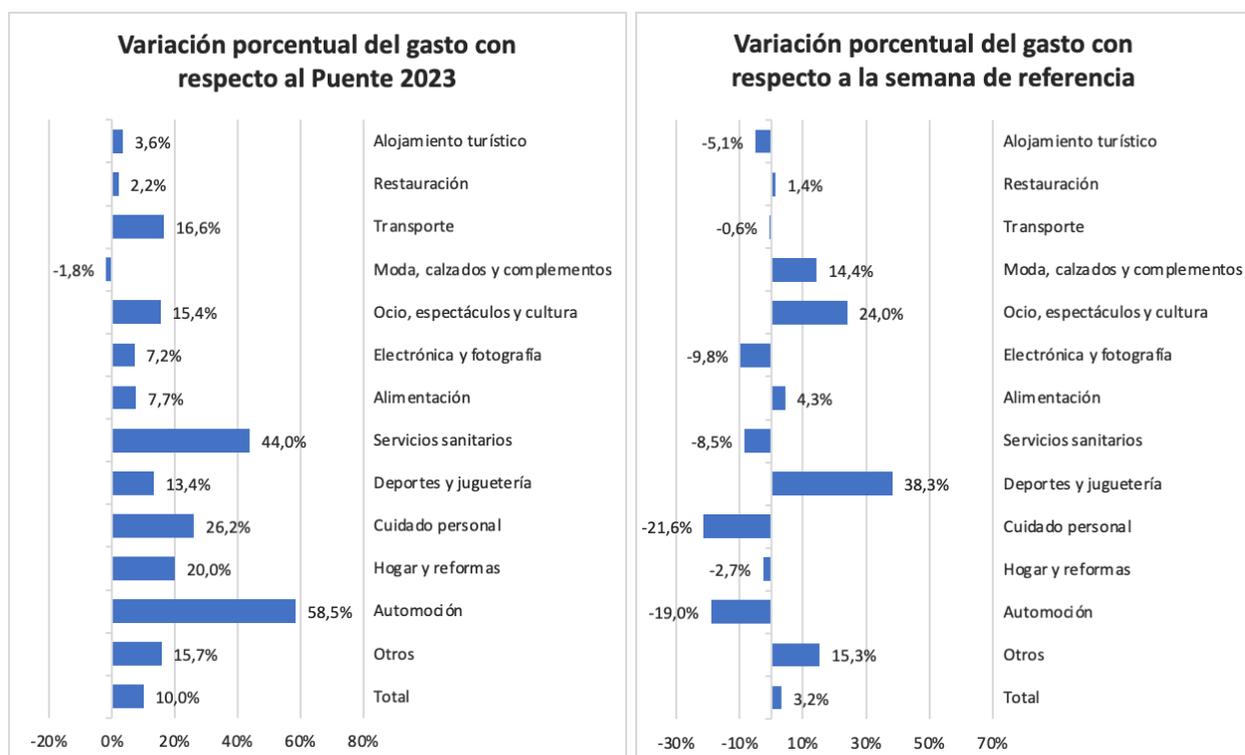
**El valor del ticket medio** cayó en todos los colectivos en comparación con el puente del año anterior, pero subió en relación a la semana de referencia, excepto en el caso de los turistas extranjeros.

	<b>Ticket medio diario en euros</b> Puente 2024	<b>Variación porcentual</b> con Puente 2023	<b>Variación porcentual</b> con Semana de referencia
Municipio de Madrid	25,2	-0,9%	4,7%
Resto de la Comunidad de Madrid	25,6	-6,4%	5,5%
Resto de España	26,0	-5,5%	8,2%
Extranjero	32,0	-2,3%	-4,8%
Total	25,7	-2,8%	4,1%

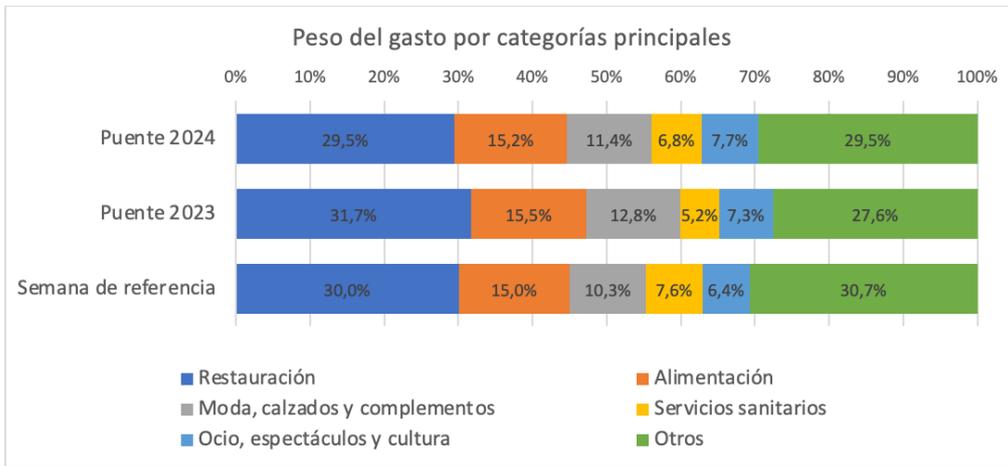
### 3.- VARIACIÓN DEL GASTO Y EL TICKET MEDIO POR CATEGORÍAS DE GASTO

**En comparación con la semana de referencia**, el gasto aumentó especialmente en Moda, Calzados y Complementos (14,4%), Ocio, espectáculos y cultura (24,0%) y Deportes y juguetería (38,3%), este último especialmente relacionado con la proximidad de las Navidades. Ocurriendo tan sólo un ligero incremento de la Restauración (1,4%).

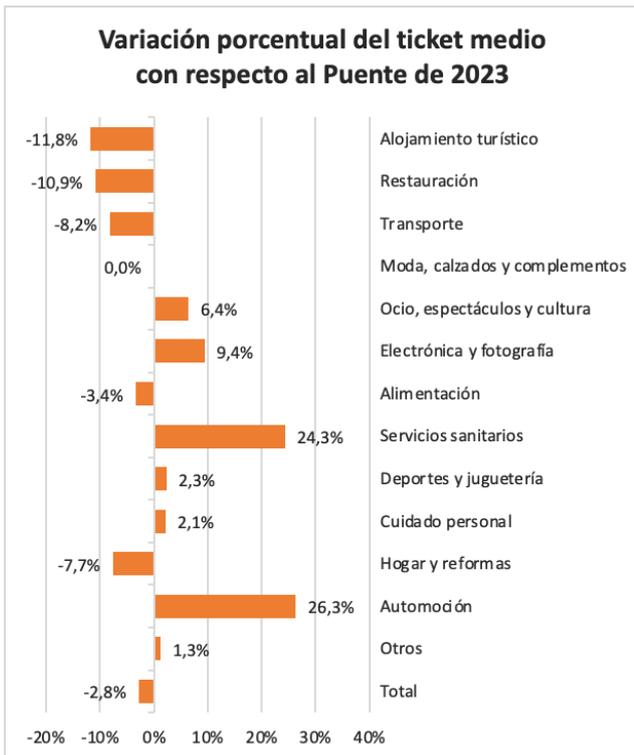
**Con respecto a la semana del puente del año anterior**, el gasto creció en casi todas las categorías, incluyendo las relacionadas con el aumento de consumo del puente, como Alojamiento turístico (3,6%), Restauración (2,2%), Ocio, espectáculos y cultura (15,4%). En las categorías menos relacionadas con el turismo influyó el hecho de que el puente de 2024 tuvo un día laborable más que el de 2023.



**En términos de aportación porcentual de cada categoría al gasto total**, se observa que con respecto al puente del año anterior tanto la Restauración como la Moda pierden peso relativo, al pasar del 31,7% al 29,5% y del 12,8% al 11,4%, respectivamente.



En comparación con **la semana de referencia**, el **ticket medio** subió en las categorías más relacionadas con el turismo, como Alojamiento turístico (con un aumento de un 6,9%), Restauración (6,5%) y Ocio, espectáculos y cultura (8,3%). Sin embargo, **con respecto al puente del año anterior**, el ticket medio bajó tanto en Alojamiento turístico (-11,8%) como en Restauración (-10,9%), aunque aumentó con Ocio, espectáculos y cultura (6,4%).



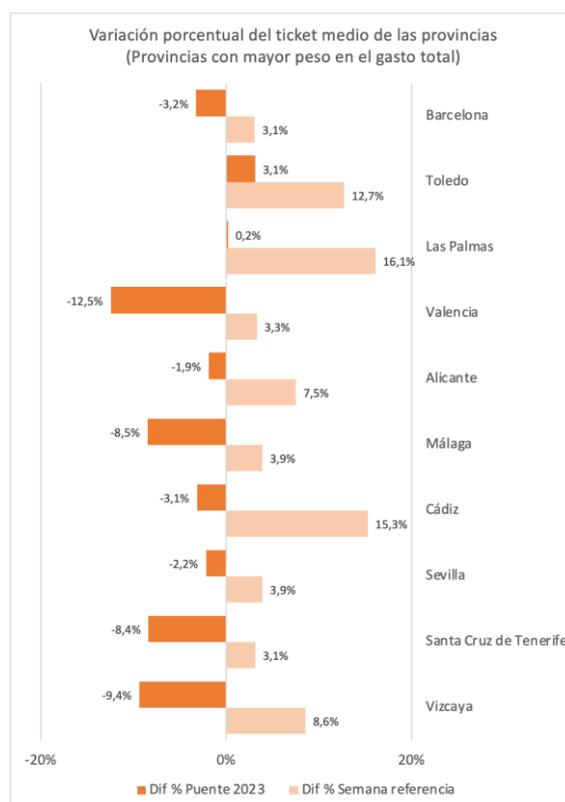
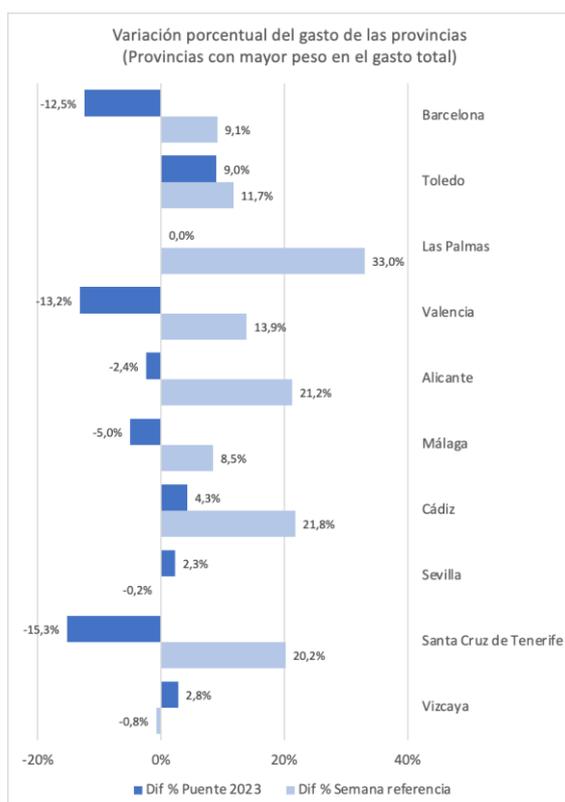
#### 4.- PROVINCIAS CON MAYOR GASTO REALIZADO

Desglosando al colectivo de los **visitantes nacionales**, al igual que en otras semanas del año Barcelona (12,9%) fue la provincia que aportó un mayor volumen de gasto. Destacaron también Toledo (4,6%) y Las Palmas (4,3%). El **ticket medio más alto** correspondió a Vizcaya (31,2 euros).

Provincia *	Ticket medio (euros)	Peso sobre el total del gasto desde otras provincias
Barcelona	30,0	12,9%
Toledo	26,3	4,6%
Las Palmas	30,5	4,3%
Valencia	27,4	4,0%
Alicante	27,2	3,8%
Málaga	26,1	3,7%
Cádiz	25,3	3,6%
Sevilla	25,4	3,5%
Santa Cruz de Tenerife	30,2	3,3%
Vizcaya	31,2	3,0%
Resto	-	50,4%

\* Top 10 de provincias con más gasto.

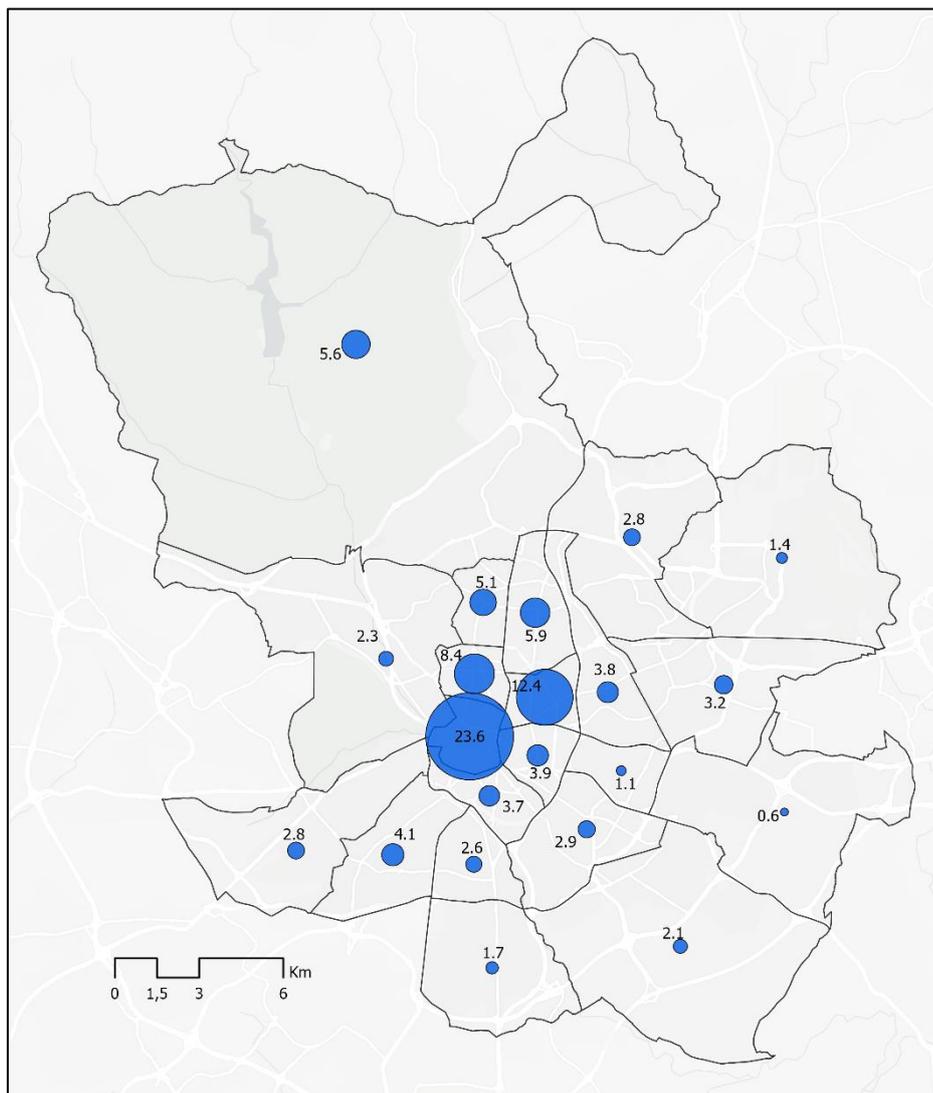
**En cuanto a los cambios** con respecto a la semana de referencia, Las Palmas fue con diferencia la provincia que más creció (33,0%), mientras que en relación a la semana de puente del año anterior lo fue Toledo (11,7%). Las Palmas (16,1%) y Toledo (3,1%) fueron también las provincias que registraron un mayor un aumento del ticket medio con respecto a la semana de referencia y la del puente anterior, respectivamente.



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

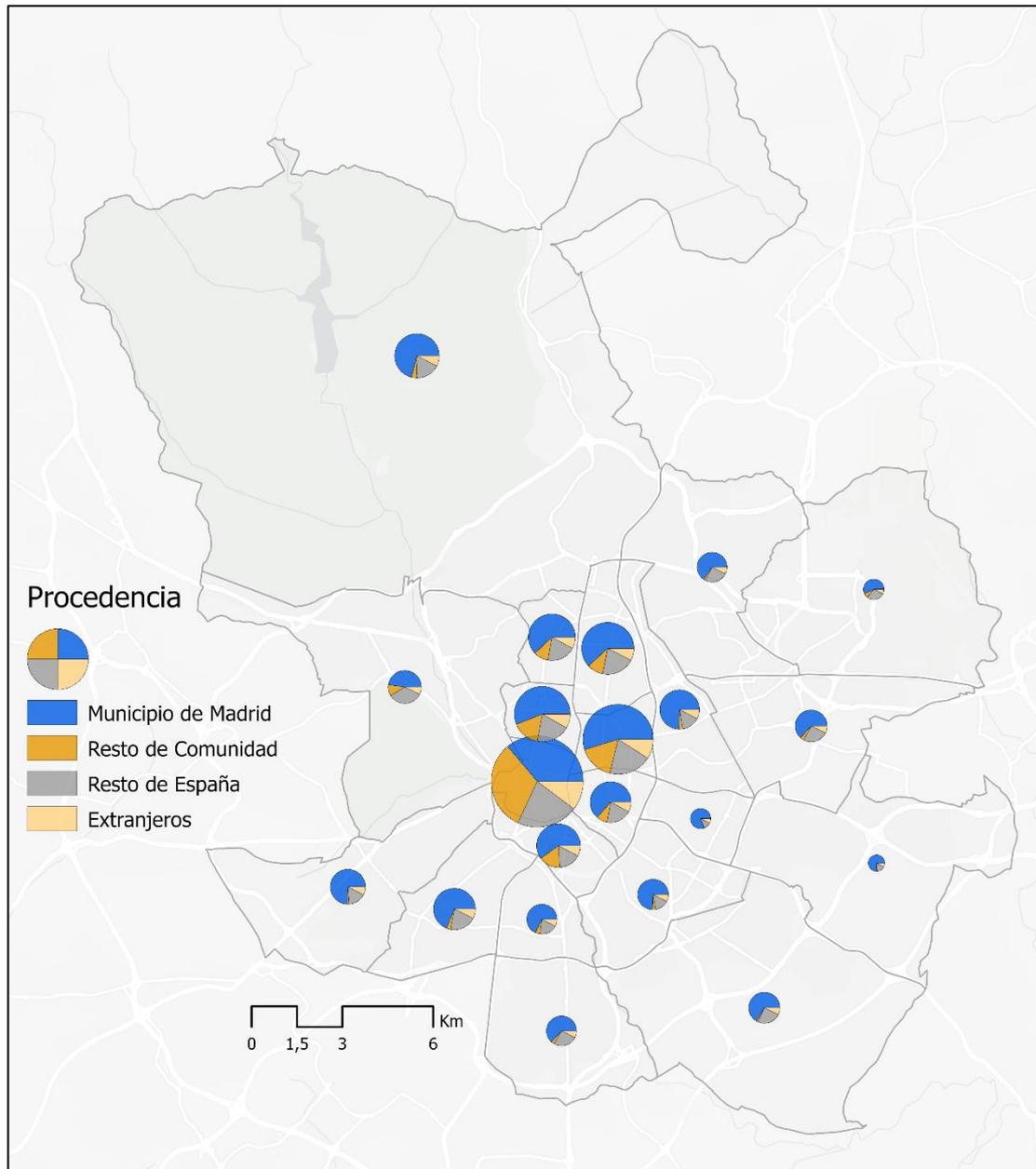
En la semana del puente el distrito Centro alcanzó el 23,6% del gasto total del municipio, superando ampliamente al distrito de Salamanca, que concentró el 12,4% del gasto total.

Peso del gasto estimado (%) según distritos



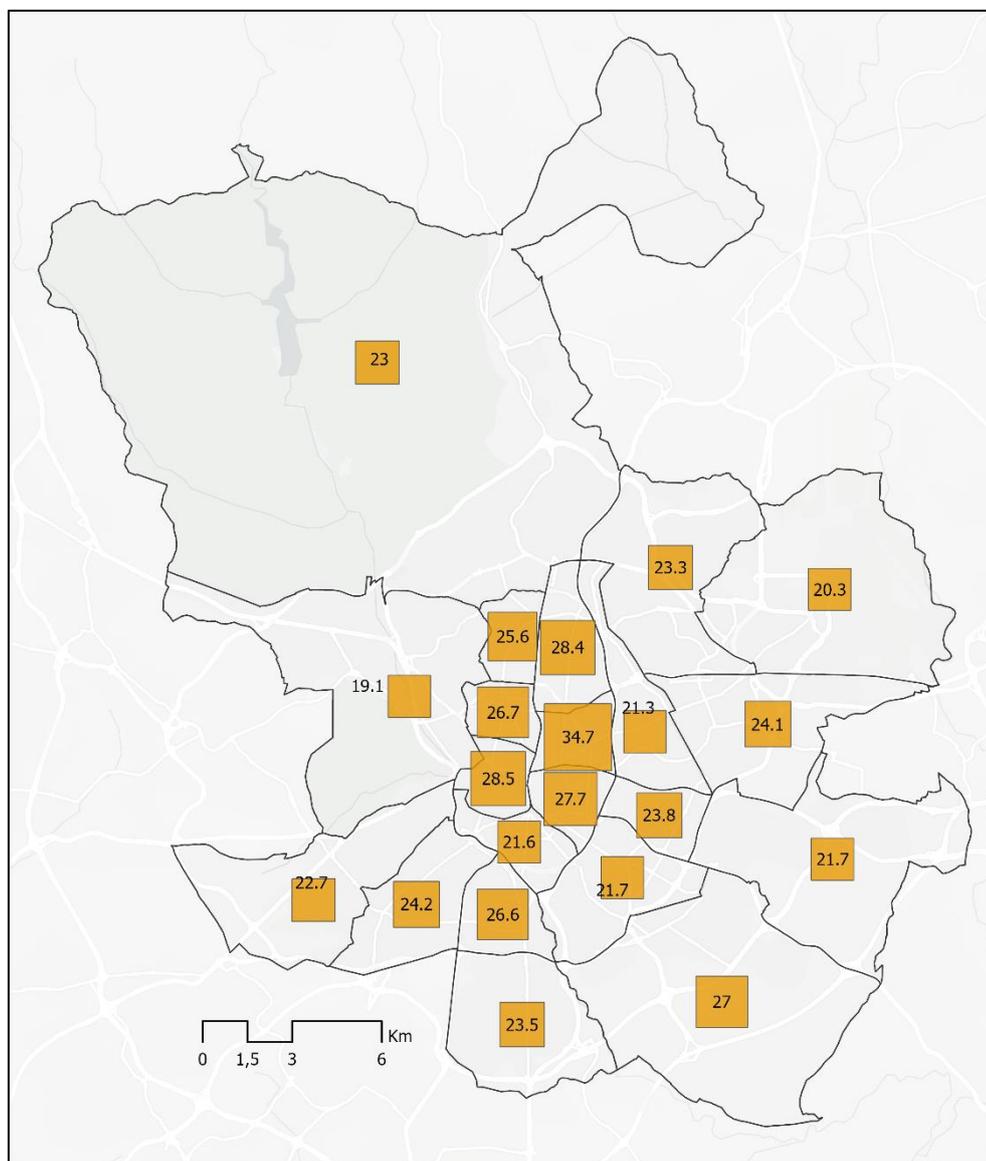
Centro fue nuevamente el distrito en el que el peso del gasto de los visitantes extranjeros fue mayor, con un 10,3%.

### Distribución del gasto estimado por distritos según procedencia



En cuanto al **ticket medio por distritos**, como es habitual **el distrito de Salamanca (34,7 euros)** registró un valor muy superior al de los demás distritos, que se situó en la horquilla de los 20-30 euros.

### Ticket medio (euros) según distritos



\* 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).