[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en Madrid el 15/09/2020

# [Los madrileños compensaron con su consumo la ausencia de turistas en agosto, según el último índice iTB](http://www.notasdeprensa.es)

## Durante el mes de agosto y en algunas zonas de la capital de España, los madrileños demostraron que pueden liderar la recuperación del consumo sin esperar al regreso de los turistas, según el último Índice TrueBroker (iTB)

Publicado el 31 de agosto. El iTB mide el valor comercial de los locales a partir de criterios, como la afluencia de público y el consumo de los ciudadanos. El objetivo del índice es maximizar el rendimiento económico de los locales de Madrid, para modular las rentas y gestionar una mejor reapertura durante el COVID. Según el informe, en los Barrios Singulares de la ciudad en agosto, a pesar de la caída del 55% en la afluencia de público provocada por la ausencia de turistas, se produjo una recuperación del 75% respecto al mismo periodo del año pasado. Las zonas de oficinas lastran la actividad comercialEn el otro extremo, se sitúan las zonas de oficinas, donde el consumo cayó hasta un 72% a causa de las vacaciones y, sobre todo, por el teletrabajo. Una situación que se ha convertido en el principal escollo para la recuperación económica. “Es necesario –señala Pablo Beltrán, CEO de TrueBroker- que las empresas y el comercio asuman que tienen una importante función social y que son claves en la recuperación económica y el estado de ánimo de la ciudad. Sin la vuelta al trabajo presencial en las oficinas físicas no se podrá conseguir una recuperación económica.” El iTB refleja que este verano el periodo fuerte de vacaciones se ha situado entre el 15 de julio al 15 de agosto. Muchos madrileños se quedaron en la capital y gastaron como si estuvieran de vacaciones, produciéndose un cambio de hábito, que va a ser trascendental en la recuperación, ya que se multiplicó hasta 2,5 veces el ratio de transformación de personas a consumidores. TrueBroker espera que con tan solo el regreso del 30% de los turistas se pueda conseguir el 100% de la actividad pre Covid por aumento del multiplicador del consumo. Recuperación en V y de forma capilar: el gran ejemplo de la calle Fuencarral Desde la primera semana de junio, cuando se acabó el estado de alarma, la calle Fuencarral peatonal no ha dejado de impulsar el consumo, liderando la recuperación en Madrid, desde la inicial en junio (-33%), hasta un increíble -14,6% respecto a agosto del 2019, no dejando de mejorar, quincena a quincena, en V. Así, en agosto y con sólo un 52% de la afluencia de público respecto al año anterior, la calle Fuencarral peatonal recuperó un 86% con respecto al 2019. Un fenómeno que, mes a mes, se ha ido contagiando de forma capilar, extendiendo su recuperación en V a las áreas adyacentes, especialmente Gran Vía en la acera par, en el tramo hasta Callao (Primark), y los barrios de Chueca y Malasaña. Ya en agosto, esa recuperación se ha extendido a la Gran Vía, acera impar, hasta la altura de la Plaza de Callao y Preciados. “Creemos -afirma Beltrán- que en septiembre se seguirá expandiendo esta actitud positiva en la zona centro. Esperamos que en dos meses la calle Fuencarral peatonal se recupere y mantenga su influencia en la zona”. Según Beltrán todo parece indicar que comenzará la activación de las zonas turísticas asintomáticas, más allá de la Puerta del Sol, Gran Vía y Callao, de mano de los madrileños. Así, La Latina, Opera y el Barrio de las Letras harán de foco inicial, que extenderá de forma capilar la recuperación de su entorno, como ha hecho Fuencarral peatonal. “La causa de la caída en agosto no está en la ausencia de turistas, sino en el cierre de muchos negocios durante los meses de verano, que influye negativamente en los que permanecen abiertos. A mayor número de locales abiertos, más rápido aumenta el multiplicador, que permite convertir personas en consumidores, como muestra el iTB de Fuencarral peatonal y Gran Vía par”. El iTB de agosto pone de manifiesto la gran responsabilidad social que el retail y los empresarios tienen en la vida, la economía y el estado de ánimo de la capital de España. Un ejemplo es el de las zonas asintomáticas, que muestra cómo en julio cae el consumo un 51,4% con respecto al 2019, y en agosto hasta un 70,8%. “Sin embargo -afirma el CEO de TrueBroker-, a partir de septiembre, el Barrio de Salamanca iniciará una recuperación en V similar a la de Fuencarral, que tendrá el punto más caliente en la calle Goya y que se extenderá capilarmente. Creemos que se producirá una recuperación del consumo precovid de 5 meses para la calle Serrano y 4 para la calle Goya”.

**Datos de contacto:**

Maria José Álvarez

630.07.40.39

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/los-madrilenos-compensaron-con-su-consumo-la](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Finanzas Madrid Entretenimiento Turismo Consumo

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)